Iniziamo a costruire un nuovo futuro, insieme.

2016

Report Sostenibilità

Sommario

Per chi va di fretta 6

Wind Tre: il più grande operatore mobile italiano 8

È nata una nuova realtà 10

Le regole interne: una responsabilità condivisa 16

Sintonizzarsi con gli stakeholder 18

Ci eravamo impegnati a… 22

Le nostre persone: due anime, una squadra 25

I nostri fornitori, per una qualità “made in Italy” 36

La solidarietà in Wind e H3G e l’impegno delle persone dell’azienda 39

Tra scuola e mondo del lavoro 43

Connessi con il futuro 44

Un mercato complesso e in continua evoluzione 46

Non offriamo tecnologia: offriamo servizi 50

Open innovation, social innovation: collaboriamo alla nascita di nuove idee 55

Big Data e Internet of Things come fulcro della ricerca europea 60

In ascolto dei nostri clienti 64

Smart value for money 66

Un marketing responsabile e trasparente 67

VAS premium, ma solo se graditi 70

Ciao mamma, vado nel web 72

Canali di assistenza accessibili ed efficaci 72

Siamo in ascolto della voce di clienti 75

Cerchiamo soluzioni condivise 78

I vostri dati, un valore da proteggere 81

Affidabili e veloci con la nuova rete convergente 88

Un asset fondamentale per il Business 90

La rete mobile: un’infrastruttura in rapido sviluppo 91

La rete fissa: per servizi a banda larga “a prova di futuro” 94

Una forte riduzione di consumi energetici ed emissioni di CO_2 96

Le emissioni elettromagnetiche sono sotto controllo 101

Come nasce questo documento 102

La selezione dei temi più importanti 104

Glossario 108

Tabella di correlazione GRI G4 112

General Standard Disclosures 112

Specific Standard Disclosures 114

Cari Lettori,

questo è il primo Bilancio di Sostenibilità di Wind Tre, la nuova azienda nata a dicembre 2016 dall'unione di Wind e 3 Italia. Un'unione che cambia i tradizionali equilibri del mercato italiano delle telecomunicazioni e dalla quale nasce il più grande operatore italiano di telefonia mobile, con più di 31 milioni di clienti, oltre a 2,7 milioni di clienti nel fisso.

Comincia una nuova grande sfida di mercato. Una sfida nella quale vogliamo essere leader nella relazione con i clienti grazie a due brand forti e complementari, alla qualità delle nostre offerte e delle nostre infrastrutture e, soprattutto, alla passione delle nostre persone.

Oltre a dare trasparenza su ciò che Wind e 3 Italia hanno realizzato separatamente per gran parte del 2016, questo Bilancio vuole anche raccontare la nuova azienda ed in particolare ciò che stiamo costruendo insieme. Nelle prossime pagine, dopo un'introduzione sull'identità di Wind Tre, troverete gli approfondimenti sui temi che abbiamo ritenuto più rilevanti per il nostro settore e la nostra azienda.

Crediamo che la capacità di saper guardare al futuro con creatività sarà essenziale nel confronto con i nostri competitor. Il cambiamento digitale in tutti gli aspetti della vita e del lavoro è infatti ormai una realtà, il traffico dati cresce in modo esponenziale ogni anno e anche il numero delle startup innovative è in costante aumento.

Inoltre, le attese dei nostri clienti continueranno a spingerci a ricercare servizi innovativi, offrendoli sul mercato in modo trasparente e semplice, con un'attenzione particolare alla protezione dei dati che ci vengono affidati.

Il sempre maggior bisogno di connettività, infine, renderà centrale l'evoluzione della nostra infrastruttura di rete, chiamata a sostenere livelli di traffico in crescita esponenziale. Senza dimenticare gli impatti ambientali, che in un settore ad alta intensità energetica come il nostro riguardano soprattutto le emissioni di CO_2.

Questi sono, in sintesi, i macrotemi su cui abbiamo scelto di focalizzare il Bilancio di Sostenibilità 2016, che mettiamo a vostra disposizione per raccontarvi la situazione attuale e le prospettive future della nostra azienda.

Uno speciale ringraziamento va a tutte le persone di Wind Tre che, con professionalità ed impegno quotidiano, hanno contribuito ai risultati raccontati nelle prossime pagine. Stiamo costruendo, insieme, una nuova, grande azienda.

Buona lettura

Per chi va di fretta

Wind Tre: il più grande operatore mobile italiano

Oltre **90%** fornitori con sede in Italia

+4,8% di margine operativo lordo (EBITDA, pro-forma 2016)

6.491 milioni di Euro di ricavi (pro-forma 2016)

9.342 dipendenti

2.124 milioni di Euro di margine operativo lordo (EBITDA, pro-forma 2016)

80% ricavi da telefonia mobile

Connessi con il futuro

2.265 le Business Idea presentate su Wind Business Factor

33.727 gli utenti registrati

2.793 le startup

50 città italiane coperte dai servizi di Mobile Ticketing

75.000 Euro raccolti tramite Wind For Fund

3 milioni di biglietti venduti in Mobile Ticketing

In ascolto dei nostri clienti

37,2% del mercato italiano di telefonia mobile

31,3 milioni di clienti per la telefonia mobile (SIM Card)

2,7 milioni di clienti per la telefonia fissa (linee)

Affidabili e veloci con la nuova rete convergente

99,9% della popolazione italiana raggiunta dalla rete mobile

72% energia elettrica acquistata da Wind da fonti rinnovabili

circa **7** miliardi di Euro nel piano di investimenti in reti di TLC

-21% consumi energetici della rete TLC grazie ai progetti di efficienza energetica

Wind Tre: il più grande operatore mobile italiano

Wind Tre: il più grande operatore mobile italiano

È nata una nuova realtà

Wind Tre S.p.A. (“Wind Tre”) nasce il 31.12.2016 dalla fusione tra il Gruppo Wind (“Wind”), composto da Wind Telecomunicazioni S.p.A. e Wind Retail s.r.l., che apparteneva alla Società russa VimpelCom Ltd (ora VEON), e 3 Italia, ossia il Gruppo H3G (nel seguito “H3G”), composto da H3G S.p.A. e 3Lettronica Industriale S.p.A., che apparteneva alla Società CK Hutchison Holdings Ltd, un conglomerato multinazionale, registrato presso le Isole Cayman, con sede operativa principale a Hong Kong. [G4 - 3]

Il capitale sociale di Wind Tre, pari ad Euro 474.303.795,00, interamente versato, è posseduto al 100% da VIP-CKH Luxembourg S.à r.l., una nuova Società che appartiene in parti uguali a CK Hutchison Holdings Ltd (50%) e VimpelCom Ltd (50%). [G4 - 7]

Wind Tre, che ha sede legale a Trezzano sul Naviglio, in provincia di Milano, in Via Leonardo da Vinci, n. 1, e sede operativa principale a Rho, in provincia di Milano, in Largo Metropolitana, n. 5, possiede l’intero capitale sociale delle citate Wind Retail e 3Lettronica, oltre che della Società di diritto lussemburghese Wind Acquisition Finance S.A. Nella tabella più in basso vengono riportate anche le Società e i Consorzi nei quali Wind Tre detiene una partecipazione. [G4 - 5]

Figura 1. Struttura del Gruppo Wind Tre al 31.12.2016.

Denominazione Società/Consorzio	Sede della Società/Consorzio	Percentuale del capitale sociale/fondo consortile detenuto da Wind Tre
Galata S.p.A.	Italia	10%
Mix s.r.l.	Italia	9,75%
CONSEL - Consorzio ELIS a r.l.	Italia	1%
Janna S.c.ar.l.	Italia	17%
QXN Società consortile	Italia	10%
DONO PER… S.c.ar.l.	Italia	33,33%
3Lettronica Industriale S.p.A.	Italia	100%
Wind Retail s.r.l.	Italia	100%
Wind Acquisition Finance S.A.	Lussemburgo	100%

Tabella 1. Società controllate e partecipate di Wind Tre.

Wind Tre è un operatore leader in Italia nel settore delle telecomunicazioni fisse e mobili, con un forte orientamento all’offerta di traffico dati in mobilità e servizi di accesso mobile ad Internet in banda larga e modalità wireless. **L’azienda opera con i brand commerciali “Wind” e “3”**. [G4 - 6] [G4 - 13] [G4 - 4]

Attualmente Wind Tre è **la più grande realtà nazionale di telefonia mobile, con oltre 31 milioni di clienti e con 2,7 milioni di clienti nella telefonia fissa**.

WIND
Più vicini.

3
the future you want

L'obiettivo strategico principale è diventare un player di riferimento nell'integrazione fisso-mobile e nello sviluppo delle reti in fibra di nuova generazione, grazie anche all'accordo con Enel Open Fiber per la realizzazione della rete in banda ultra larga in Italia. L'azienda contribuirà allo sviluppo digitale del Paese con un **piano di investimenti** in reti di TLC, innovazione e nuove tecnologie, del valore di circa 7 miliardi di Euro, che permetterà a Wind Tre di diventare il più grande ed innovativo operatore di telecomunicazioni in Italia, con la migliore e più estesa rete mobile Broadband.

L'azienda realizzerà importanti efficienze e investirà in infrastrutture digitali. La capacità finanziaria e industriale permetterà a Wind Tre di fornire servizi innovativi, di elevata qualità ed una maggiore velocità di rete, in linea con la crescente domanda di connettività e con le aspettative di consumo di famiglie ed imprese.

Nel corso del 2017 Wind Tre esplorerà le opportunità derivanti dalla combinazione di nuove tecnologie e nuove esigenze espresse dal mercato, in particolare potenziando i canali digitali, sia nell'offerta dei propri servizi, che nell'interazione con i clienti e nell'efficienza dei processi.

[G4 - 8]

L'azienda intende, inoltre, perseguire nuove opportunità di crescita sul segmento Business e rafforzare la propria posizione nei segmenti mobile, fisso-voce e Internet, valorizzando il proprio modello di Business convergente.

Nell'ambito del programma d'integrazione delle due realtà che l'hanno originata una forte attenzione sarà posta alla crescita dell'efficienza e all'ulteriore ottimizzazione della struttura dei costi.

Wind Tre è membro di Asstel, l'organizzazione di Confindustria che rappresenta le aziende di telecomunicazioni. L'ex Direttore Generale di H3G e attuale Direttore Merger Integration di Wind Tre, Secondina Ravera, è Presidente dell'Associazione per il biennio 2015-2017. L'Amministratore Delegato di Wind Tre, Maximo Ibarra, è uno dei Vicepresidenti, mentre Massimo Angelini, Direttore Public Relations, è membro del Board.

Wind Tre partecipa anche a:

- CONSEL, Consorzio ELIS per la formazione professionale superiore, il cui obiettivo primario è favorire la transizione dei giovani verso il mondo del lavoro. Luciano Sale, Direttore Human Resources, è tra i membri del Board;
- FUB, Fondazione Ugo Bordoni per la ricerca e l'innovazione nel settore ICT, per le istituzioni, le imprese e i cittadini. Antongiulio Lombardi, ex Direttore Affari Istituzionali e Regolamentari di H3G e attuale responsabile Regulatory Affairs di Wind Tre, è tra i membri del Comitato Soci Fondatori.

Infine, sul piano internazionale, Wind ha partecipato fino al 2016 ad ECTA, organizzazione europea che rappresenta gli interessi regolamentari e commerciali degli operatori non dominanti e dei loro fornitori. Basata a Bruxelles, ECTA lavora con le istituzioni europee per supportare cambiamenti nella regolamentazione a favore della concorrenza e dell'innovazione nell'ICT in Europa. Massimo La Rovere, in qualità di Responsabile Regulatory, Antitrust & EU Affairs nell'ambito della Direzione Regulatory, è stato fino al 2016 tra i membri del Board.

[G4 - 16]

Nell'esercizio 2016[1] l'azienda ha registrato una perdita ante imposte da attività in funzionamento pari a 1.309 milioni di Euro.

Nei prospetti seguenti sono riportati i principali dati pro-forma economici, patrimoniali e finanziari di Wind Tre, redatti in conformità agli IFRS adottati dall'Unione Europea.

Dati economici (milioni di Euro)	2016	2015
Ricavi	6.491	6.410
EBITDA*	2.124	2.027
Risultato operativo	(1.179)	923
Saldo dei proventi e (oneri) finanziari	(130)	(564)
Risultato prima delle imposte	(1.309)	342
Risultato d'esercizio di Gruppo	(1.349)	355

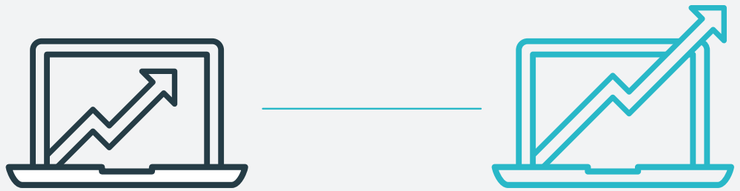
* Risultato operativo ante ammortamenti, ripristini/svalutazioni di attività non correnti e plusvalenze/minusvalenze da realizzo di attività non correnti.

Dati patrimoniali (milioni di Euro)	31/12/2016	31/12/2015
Totale attivo	20.887	22.663
Patrimonio netto		
di pertinenza del Gruppo	4.204	4.596
di pertinenza di terzi	-	-
Totale passività	16.683	18.607
Indebitamento finanziario netto	9.904	11.394

Tabella 2. Dati economici e patrimoniali di Wind Tre.

[G4 - 9]

1 *In questo Bilancio di Sostenibilità vengono riportati i dati contabili pro-forma per Wind Tre nel suo complesso, con i principali indicatori economici, patrimoniali e finanziari consolidati di Wind Tre qualora l'operazione fosse avvenuta all'inizio dell'esercizio 2016 anziché al 31 dicembre 2016, in analogia con l'approccio adottato nella Relazione sulla Gestione del Bilancio Consolidato di Gruppo.*



Escludendo le voci atipiche relative ai costi di ristrutturazione e integrazione, l'EBITDA[2] mostra una crescita del 4,8% rispetto al 2015, trainato principalmente dalla crescita nei ricavi e dalle iniziative di efficientamento costi intraprese nel corso dell'anno.

Il **Consiglio di Amministrazione** di Wind Tre S.p.A. è composto da 3 membri:

- **Christian Nicolas Roger Salbaing** – Presidente del Consiglio di Amministrazione;
- **Maximo Ibarra** – Amministratore Delegato;
- **Kjell Morten Johnsen** – Consigliere.

Al Presidente del Consiglio di Amministrazione sono riconosciuti i poteri previsti dalla legge e dallo Statuto della Società per quanto concerne la rappresentanza sociale ed il funzionamento degli organi sociali. Non sono stati istituiti Comitati Esecutivi ai sensi dell'art. 2381 del Codice Civile.

Il **Collegio Sindacale di Wind Tre S.p.A.**, ovvero l'organo di controllo interno della gestione della Società, è composto da 3 Sindaci effettivi e da 2 Sindaci supplenti:

- **Giancarlo Russo Corvace** – Presidente del Collegio Sindacale;
- **Marcello Romano** – Sindaco effettivo;
- **Luca Occhetta** – Sindaco effettivo;
- **Maurizio Paternò di Montecupo** – Sindaco supplente;
- **Roberto Colussi** – Sindaco supplente.

La selezione dei membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale viene effettuata con l'approvazione degli Azionisti ultimi CK Hutchison Holdings Ltd e VimpelCom Ltd, in conformità alle regole di Corporate Governance di Gruppo. Per quanto riguarda il Consiglio di Amministrazione, l'assemblea non ha deliberato alcun compenso.

2 *Risultato operativo ante ammortamenti, ripristini/svalutazioni di attività non correnti e plusvalenze/minusvalenze da realizzo di attività non correnti.*

[G4 - 34]

Le regole interne: una responsabilità condivisa

[G4 - 56]

Wind Tre si è data un **Codice Etico** per promuovere i principi etici alla base del Business aziendale. In esso sono contenute le linee guida di comportamento rivolte alle persone dell'azienda, per orientarle nello svolgimento delle attività quotidiane, rafforzando la credibilità e la reputazione dell'azienda nel contesto in cui essa opera.

Il Codice Etico può essere scaricato al seguente indirizzo web:
http://welcome.windtre.it/funzione/W3/Compliance/ListaDocumenti/CodiceEticoGruppoWindTre.pdf

L'azienda, inoltre, ha adottato una Policy sui **Conflitti di Interesse**, per evitare o gestire in modo appropriato eventuali conflitti effettivi, percepiti o potenziali. In conformità a tale policy, l'azienda possiede un Registro dei Conflitti di Interessi, in cui vengono riportati tutti i casi di specie segnalati, insieme alle valutazioni di effettiva esistenza del conflitto o meno, l'azione proposta per la sua correzione e lo stato di risoluzione dopo l'avvenuto accertamento.

Per ottemperare alle disposizioni dello US Foreign Corrupt Practices Act ("FCPA") e del UK Bribery Act 2010, le normative Anti-Corruzione internazionali, Wind Tre ha adottato una **Policy Anti-Corruzione** che definisce le linee guida e le procedure per garantire l'ottemperanza alle leggi applicabili contro la concussione e la corruzione.

L'azienda ha, inoltre, identificato risorse e strumenti per la segnalazione di eventuali comportamenti illeciti, non in linea con il Codice Etico. La Policy **Incident Management** fornisce ogni riferimento per gestire tali segnalazioni attraverso numero verde, link di riferimento o casella di posta dedicata, garantendo un'adeguata protezione alla fonte. Indica, inoltre, come conservare le informazioni fornite e valutate, proteggere la fonte da ritorsioni da parte di persone interne o esterne, scegliere strumenti o modi alternativi per la gestione dei casi.

Il Decreto Legislativo n. 231 del 2001 ha introdotto nell'ordinamento italiano la responsabilità amministrativa delle Società per determinati reati commessi dai dipendenti, nell'interesse e a vantaggio delle Società stesse, con conseguenti sanzioni pecuniarie e interdittive a carico delle Società.

Wind Tre ha adottato il **Modello di Organizzazione e di Gestione ex D.Lgs. 231/01** ed ha nominato un Organismo di Vigilanza (composto da un professionista esterno avente competenze legali, un professionista esterno avente competenze in materia contabile e due Responsabili interni).

Il Modello è aggiornato periodicamente per risultare completo ed efficace anche rispetto ai requisiti di legge introdotti negli ultimi anni. Nel corso del 2017 verrà svolta un'attività di risk assessment per l'aggiornamento del Modello al fine di adeguarlo all'attuale compagine societaria.

L'attività di vigilanza non ha rilevato, ad oggi, nessuna attività illecita in Wind Tre tra quelle previste dalle norme vigenti.

IL SISTEMA DI GESTIONE INTEGRATO

[G4 - 15]

OGGI

Dal 2005 Wind ha operato in accordo ad un Sistema di Gestione Integrato certificato relativo a 5 ambiti, regolati da norme internazionali ad adesione volontaria:

- qualità, ISO 9001:2008;
- ambiente, ISO 14001:2004;
- salute e sicurezza dei lavoratori, OHSAS 18001:2007;
- responsabilità sociale SA8000:2014;
- sicurezza delle informazioni, ISO 27001:2013, che comprende 2 certificati distinti: uno relativo all'erogazione dei servizi di Security Management e gestione del SOC (Security Operation Center), l'altro relativo ai servizi Cloud, Housing e sicurezza fisica dei Data Center a supporto.

Nel 2016 tutte le attività previste dalle norme, volte al mantenimento di validità dei certificati e del rinnovo di quelli in scadenza triennale, sono state svolte con successo.

DOMANI

Il Sistema di Gestione Integrato, in tutti e 6 gli ambiti, sarà esteso all'intera organizzazione di Wind Tre (sedi, personale, processi e funzioni), con l'obiettivo di orientare e controllare le attività operative dell'azienda in un'ottica di miglioramento continuo, tipico degli approcci "Total Quality Management".

Per raggiungere tale obiettivo è stato pianificato un investimento di risorse doppio rispetto al 2016, in termini di giornate/uomo impiegate sia dalla funzione Quality Management per svolgere le attività di miglioramento e gli Audit interni, sia da parte dell'organismo esterno di certificazione per verificare la conformità del Sistema ai requisiti normativi.

Il 2017 vedrà inoltre l'azienda impegnata anche nell'adeguamento rispetto all'ultima edizione della norma SA8000 della parte del Sistema di Gestione relativo alla responsabilità sociale e nel rinnovo triennale delle certificazioni relative sia alla salute e sicurezza sul lavoro (OHSAS 18001) che alla sicurezza dei dati per quanto riguarda i servizi Cloud, Housing e sicurezza fisica dei Data Center a supporto (ISO 27001).

Per tutti gli altri schemi di certificazione sono previste le normali attività di mantenimento.

Sintonizzarsi con gli stakeholder

[G4 - 25]

Gli stakeholder o “portatori di interesse” sono coloro che hanno delle legittime aspettative nei confronti di Wind Tre o che possono influire sull’operatività dell’azienda.

[G4 - 24]

L’immagine seguente mostra gli stakeholder di Wind Tre raggruppati in categorie.

Figura 2. Gli stakeholder di Wind Tre.

[G4 - 26]

[G4 - 27]

Tra il 2015 e il 2016 Wind ha intervistato 22 “opinion leader”, esperti del settore delle telecomunicazioni, scelti in rappresentanza delle diverse categorie di stakeholder aziendali. Da tali interviste sono emerse le seguenti aspettative principali nei confronti del settore delle telecomunicazioni in generale e di Wind in particolare.

Rete

Estendere la copertura territoriale e la capillarità della rete in fibra ottica e della rete LTE, estendendo la banda ultra larga in modo capillare in tutto il Paese, anche per consentire alle altre aziende di sviluppare i loro servizi.

Marketing e attenzione al cliente

Essere trasparenti nei rapporti commerciali, nella presentazione di servizi e offerte; porre al centro del marketing il cliente, sviluppando soluzioni tecnologiche personalizzate in funzione dei bisogni reali e specifici di ogni cliente; essere in grado di dialogare al momento giusto, con la persona giusta, tramite lo strumento giusto e con il giusto messaggio, curando la relazione di post-vendita per fidelizzare il cliente. Utilizzare i Big Data per offrire servizi più efficienti ed efficaci.

Sviluppo di servizi

Offrire soluzioni di domotica integrata e Mobile Payment, rendendo disponibili al cliente più modalità per effettuare un acquisto in modo tale che sia lui a scegliere quella che preferisce.

Privacy e sicurezza dei dati

Garantire la sicurezza nel trattamento delle informazioni e l’affidabilità del Mobile Payment; supportare l’Autorità Garante e le associazioni dei consumatori, per definire le migliori regole per la gestione dei dati; tenere sotto controllo gli aspetti etici legati all’uso dei Big Data.

Sviluppo economico

Collaborare con gli altri attori del sistema per costruire ambienti digitali eccellenti all’interno dei quali competere; collaborare con la Pubblica Amministrazione per sviluppare servizi innovativi ad elevato impatto sul benessere dei cittadini; contribuire a colmare il gap di cultura manageriale digitale diffuso nelle piccole e medie imprese; contribuire all’innovazione insieme alle startup e promuovere modelli di apprendimento cooperativo per potenziare le opportunità di innovazione sociale.

Uso delle telecomunicazioni per scopi sociali

Contribuire al corretto utilizzo di Internet da parte di bambini e ragazzi; favorire l'integrazione sociale delle categorie svantaggiate attraverso applicazioni innovative e semplici da usare (ad es. domotica); contribuire alla formazione delle persone meno familiari con le nuove tecnologie per superare il digital divide; garantire un accesso universale alla rete ad una velocità minima di almeno 7 Megabit/s per evitare l'esclusione sociale; includere nel portafoglio di offerte soluzioni pensate per chi ha poche risorse a disposizione.

Consumo energetico e cambiamento climatico

Contenere l'impatto ambientale diretto e indiretto dell'azienda, con interventi di miglioramento dell'efficienza, ma anche politiche di approvvigionamento green e campagne di sensibilizzazione ambientale dei dipendenti; contribuire a ridurre gli spostamenti dei clienti, ad es. razionalizzando il traffico, favorendo la telemedicina e il telelavoro; contribuire alla riduzione delle emissioni di CO_2 dei settori industria, trasporti, costruzioni e reti elettriche grazie ad applicazioni innovative; sviluppare soluzioni che abbiano un minore impatto ambientale.

ABBIAMO CHIESTO LE LORO ASPETTATIVE A...

- **Paolo Anselmi** - Vice Presidente di GfK Italia
- **Arianna Azzolini** - Responsabile Daily Banking e Digital Products – Divisione Retail e Private – Banca Nazionale del Lavoro Gruppo BNP Paribas
- **Mariella Berra** - Docente di Sociologia delle reti telematiche e di Telematica pubblica: teoria e pratiche, al Dipartimento di Culture, Politica e Società presso l'Università degli Studi di Torino
- **Paolo Berro** - Senior Technic Engineer nell'area di ricerca e sviluppo tecnologico di Wind
- **Paolo Boccardelli** - Direttore LUISS Business School, Professore di Economia e Gestione delle imprese e Strategia d'impresa presso il Dipartimento d'Impresa e Management della LUISS Guido Carli
- **Gianfranco Bologna** - Direttore scientifico del WWF Italia, con oltre 40 anni di attività di divulgazione, didattica e progettualità sui temi della conservazione della natura e della sostenibilità
- **Rossella Cardone** - Head of Innovation, Sustainability & Corporate Responsibility Region Mediterranean Ericcson
- **Andrea Ferrari** - Responsabile dell'Esercizio, Pianificazione e Programmazione di ATAF Gestioni s.r.l.
- **Mario Frullone** - Vice Direttore Generale della Fondazione Ugo Bordoni, di cui dal 2003 è anche Direttore delle Ricerche
- **Alfonso Fuggetta** - Amministratore Delegato CEFRIEL
- **Andrea Genovese** - Project Leader Wind Business Factor C/O Digitouch e esperto di Internet marketing e Business digitale
- **Salvatore Ippolito** - Country Manager di Twitter Italia
- **Angelo Meregalli** - General Manager Italia, PayPal
- **Luigi Montuori** - Direttore del Dipartimento comunicazioni e reti telematiche e del Servizio di segreteria del Collegio Garante per la protezione dei dati personali
- **Fabrizio Pascale** - Technology Leader presso EY
- **Norberto Patrignani** - Docente di Computer Ethics presso il Politecnico di Torino
- **Dino Pedreschi** - Professore ordinario di Informatica all'Università di Pisa, Direttore del KDD LAB-Knowledge Discovery and Data Mining Laboratory
- **Andrea Penza** - Presidente di Aict - Society Aeit per la Tecnologia dell'Informazione e delle Comunicazioni
- **Carlo Alberto Pratesi** - Professore ordinario di Economia e Gestione delle Imprese al Dipartimento di Daniela Rao, T&N Research & Consulting Director, IDC Italia, azienda specializzata in ricerche di mercato in ambito IT e telecomunicazioni Studi Aziendali dell'Università Roma 3
- **Claudio Santoianni** - CTO Global Accounts – Italy, Alcatel-Lucent
- **Guido Scorza** - Managing Partner presso l'E-Lex Studio Legale

Nel 2017 Wind Tre intende realizzare un nuovo processo di ascolto strutturato per confermare o modificare i temi di particolare interesse e le principali istanze dei suoi stakeholder. Al momento della pubblicazione del presente documento l'azienda sta ragionando su un percorso più strutturato di ascolto e coinvolgimento degli stakeholder, con particolare riferimento ai clienti, per rispondere alla duplice esigenza di raccogliere informazioni utili alla conferma o ridefinizione dei temi più sentiti e comunicare la nuova identità aziendale ed i progetti pianificati per il prossimo periodo. In questo ambito saranno messe a sistema e valorizzate le best practice di Wind e H3G.

Ci eravamo impegnati a…

Nel Bilancio di Sostenibilità 2015 Wind ha espresso l'intenzione di realizzare alcune iniziative nel corso del 2016. Riportiamo di seguito lo stato di avanzamento di tali attività.

In ascolto dei nostri clienti

N.	Avevamo detto	Abbiamo fatto
1	Incrementare ulteriormente la sicurezza della navigazione in Internet da parte dei clienti, fissi e mobili; realizzare la soluzione DNS security feed.	La soluzione DNS security feed, realizzata nel 2016, incrementa la sicurezza della navigazione in Internet dei clienti fissi e mobili, aiutandoli ad evitare i siti pericolosi.
2	Mantenere a zero come nel 2014 e 2015 le sanzioni da parte del Garante Privacy.	Wind ha ricevuto una sanzione del valore di 20.000 Euro (impugnata però dall'azienda).
3	Effettuare ulteriori azioni di vigilanza su almeno 15 fornitori nominati responsabili esterni del trattamento.	Wind ha effettuato nel 2016 13 Audit "on site".
4	Mantenere a zero anche per il 2016 il numero di "data breach" (tentativi di violazione di dati).	Nessuna perdita di dati dei clienti a fronte di un tentativo di data breach.
5	Consolidare il posizionamento "smart value for money", con servizi e contenuti sempre più mirati per diversi segmenti di clientela (ad esempio: kids, giovani, senior, comunità etniche), in grado di assecondare le loro passioni, in partnership con i più importanti operatori globali di servizi digitali (i cosiddetti "Over-The-Top", OTT).	Tra le soluzioni offerte da Wind nel 2016, le offerte Noi Tutti, le soluzioni Abbonamento con i device Digital Home & Life inclusi, Wind Magnum Family (offerta con minuti, SMS e GIGA a metà prezzo per la famiglia). Nel 2016 è stata inoltre sviluppata la piattaforma VEON, App che prevede un'offerta di servizi digitali con la quale il cliente può chattare, chiamare e fare il pieno di GIGA, lanciata a inizio 2017.
6	Sviluppare ulteriormente l'offerta digitale e il "life style concept" Digital Home & Life, con prodotti e servizi per la persona e per la casa in cui la tecnologia è al servizio della vita di tutti i giorni.	Nel 2016 l'offerta Digital Home & Life si è arricchita di diverse categorie di prodotti su diversi segmenti di mercato; la famiglia, i bambini, la domotica e il fitness.
7	Continuare a formulare offerte commerciali dedicate in concomitanza con festività, ricorrenze, o stagionalità, favorendo la fidelizzazione e le relazioni di lungo periodo.	In occasione di festività e ricorrenze anche nel 2016 Wind ha messo a disposizione GIGA o minuti gratuiti a beneficio del clientela consolidata (offerte di caring).
8	Andare incontro alla crescente domanda di Dati da parte dei clienti rendendo la fruizione di Internet un servizio sempre più conveniente e quindi di facile accesso (es. GIGA a condizioni vantaggiose e prezzi speciali per chi è multidevice fuori e dentro casa con le offerte convergenti).	Nel 2016 è continuata la convergenza tra mobile e fisso per avere connettività fuori e dentro casa a condizioni vantaggiose. Continua inoltre la promo gratuita "porta i tuoi amici" che offre GIGA gratuiti a chi presenta i propri amici, e la promo "under 30" che offre un GIGA aggiuntivo all'offerta All Inclusive a chi ha meno di 30 anni.
9	Portare a regime nel 2016 il modello di servizio "cross channels", ossia ottenere una gestione trasversale e indipendente dal canale attraverso il quale il cliente ha interagito con l'assistenza (telefono, lettera, e-mail, Social Network, App, ecc.) e garantendo all'operatore visibilità integrata di tutte le interazioni.	Nel 2016 il modello di servizio "cross channels" è stato ridisegnato data la alta focalizzazione sui canali digitali. Nel corso del 2017 saranno valutati sviluppi ed integrazioni da implementare in ambito assistenza clienti.
10	Estendere nel 2016 i canali chat di assistenza introdotti nel 2015 sia per i clienti residenziali mobile e fisso che per la clientela Aziende, mettendo a loro disposizione una "Chat & Instant messaging care" evoluta.	Nel corso del 2016 sono stati resi disponibili, anche per la clientela Aziende, i canali chat di assistenza introdotti nel 2015. A giugno è stata lanciata Wind Talk Business che in pochi mesi ha raggiunto la registrazione di circa 8.000 SIM e attraverso la quale sono state gestite circa 2.000 segnalazioni.
11	Ampliare l'offerta di servizi, abilitando un bacino di utenti più ampio all'utilizzo del credito telefonico mediante l'integrazione con nuovi fornitori di contenuti.	Il 2016 ha visto il lancio di 9 nuove città nell'ambito dei servizi di Mobile Ticketing e Mobile Parking, rendendo, dunque, possibile l'accesso a queste innovazioni anche ai cittadini di città rilevanti quali Napoli, Ischia, Pompei, Trieste, Ancona, Prato ed altre. Per quanto riguarda, inoltre, la possibilità di acquistare contenuti digitali con il credito telefonico, oltre ai già attivi Google Play Store e Windows Phone Store, si è aggiunto anche Windows Store permettendo di pagare con credito telefonico anche i contenuti acquistati da PC.
12	Arricchire l'offerta commerciale con nuove categorie di beni (ad esempio ticketing degli eventi d'intrattenimento, pagamenti verso la Pubblica Amministrazione), rese possibili dalle evoluzioni normative.	Tra i servizi di mobilità urbana pagabili mediante credito telefonico, oltre al pagamento del ticket del trasporto pubblico e delle ore di sosta, nel 2016 Wind ha introdotto la possibilità di acquistare anche l'accesso alla ZTL di Milano (Area C) con la medesima esperienza utente.
13	Permettere la fruizione del servizio Mobile Ticketing ad un numero sempre maggiore di utenti, aumentandone la copertura in particolare nel Sud Italia.	Nel 2016 il servizio Mobile Ticketing è stato reso disponibile a Napoli ed in altre città della Campania (Ischia, Procida, Sorrento, linea Pompei-Vesuvio). Sempre in Campania, il pagamento con credito telefonico è stato attivato anche per i biglietti interurbani gestiti dal vettore SITA SUD per oltre 400 tratte. Infine, tra le città già attive, Bari ha visto registrare una delle crescite più significative (rispetto all'anno precedente) considerando i biglietti digitali venduti e gli utenti unici del servizio.

Affidabili e veloci con la nuova rete convergente

N.	Avevamo detto	Abbiamo fatto
14	Proseguire nello sviluppo delle reti e dei servizi a banda Ultrabroadband sia nel mobile, con le reti di quarta generazione, che nel fisso, con infrastrutture in fibra ottica.	Abbiamo esteso i servizi basati sui FTTH partendo dall'area di Milano e raggiungendo altre importanti città (Torino, Bologna, Perugia).
15	Estendere i Servizi Ultrabroadband ad ulteriori 111 comuni italiani entro il 2016.	A fine 2016 Wind offre con la tecnologia FTTC connessioni fino a 30 Mbps in 280 comuni italiani (obiettivo raggiunto).
16	Implementare dal 2017 la funzionalità di Carrier Aggregation per offrire ai clienti velocità sempre maggiori (fino a 225 Mbps di picco in downlink aggregando le bande 800 MHz e 2.600 MHz).	L'obiettivo non è ancora raggiunto.
17	Raggiungere con la copertura LTE entro il 2016 almeno il 70% della popolazione italiana.	A fine 2016 la rete LTE Wind raggiunge il 73% della popolazione, con un incremento di circa il 20% rispetto all'anno precedente.
18	Attuare nel 2016 ulteriori iniziative di efficienza energetica per un valore di circa 3 milioni di Euro.	Nel 2016 Wind ha effettuato iniziative di efficienza energetica per complessivi 2.9 MI Euro.
19	Anticipare al 2017 la riduzione del 50% rispetto al 2013 delle emissioni per unità di traffico (obiettivo precedentemente definito per il 2019).	A fine 2016 le emissioni per unità di traffico dati di Wind si erano ridotte del 54% rispetto alla baseline di fine 2013.

Connessi con il futuro

N.	Avevamo detto	Abbiamo fatto
20	Ampliare ulteriormente le iniziative di valore condiviso e a sostegno dell'innovazione sociale, lanciando una nuova edizione dei Wind Transparency Awards e nuove iniziative a sostegno della cultura imprenditoriale.	La seconda edizione dei Wind Transparency Awards si è svolta a ottobre 2016.

Le nostre persone: due anime, una squadra

Un organico giovane

[G4 - 9]
[G4 - 11]

Le persone che lavorano in Wind Tre sono oltre 9.300, tutte coperte da regolare contratto di lavoro.

Wind Tre	Wind			H3G		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
9.350	6.579	6.804	6.887	2.771	n.d.	n.d.

Tabella 3. Composizione del personale.

[G4 - 10]

Il totale del personale Wind alla fine del 2016 era pari a 6.579 persone, di cui il 47% donne.

In Wind le cessazioni nel 2016 sono state complessivamente 381 (a fronte di 156 assunzioni), con un turnover che è stato di conseguenza pari al 5,8%.

Per quanto riguarda H3G, invece, il totale del personale al 31/12/2016 era pari a 2.771 persone, di cui il 60,4% donne.

Le cessazioni nel 2016 sono state complessivamente 263, con un turnover pari di conseguenza a 9,5%.

	Wind Tre	Wind			H3G		
		2016	2015	2014	2016	2015	2014
DIRIGENTI	233	112	119	123	121	n.d.	n.d.
QUADRI	864	589	623	621	275	n.d.	n.d.
IMPIEGATI	8.253	5.878	6.062	6.143	2.375	n.d.	n.d.
TOTALE	**9.350**	**6.579**	**6.804**	**6.887**	**2.771**	n.d.	n.d.

Tabella 4. Composizione del personale.

	Wind Tre	Wind			H3G		
		2016[3]	2015[4]	2014	2016	2015	2014
Assunzioni	**319**	156	131	136	163	n.d.	n.d.
Cessazioni	**644**	381	214	152	263	n.d.	n.d.
Tasso di turnover	**6,89**	5,8%	3,1%	2,5%	9,5%	n.d.	n.d.

Tabella 5. Assunzioni e cessazioni.

	Wind Tre	Wind[5]			H3G		
		2016	2015	2014	2016	2015	2014
Nuove assunzioni uomini	**112**	52	73	67	60	n.d.	n.d.
Nuove assunzioni donne	**153**	50	46	69	103	n.d.	n.d.
Nuove assunzioni TOTALE	**265**	**102**	**119**	**136**	**163**	n.d.	n.d.

Tabella 6. Nuove assunzioni per genere.

3 *I dati comprendono anche i passaggi contrattuali infragruppo.*
4 *Le cessazioni del 2015 comprendono quelle per la cessione di Galata.*
5 *I dati non comprendono i passaggi contrattuali infragruppo.*

Complessivamente, nel pro-forma al 31 dicembre 2016 gli impiegati costituiscono l'88% della popolazione aziendale, i Quadri circa il 9% e i Dirigenti circa il 2%. **Le donne costituiscono complessivamente circa il 51% della popolazione aziendale**.

9.350
persone

51%
donne

In termini di incidenza del personale femminile con ruolo di dirigenza o quadro rispetto al totale, nella tabella seguente si riportano i dati per Wind, H3G e la nuova azienda al dicembre 2016.

	Wind	H3G	Wind Tre
Dirigenti donne sul totale dirigenti	18%	29%	**23,6%**
Quadri donne sul totale quadri	23%	31%	**25,7%**

Tabella 7. Incidenza femminile sull'organico quadro e dirigente.

Per quanto riguarda la **salute e sicurezza sul lavoro**, nel corso del 2016 sono stati registrati **135 infortuni** complessivi (88 in Wind e 47 in H3G) prevalentemente occorsi durante gli spostamenti casa-lavoro. Sia nel 2016 che negli anni precedenti non si è verificato fortunatamente alcun incidente mortale. Il tasso di infortunio per milione di ore lavorate si mantiene apprezzabilmente basso per entrambe le aziende.

Durante l'anno Wind ha continuato a monitorare sistematicamente anche gli infortuni nella catena di fornitura, ed in particolare quelli di due aziende che lavorano stabilmente presso le sedi aziendali. Tale monitoraggio ha riscontrato 6 infortuni in totale, in netta diminuzione rispetto all'anno precedente.

	Wind			H3G		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Numero di decessi						
Correlate al lavoro / dipendenti	-	-	-	-	-	-
Correlate al lavoro / fornitori	-	-	-	-	-	-
Non correlate al lavoro / dipendenti	-	-	-	-	-	-
TOTALE	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Numero di incidenti						
Correlati al lavoro / dipendenti	37	27	72	16	5	8
Correlati al lavoro / fornitori	6	10	15			
Non correlati al lavoro / dipendenti	45	44	46	31	34	39
TOTALE	**88**	**81**	**133**	**47**	**39**	**47**
Ore lavorate (totale)	8.464.625	8.622.412	8.780.909	4.310.286	4.358.916	4.349.118
Giorni/uomo lavorati	1.097.288	1.073.684	1.523.163	538.786	544.865	543.640
Tasso di infortunio per milione di ore lavorate						
Correlate al lavoro / dipendenti	**4,37**	3,13	**8,2**	**3,71**	1,15	**1,84**
Correlate al lavoro / fornitori	0,7	1,16	**1,71**			
Non correlate al lavoro / dipendenti	5,32	5,1	**5,24**	7,19	7,8	**8,97**
TOTALE	**10,39**	**9,39**	**15,15**	**10,9**	**8,95**	**10,81**
Tasso di infortunio per migliaia di giorni lavorati						
Correlati al lavoro / dipendenti	0,03	0,03	**0,05**	0,14	0,09	**0,04**
Correlati al lavoro / fornitori	0,01	0,01	**0,01**			
Non correlati al lavoro / dipendenti	0,04	0,04	**0,03**	0,16	0,26	**0,25**
TOTALE	**0,08**	**0,08**	**0,09**	**0,3**	**0,35**	**0,3**

Tabella 8. Indici di salute e sicurezza sul lavoro.

Drizziamo le antenne verso i migliori talenti

Il processo di selezione delle risorse umane in Wind Tre si basa sui principi del merito e delle pari opportunità e prende avvio da una richiesta della funzione interessata, che viene validata dalla Direzione Human Resources a seguito di una verifica dell'esigenza e tenuto conto dei vincoli organizzativi e di budget stabiliti per l'anno.

Attraverso prove e valutazioni successive svolte da professionisti con competenze specifiche, il processo fa emergere i candidati più adatti rispetto ai requisiti stabiliti.

Una rosa ristretta di candidati viene, quindi, invitata a svolgere dei colloqui con i Responsabili delle Risorse Umane e con quelli della funzione che ha richiesto il nuovo inserimento. Infine, una volta individuato il candidato migliore, viene formulata una proposta di assunzione.

L'azienda mantiene regolari rapporti di collaborazione con le principali Università italiane e partecipa ad iniziative di orientamento per gli studenti (ad esempio career day, testimonianze aziendali). Con l'obiettivo di creare un ponte tra il mondo accademico e quello professionale, Wind Tre accoglie stage curriculari, di orientamento e formazione.

LINEE D'AZIONE 2017

Focalizzare l'attenzione sul completamento delle selezioni per le posizioni manageriali previste nel nuovo organigramma e sul reclutamento mirato di figure professionali da inserire principalmente nell'area "digital", per potenziare alcuni progetti strategici.

Realizzare iniziative di "employer branding" in collaborazione con le Università, per far conoscere la nuova identità aziendale ai giovani neo-laureati.

Razionalizzare i processi e le attività relative alla salute e alla sicurezza sul lavoro, portando a fattor comune tutti gli adempimenti tipici e i database di raccolta dei dati.

La formazione e lo sviluppo delle persone

La formazione in Wind Tre viene gestita, a seconda degli obiettivi da raggiungere e delle competenze da sviluppare e mantenere, dalla Direzione Human Resources o dalle funzioni preposte all'interno delle aree Vendite, Customer Management, Privacy e Safety. La Direzione Human Resources si occupa della formazione relativa allo sviluppo tecnologico, alle competenze di natura soft, agli skill specifici "di mestiere", ai percorsi di natura istituzionale e allo sviluppo delle competenze manageriali.

Nel corso del 2016 sono state erogate complessivamente in Wind e H3G 63.635 ore di formazione/uomo, di cui 54.967 ore in Wind, pari a circa 8 ore medie per dipendente, e 8.668 ore in H3G, pari a circa 3 ore medie per dipendente. Nel 2016 la percentuale di persone coinvolte in almeno una sessione formativa è stata del 20% in Wind e del 24% in H3G.

Le attività svolte sono riconducibili ad un ampio spettro di temi, tra cui, ad esempio, contenuti di area comportamentale, tecnica, normativa e linguistica. Alcuni progetti formativi orientati a favorire la cultura digitale sono stati particolarmente innovativi, sia per quanto riguarda le tematiche proposte, sia per le modalità di fruizione dei contenuti. Inoltre, poiché nel 2016 Wind ha proseguito il piano iniziato nel 2014 per internalizzare alcune attività tecniche, sono state realizzate le attività di formazione necessarie a rafforzare le competenze del personale assorbito, attraverso corsi in aula e sul campo.

Ex Wind									
Categoria	Ore/formazione persona			Consistenza media per categoria			Ore medie per categoria e genere		Ore medie persona
	F	M	Totale	F	M	Totale	F	M	
DIRIGENTE	293,00	565,00	858,00	18,92	95,00	113,92	15,49	5,95	7,53
QUADRO	494,00	1.460,00	1.954,00	138,17	478,17	616,34	3,58	3,05	3,17
IMPIEGATO	16.271,00	35.884,00	52.155,00	2.998,00	3.020,33	6.018,33	5,43	11,88	8,67
TOTALE COMPLESSIVO	**17.058,00**	**37.909,00**	**54.967,00**	**3.155,09**	**3.593,50**	**6.748,59**	**5,41**	**10,55**	**8,14**

Ex H3G									
Categoria	Ore/formazione persona			Consistenza media per categoria			Ore medie per categoria e genere		Ore medie persona
	F	M	Totale	F	M	Totale	F	M	
DIRIGENTE	451,00	668,00	1.119,00	36,10	91,30	127,40	12,49	7,32	8,78
QUADRO	763,00	1.302,00	2.065,00	87,80	198,90	286,70	8,69	6,55	7,20
IMPIEGATO	2.705,00	2.779,00	5.484,00	1.594,80	842,40	2.437,20	1,70	3,30	2,25
TOTALE COMPLESSIVO	**3.919,00**	**4.749,00**	**8.668,00**	**1.718,70**	**1.132,60**	**2.851,30**	**2,28**	**4,19**	**3,04**

Tabella 9. Quantità di formazione erogata per categoria contrattuale e genere.

Nel corso del 2016, per quanto riguarda H3G, 372 dipendenti sono stati interessati da specifiche attività di formazione e informazione riguardanti la sicurezza sul lavoro, per un totale di 1.599 ore uomo, mentre per quanto riguarda Wind sono stati interessate 1.673 persone per un totale di 12.362 ore uomo.

LINEE D'AZIONE 2017

Nel 2017 l'azienda investirà molto su programmi formativi per la gestione del cambiamento e l'integrazione culturale. I valori aziendali saranno veicolati in modo strutturato affinché siano riconosciuti da tutte le persone dell'azienda e siano d'ispirazione nei comportamenti quotidiani. A questo fine si svolgeranno iniziative di formazione, comunicazione ed engagement che riguarderanno i vari segmenti della popolazione aziendale anche attraverso meccanismi di "cascading", da capo a collaboratore.

A livello tecnico, invece, la formazione nel 2017 sarà funzionale ai progetti più strategici di innovazione e trasformazione tecnologica. Vi saranno, quindi, ad esempio, programmi per diffondere alla struttura technology competenze tecniche necessarie all'integrazione delle reti di Wind e H3G, iniziative mirate all'accrescimento delle competenze digitali, oltre, naturalmente, a corsi per rispettare gli adempimenti richiesti dalle normative vigenti e corsi sull'utilizzo dei nuovi software aziendali.

La valorizzazione delle persone e il welfare aziendale

In Wind Tre è prevista una **valutazione periodica delle competenze** per riconoscere i risultati raggiunti nel perseguimento degli obiettivi aziendali.

Nella determinazione delle remunerazioni, Wind Tre adotta criteri basati sulla normativa vigente e su analisi di benchmark. Le eventuali variazioni di remunerazione del CEO e del Management Team vengono definite sulla base di indagini di mercato svolte da Società terze indipendenti, e vengono determinate insieme alla proprietà e in accordo al suo Compensation Committee.
Le politiche di remunerazione del Management includono una parte di retribuzione variabile legata ai risultati aziendali.

I **benefit** vengono riconosciuti a tutti i dipendenti, indipendentemente dal livello e dalla tipologia contrattuale, ad eccezione di una polizza infortuni e dell'assistenza sanitaria, per le quali si prevedono dei massimali diversi a seconda dell'inquadramento contrattuale.

I principali benefit per le persone di Wind Tre sono:

- Fondo Solidarietà, che fornisce rimborsi per spese mediche del dipendente e dei familiari;
- Integrazione della retribuzione per le lavoratrici madri nel periodo di maternità facoltativa;
- Polizza vita;
- Polizza infortuni;
- Fondo previdenza complementare;
- Facilitazioni contrattuali (ore di permesso retribuite per visite mediche).

Sia Wind che H3G avevano inoltre diverse iniziative ulteriori per favorire la conciliazione tra l'attività lavorativa e la vita privata, che verranno confermate e armonizzate nel prossimo periodo in Wind Tre.

Di particolare importanza è ritenuto l'utilizzo di strumenti innovativi quali il telelavoro domiciliare ed altre forme flessibili di lavoro (smart working), così come la disponibilità aziendale a favorire una maggiore diffusione del part-time.

Inoltre, per quanto riguarda Wind, presso le sedi di Roma, Pozzuoli e Palermo sono operativi degli **asili nido aziendali**, che offrono un servizio elastico in relazione agli orari di lavoro, nel pieno rispetto delle esigenze dei bambini. L'evento **"Bimbi in ufficio con mamma e papà"**, al quale nel 2016 hanno partecipato circa 5.000 figli dei dipendenti, apre le porte delle sedi aziendali ai bambini per un giorno di festa in cui possono vedere il luogo di lavoro dei genitori.

L'azienda, inoltre, supporta i dipendenti nell'affrontare le spese dei libri scolastici tramite il **Prestito Scuola**, da restituire rateizzato in busta paga e, tramite l'iniziativa **Employability**, orienta i figli dei lavoratori verso percorsi formativi in linea con le loro inclinazioni e con l'andamento del mercato del lavoro.

Il servizio **Elder Care** è rivolto, invece, a chi si trova ad affrontare situazioni difficili nell'assistenza a familiari anziani o diversamente abili.

Infine, Wind offre alle sue persone alcuni servizi per semplificare la vita quotidiana e alleggerirla da piccole incombenze:

- **Concierge:** servizio di lavanderia, riparazione calzature e piccola sartoria, con ritiro e riconsegna gratuita in azienda, acquisto di farmaci da banco;
- **Pratiche amministrative:** disbrigo gratuito di pratiche amministrative da parte di un addetto che ritira le richieste in azienda, effettua le attività necessarie e riconsegna in azienda la documentazione (Poste, Uffici pubblici, Università, ecc.);
- **Assistenza auto e moto:** ritiro gratuito dell'auto/moto in ufficio da parte di un addetto per effettuare operazioni di riparazione e manutenzione, con riconsegna presso la sede di lavoro;
- **Consulenza online:** notizie e approfondimenti tematici gratuiti in materia medica e psicologica, legale e fiscale, con la possibilità di richiedere l'assistenza di professionisti certificati per consulenze personalizzate a pagamento;
- **Easy Ticket:** possibilità di acquistare, a prezzi ridotti, biglietti per cinema e parchi divertimento, ritirandoli direttamente in azienda;
- **Temporary Shop online:** permettono di acquistare, per un periodo di tempo limitato, prodotti a prezzi scontati;
- **Convenzioni:** attive su tutto il territorio nazionale, con sconti presso numerosi esercizi commerciali e servizi, nelle immediate vicinanze delle sedi di lavoro;
- **Bacheca:** servizio online attraverso il quale i dipendenti possono diffondere annunci di compravendita: lo strumento permette di pubblicare circa 1.000 annunci l'anno.

Per quanto riguarda H3G, diversi strumenti e iniziative aiutano a risparmiare tempo e denaro, incoraggiano stili di vita salubri e offrono un supporto nella gestione delle attività familiari. Riportiamo di seguito le principali iniziative.

Time&Money saving

- sportello concierge di disbrigo pratiche e piccole commissioni;
- assistenza fiscale nella compilazione del 730;
- agevolazioni sui trasporti;
- servizio di lavanderia convenzionato in azienda;
- convenzioni aziendali;
- carnet Alitalia per acquistare biglietti aerei con addebito rateizzato in busta paga;
- mercatini alimentari in azienda con vendita settimanale di prodotti a km 0;
- temporary shop on site, cioè eventi aziendali con vendita di abbigliamento e accessori, prodotti naturali e cosmesi a prezzi scontati.

Health care

- programma di check-up medico convenzionato e dilazionato;
- programma di prevenzione con visite specialistiche effettuate in azienda ad un costo convenzionato trattenuto in busta paga;
- copertura assicurativa a carico dell'azienda per il 90% sulla vita, sull'invalidità permanente da malattia, su infortuni e spese mediche, estendibile al proprio nucleo famigliare;
- posti rosa, cioè parcheggi riservati alle future mamme, a partire dal 5° mese di gravidanza;
- frutta fresca ogni giorno in ufficio;
- massaggi e fisioterapia in azienda;
- nutrizionista e naturopata su appuntamento durante la pausa pranzo, a costo convenzionato a carico del dipendente.

Family care

- turnistica privilegiata nei Call Center per le mamme fino al compimento dei 3 anni del figlio;
- permessi retribuiti per le malattie dei figli, permessi speciali per l'inserimento all'asilo nido e alla scuola materna;
- paghetta 3: un aiuto economico rivolto ai figli dei dipendenti più meritevoli iscritti a scuole medie inferiori e superiori;
- campus estivi residenziali, un utile supporto per la gestione dei figli durante il periodo estivo, tramite attività didattiche, sportive, ludiche e ricreative che si svolgono vicino alla sede aziendale;
- convenzioni con asili nido, scuole materne e campus estivi per ragazzi;
- sportello anziani e aiuto a gestire famigliari che perdono l'autosufficienza;
- consulenza online, notizie e approfondimenti tematici gratuiti in materia medica e psicologica;
- buono scuola: un prestito rateizzato per l'acquisto di libri e materiale scolastici.

[G4 - 12]
[G4 - 13]

I nostri fornitori, per una qualità “made in Italy”

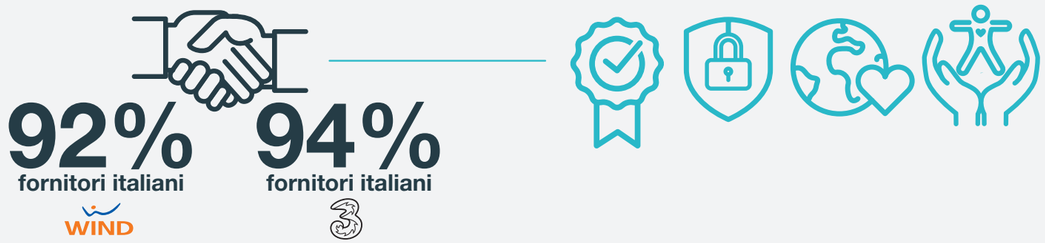
La catena di fornitura di Wind Tre è coinvolta prevalentemente nell’implementazione e nella manutenzione delle infrastrutture e degli apparati che consentono il funzionamento della rete di telecomunicazioni. I principali attori della filiera sono spesso costituiti da grandi player internazionali che forniscono:

- infrastruttura fisica;
- apparati e servizi di rete;
- software.

Al 31.12.2016 i fornitori qualificati di Wind erano 813, di cui 497 hanno ricevuto degli ordini di acquisto durante l’anno, mentre i fornitori qualificati di H3G erano 2.650, di cui 364 hanno ricevuto degli ordini di acquisto durante l’anno.

[G4 - 6]

Quasi tutti i fornitori hanno sede in Italia (92% per Wind, 94% per H3G).



Wind Tre, in fase di selezione e nella gestione dei propri fornitori, richiede che essi soddisfino **requisiti in materia di qualità, ambiente, salute e sicurezza e responsabilità sociale**. Le verifiche realizzate da Wind Tre mirano a valutare l’impegno e la prestazione dei fornitori su alcuni temi specifici e comprendono degli Audit per l’accertamento dei requisiti.

Fino al 2015 Wind, nell’ambito del suo Sistema di Gestione Integrato, ha effettuato tali verifiche che hanno riguardato, ad esempio:

- **personale:** consistenza, distribuzione in base al genere e al livello, inquadramento contrattuale, quantità di ore lavorate, modalità di gestione degli straordinari, eventuali benefit;
- **salute e sicurezza sul lavoro**, analisi condotte sui livelli di stress e sul microclima interno;
- **politiche ambientali**, certificazioni possedute, procedure di qualifica.

A differenza degli anni precedenti, nel 2016 non sono stati condotti Audit di seconda parte, cioè verifiche sui fornitori di Wind, in ambito di responsabilità sociale, qualità, ambiente, salute e sicurezza, in quanto, sulla base dell’esperienza del biennio 2014-2015 e su richiesta dell’Azionista, l’azienda ha revisionato le sue procedure di Audit per la valutazione dei fornitori. In particolare, sono stati modificati i questionari utilizzati e le metodologie di valutazione, nonché i criteri di selezione dei fornitori da sottoporre a verifica. La nuova procedura è stata approvata a settembre del 2016. L’impegnativa revisione della metodologia da applicare e soprattutto l’eccezionale scenario dell’ultimo trimestre, dovuto all’imminenza della fusione; non hanno permesso la programmazione e l’attuazione di Audit sui fornitori durante il 2016.

In Wind nel 2016 è proseguito il **progetto Ethical Procurement**, promosso nell’ambito del Gruppo Vimpelcom con l’obiettivo di valutare e gestire i rischi associati al comportamento dei fornitori. Tale iniziativa prevede:

- la condivisione con i fornitori del Supplier Code of Conduct (SCOC);
- una campagna di risk assessment dei fornitori, attraverso un tool online denominato ECOVADIS, in riferimento a quattro ambiti:
  - Environment (policy e strumenti specifici per la gestione degli impatti ambientali);
  - Labour Practices & Human Rights (focus sui diritti umani e sulle condizioni dei lavoratori);
  - Fair Business Practices (comportamento etico nelle relazioni di Business con altre entità o organizzazioni);
  - Sustainable Procurement (fattori sociali e ambientali considerati nelle decisioni di acquisto).

Nel 2016 sono stati identificati 81 fornitori su cui effettuare l’assessment, scelti in quanto ritenuti ad “alto rischio” o in quanto destinatari del maggior volume di spesa (il valore dell’ordinato verso tali fornitori costituisce circa il 75% del totale). 53 di tali fornitori hanno completato l’assessment, e le verifiche non hanno evidenziato alcuna violazione del Codice di Condotta.

Nel 2016 Wind ha avviato un nuovo progetto, chiamato **processo di Compliance**, per valutare il rischio di corruttibilità dei fornitori ed evitare di incorrere in comportamenti fraudolenti: ad un controllo anagrafico del soggetto giuridico in esame segue un approfondimento delle sue modalità di comportamento nelle eventuali interazioni avute con la Pubblica Amministrazione. In base a tali verifiche il fornitore viene ritenuto idoneo o meno ad instaurare rapporti commerciali, con o senza specifici accorgimenti.

A conferma delle ottime relazioni che intercorrono tra le due aziende e i loro fornitori, al 31.12.2016 risultano pendenti solo 3 contenziosi con i fornitori di Wind e 3 con i fornitori di H3G.

LINEE D'AZIONE 2017

Integrare la gestione dell'Albo Fornitori.
Uniformare i processi relativi ai rapporti con i fornitori.
Identificare un unico software di gestione degli approvvigionamenti.

La solidarietà in Wind e H3G e l'impegno delle persone dell'azienda

[G4 - EC7]

Lanciato a dicembre 2013, il progetto **"All Inclusive Solidale – più vicini all'Italia"** costituisce un esempio di integrazione dei temi sociali nella proposta dell'azienda verso il cliente. Ogni mese, i clienti che aderiscono all'iniziativa contribuiscono con 50 centesimi del proprio conto a progetti di sostegno sociale concreto, consentendo a Wind di raddoppiare la donazione di ogni cliente destinando altri 50 centesimi. Tutti i fondi raccolti vengono interamente devoluti all'associazione beneficiaria titolare del progetto sostenuto. Dopo Caritas per il progetto "Empori della Solidarietà" e Save the Children per il progetto "Illuminiamo il Futuro", da maggio 2016 All Inclusive Solidale ha lanciato una partnership con la fondazione Banco Alimentare per il progetto "Dona un Pasto", una campagna per aiutare chi oggi nel nostro Paese vive in povertà. Con ogni Euro donato da Wind e dai suoi clienti in All Inclusive Solidale vengono ricavati 16 pasti destinati a chi è in situazione di bisogno. Il Banco Alimentare, infatti, recupera le eccedenze della filiera agroalimentare e le ridistribuisce gratuitamente alle strutture caritative a sostegno dei più poveri in tutta Italia.

Da molti anni, a titolo gratuito, Wind e H3G offrono il servizio di **SMS Solidale** alle Organizzazioni no-profit, alle Onlus, alle Associazioni e Fondazioni senza scopo di lucro, in collaborazione con gli altri operatori italiani di telefonia. Attraverso questo servizio, i clienti possono compiere donazioni del valore di 1 o 2 Euro tramite l'invio di SMS dal loro cellulare. I fondi raccolti vengono interamente devoluti all'associazione beneficiaria titolare del progetto sostenuto. Il numero di raccolte sostenute registra una crescita costante, anno dopo anno. Nel 2016 Wind ha sostenuto complessivamente oltre **110 iniziative**, con una raccolta complessiva di oltre **5 milioni di Euro**. Nello stesso periodo H3G ha sostenuto **116 raccolte** tramite numerazione solidale raccogliendo **oltre 2 milioni di Euro**. Le iniziative sostenute nel 2016 hanno riguardato diversi temi sociali e umanitari, quali la ricerca scientifica, l'infanzia, il sostegno ai Paesi in via di sviluppo, la violenza sulle donne, la tutela della natura e le emergenze (nel 2016, ad esempio, il terremoto che ha colpito il Centro Italia, in collaborazione con la Protezione Civile).

110 iniziative sostenute WIND

116 iniziative sostenute 3

7 milioni complessivamente rccolti

IL TERREMOTO IN ITALIA CENTRALE

In occasione dei terremoti che hanno ripetutamente colpito l'Italia centrale tra agosto e novembre 2016, Wind e H3G, oltre a partecipare al Comitato Operativo congiunto stabilito presso la Protezione Civile, hanno immediatamente operato per ripristinare il servizio e per sostenere le popolazioni colpite.

Né Wind né H3G hanno sofferto danni particolarmente gravi a seguito del terremoto del 24 agosto; entrambi gli operatori hanno registrato però parziali interruzioni del servizio dovute alla mancanza di energia elettrica, contrastate attraverso la messa in campo di gruppi elettrogeni di emergenza. Nel terremoto del 30 ottobre quattro stazioni radio base (BTS) di Wind sono state danneggiate a causa del crollo degli edifici che le ospitavano o di edifici limitrofi. Tre di esse sono state riattivate l'11 novembre, mentre la quarta è stata riattivata il 23 dicembre.

Oltre a sospendere tutte le attività di billing e gestione del credito per i residenti nelle aree terremotate, Wind ha offerto loro gratuitamente 200 minuti/mese di servizi voce e 1 GB/mese di servizi dati per due mesi, oltre a donare un credito di 5 Euro/mese fino alla fine dell'anno. H3G ha invece donato un credito di 50 Euro a tutti i clienti prepagati residenti nelle aree colpite dal terremoto del 24 agosto.

In occasione del terremoto di agosto, i dipendenti di H3G hanno supportato l'iniziativa "Un aiuto subito" promossa dai Media "Il Corriere della Sera" e "La7", con una donazione attraverso una trattenuta in busta paga di 23.000 Euro complessivi, mentre i dipendenti Wind hanno partecipato ad una simile iniziativa promossa dai sindacati del settore, donando 24.000 Euro complessivi che includevano anche una "matching donation" da parte dell'azienda.

Sia Wind che H3G, inoltre, hanno sostenuto le campagne di raccolta fondi con numerazione solidale coordinate dalla Protezione Civile. Complessivamente fino a dicembre 2016, con l'ultima campagna che doveva ancora concludersi, i clienti delle due aziende avevano donato oltre 5 MI Euro.

Infine, la nuova azienda Wind Tre si è attivata nei primi mesi del 2017 per il sostegno diretto alla ricostruzione di una scuola nella città di Amatrice.

Il 1° ottobre 2016 la **Società consortile "Dono Per"** (costituita dagli operatori Tim, Vodafone e Wind Tre) ha iniziato la sua attività. Il consorzio, costituito in data 30 marzo 2015, non ha scopo di lucro ed ha per oggetto l'utilizzo delle numerazioni solidali (455XY), per lo svolgimento di iniziative di raccolta e distribuzione di fondi a scopo di beneficenza nel rispetto della normativa di legge e di regolamento di volta in volta vigente, offrendo inoltre servizi aggiuntivi previo il pagamento di una fee. Non essendo la Società a fini di lucro, eventuali utili di gestione saranno impegnati in progetti di carattere sociale e/o benefico o saranno reinvestiti nell'attività sociale.

L'aula laboratorio **Reporteen School**, la prima scuola italiana permanente di giornalismo televisivo e web tv per ragazzi, che Wind ha realizzato in collaborazione con l'Ufficio Scolastico Regionale della Campania e con l'Ordine dei Giornalisti, nata per aiutare la Città della Scienza nel suo progetto di ricostruzione a seguito dell'incendio doloso, ha vinto a settembre 2016 il Sodalitas Social Award nella categoria giovani e futuro. La Giuria del Premio ha riconosciuto in Reporteen School la migliore iniziativa, sotto il profilo di innovazione, dimensione multistakeholder, qualità del Management e rilevanza dei risultati, volta a promuovere l'occupabilità dei giovani e a ridurre la distanza che separa la scuola dal mondo del lavoro.

Nata da una proposta dei dipendenti Wind è anche l'offerta commerciale **"SMS e GIGA per te"**, lanciata a ottobre 2014, dedicata alle persone sorde. L'offerta prevede ogni mese fino a 1.500 SMS gratuiti, e la possibilità di navigare in Internet illimitatamente con 3 GIGA alla massima velocità disponibile al prezzo di 5 Euro al mese. Un concept innovativo, solidale e fuori dai tradizionali schemi d'offerta, che esprime i valori di chiarezza, semplicità e trasparenza in cui l'azienda crede da sempre. Da settembre 2014 a fine dicembre 2016, sono state 4.396 le persone che hanno attivato SMS e GIGA per te.

Nell'ambito della partnership con WWF Italia (v. oltre, il capitolo sulla riduzione degli impatti ambientali), Wind ha coinvolto anche nel 2016 i propri clienti e dipendenti in attività di sensibilizzazione e ha sostenuto le campagne del WWF su clima ed energia. A marzo Wind ha sostenuto, con una campagna web e social **Earth Hour**, la più grande mobilitazione globale organizzata da WWF contro il cambiamento climatico e per uno stile di vita sostenibile, che coinvolge nel mondo oltre 2 miliardi di persone.

Grazie alla preziosa collaborazione della Croce Rossa Italiana e dell'Avis, anche nel 2016 i dipendenti di Wind hanno potuto partecipare alla **donazione di sangue** presso le sedi di Roma, Milano, Ivrea e Napoli. Un gesto semplice, ma importante. Sempre in tema di tutela della salute, oltre 900 dipendenti Wind hanno partecipato alla **Race For the Cure**, la maratona per raccogliere fondi per la lotta al tumore al seno e promuovere la sensibilizzazione dell'opinione pubblica sull'importanza della prevenzione. Wind si è aggiudicata il premio come seconda squadra aziendale con il maggior numero di iscritti ed ha corrisposto una donazione complessiva, grazie anche alle iscrizioni dei dipendenti, di **quasi 30.000 Euro**.

I dipendenti H3G hanno nel corso del 2016 supportato l'iniziativa "Un aiuto subito" promossa dai Media "Il Corriere della Sera" e "La7", con una donazione attraverso una trattenuta in busta paga, per le attività a sostegno della popolazione del Centro Italia colpite dal grave terremoto avvenuto ad agosto.

Infine, anche nel 2016 è proseguito l'impegno volontario di "mentori" Wind per sostenere i ragazzi delle scuole superiori nell'impegnativo passaggio tra scuola e mondo del lavoro (v. oltre).

Tra scuola e mondo del lavoro

L'iniziativa **Wind Tre adotta una scuola**, svolta in collaborazione con Fondazione Sodalitas, consiste in un percorso formativo e professionale della durata di 7 mesi che accompagna i giovani studenti dalla 4ª alla 5ª e che, parallelamente alla formazione scolastica, li aiuta ad acquisire molte delle competenze necessarie per entrare con successo nel mondo del lavoro.

Nell'edizione 2016, 16 professionisti Wind nelle città di Milano, Roma e Napoli, in qualità di "mentori", hanno dedicato oltre 100 ore per Istituto tra formazione, incontri e confronti sui temi di più stretta attualità e utilità in materia di lavoro. Ogni studente è stato seguito dal proprio mentore di riferimento, con questionari personalizzati e la simulazione di un primo colloquio di lavoro, in modo da evidenziare le sue aspettative. Il progetto ha previsto inoltre incontri per la preparazione allo stage aziendale nonché, per ciascuno studente, uno stage estivo della durata di 2 settimane, presso Wind o altre imprese.

A maggio 2017 è partita la 5ª edizione del progetto nelle città di Milano, Roma e Napoli, dove 18 mentori avranno la possibilità di seguire i ragazzi della 4ª superiore di 3 Istituti ITIS.

Per il terzo anno consecutivo Wind è stata nel 2016 main partner dell'iniziativa **Latuaideadimpresa**, il progetto coordinato da Confindustria e patrocinato dal Ministero dell'Istruzione per la diffusione nella scuola superiore della cultura d'impresa e dell'importanza di fare impresa in modo eticamente sostenibile. Si tratta di una gara tra le idee imprenditoriali degli studenti, messe in competizione sulla piattaforma web latuaideadimpresa.it, dove gli studenti possono confrontarsi e proporre idee, video, fotografie sul tema della trasparenza, evidenziando l'importanza di sviluppare un mercato con un impatto sociale ed ambientale sostenibile. Lo spazio online coinvolge studenti, insegnanti e imprenditori, favorendo l'interazione sui temi dell'imprenditorialità, dell'innovazione d'impresa e delle competenze richieste dal mondo del lavoro.

Nella prima metà del 2016, infine, Wind ha sostenuto la prima mappatura dell'innovazione nelle scuole italiane dal punto di vista formativo e didattico ed anche dal punto di vista sociale. La mappatura è propedeutica al lancio in Italia del programma internazionale **Changemaker Schools**. Obiettivo è inserire anche le scuole italiane che verranno selezionate per il programma in una community impegnata sui temi dell'educazione, che ha tra le sue priorità quella di incoraggiare gli studenti all'empatia, al lavoro di gruppo, alla leadership e alla creatività, gli ingredienti sui quali poter costruire il proprio futuro. Con la messa in rete insieme alle changemaker school di tutto il mondo, le scuole faranno parte di una community globale ed avranno la possibilità di condividere il sapere, le metodologie, le esperienze per poter poi sostenere e sviluppare l'innovazione su grande scala.

Connessi con il futuro

Un mercato complesso e in continua evoluzione

Un Business da 25 miliardi

L'Italia è il quarto mercato europeo dei servizi di telecomunicazione in termini di fatturato dopo Regno Unito, Germania e Francia.

TIPO DI SERVIZIO	VALORE DEL MERCATO 2016 (miliardi di Euro)
Telefonia mobile	14
Fonia fissa (Voce e VAS)	5
Accesso ad Internet da rete fissa	4,7

Tabella 10. Valore del mercato delle telecomunicazioni in Italia.

Il mercato italiano di telefonia mobile è in ripresa rispetto al 2015, per effetto della crescita dei servizi Internet e dei contenuti, mentre quello della fonia fissa (Voce e VAS) è in diminuzione, per la riduzione del traffico voce. Per quanto riguarda l'accesso ad Internet da rete fissa, il segmento Broadband vale l'intero mercato.

Per quanto riguarda le **telecomunicazioni mobili**, in Italia vi sono circa 84 milioni di SIM registrate al 31.12.2016, pari a un tasso di penetrazione di circa il 139% della popolazione italiana, per il diffuso utilizzo di più SIM da parte di molti clienti. Si stima che circa il 75% dei clienti mobili italiani abbia sottoscritto un servizio di telefonia prepagato. Escludendo gli operatori virtuali, cioè quelli senza rete propria, Wind Tre detiene una quota di mercato stimata del 37,2% (rispettivamente 24,5% Wind e 12,8% H3G), mentre Telecom Italia detiene il 35,2% e Vodafone il 27,6%.

Per quanto riguarda i **servizi voce di fonia fissa**, il mercato italiano, che è stato liberalizzato nel 1998, è il quarto in Europa per valore, preceduto da Regno Unito, Germania e Francia. I principali attori, oltre a Wind Tre, sono Telecom Italia, che è l'operatore dominante, Fastweb, Vodafone/Teletu, Tiscali e BT Italia.

Infine, per quanto riguarda i **servizi dati di fonia fissa**, nel 2016 gli accessi ad Internet a banda larga hanno raggiunto una penetrazione del 76% sul totale delle linee fisse italiane. I servizi Broadband sono cresciuti rapidamente negli ultimi anni, raggiungendo approssimativamente 14,8 milioni di connessioni, pari a circa il 2% della popolazione italiana. Nonostante ciò, l'Italia non è ancora al passo rispetto agli altri Paesi europei.

Le offerte tendono ad un approccio integrato

Le reti per trasmettere i segnali di telefonia mobile possono usare diversi sistemi di connessione, tradizionalmente indicati con un numero crescente di "G", a significare l'incremento dei livelli di prestazione (2G, 3G, 4G, 5G).

Nelle offerte commerciali la navigazione in mobilità su rete 4G è un elemento fondamentale, anche per gli operatori virtuali, e nell'ultimo anno sono stati annunciati lanci e sperimentazioni per la voce su LTE, il 4G+ e il 5G.

I servizi a valore aggiunto (VAS) caratterizzano la maggior parte delle offerte, continuando a rappresentare uno stimolo per la domanda di traffico dati, sia sul mercato consumer, con lo streaming audio e video, che su quello Business, in ambito smart working, M2M e Internet of Things.

Nell'ultimo periodo, inoltre, è aumentata l'offerta di Smartphone e Tablet, anche di alta gamma, promossa per mezzo di servizi di assistenza premium su terminali, hot spot e inclusione di traffico dati.

Le più importanti partnership degli operatori con altri player hanno riguardato i contenuti video, il potenziamento e l'estensione della rete 4G, lo sviluppo di reti 4G+ e 5G, e progetti per l'Internet of Things e il Mobile Payment.

Nel 2016 il mercato dei servizi di telecomunicazioni di rete fissa è stato caratterizzato dall'evoluzione verso il modello quadruple play, dove ai servizi convergenti con voce e Internet, su rete fissa e mobile, si sono aggiunti i contenuti digitali di streaming video per i profili consumer e di soluzioni a supporto della digitalizzazione delle imprese per l'utenza Business. Si è sviluppata soprattutto l'offerta dei servizi su fibra.

In ambito Business si è assistito al lancio di nuovi piani per le Partita IVA e le PMI, con offerte convergenti di rete fissa e mobile, servizi per la gestione documentale, la stampa, servizi per pagamenti in mobilità e per il Retail, sistemi di videosorveglianza, servizi Wi-Fi da mettere a disposizione dei clienti, assistenza premium e smart working.

Entro il 2020 la banda ultra larga raggiungerà tutti

La strategia italiana per la banda ultra larga ha l'obiettivo di coprire entro il 2020 il 100% della popolazione con servizi ad almeno 30 Mbps in download e l'85% ad almeno 100 Mbps in download.

A dicembre 2016 la copertura delle reti Ultrabroadband (sopra i 30 Mbps) in Italia ha superato il 60% della popolazione, con oltre 1.800 centri urbani abilitati ai nuovi servizi. Inoltre, secondo i piani degli operatori privati, tale copertura raggiungerà l'84% entro il 2018.

Il piano industriale di Enel OpEn Fiber prevedeva nel periodo 2016-2021 la copertura con fibra ad altissima velocità di circa 9,5 milioni di case e il cablaggio di 250 città situate nelle aree a successo di mercato. La Società si è fusa con Metroweb, assumendo il nuovo nome di OpEn Fiber. Oltre alla rete acquisita da Metroweb a Milano, Torino e Bologna, OpEn Fiber ha attivato i primi collegamenti a Perugia e ha avviato i lavori per la cablatura di Palermo, Catania, Bari, Napoli, Firenze, Venezia, Cagliari e Padova, città che saranno seguite a breve da quelle di Genova, Siracusa e Messina. L'operatore prevede di raggiungere una soglia di copertura tale da dare avvio al servizio in circa venti città tra la fine del 2017 e l'inizio del 2018.

Anche TIM e Fastweb si stanno muovendo in questo ambito, grazie ad una partnership per la realizzazione delle infrastrutture a banda ultra larga con tecnologia Fiber To The Home (FTTH) in 29 città italiane già coperte in Fiber To The Cabinet (FTTC), in modo da collegare entro il 2020 circa 3 milioni di abitazioni con tecnologia FTTH.

Nel 2017 per il settore delle telecomunicazioni si attende una ripresa nel segmento mobile, grazie ad un approccio più razionale degli operatori alle promozioni e all'incremento dei ricavi medi ottenuti mensilmente per ciascun utente, giustificato da una crescente richiesta di dati in mobilità. Per quanto riguarda il segmento della telefonia fissa, le attese sono di una progressiva diminuzione del tasso di contrazione a seguito del diffondersi delle connessioni ultra-veloci in fibra di nuova generazione e del generale miglioramento della qualità dei servizi Broadband. Infine, nel 2017 è previsto l'ingresso nel mercato italiano di Iliad, quarto operatore mobile infrastrutturato, come richiesto dalla Commissione Europea quale condizione obbligatoria per l'approvazione della fusione tra Wind e H3G.

Le sfide che intendiamo raccogliere

Considerando i fattori interni ed esterni che incidono sul suo Business, Wind Tre ha individuato alcuni **trend del contesto nazionale e internazionale** che risultano particolarmente rilevanti per i suoi obiettivi e la sua operatività. Riportiamo di seguito quelli più significativi. [G4 - 1]

Centralità del cliente

Servizi innovativi: il mercato, sia Business che consumer, chiede soluzioni integrate, modulari e flessibili di telefonia fissa e mobile per semplificare le attività professionali e personali grazie a concept innovativi. Per Wind Tre questa istanza è prioritaria: rappresenta uno dei principali indirizzi strategici dell'azienda.

Sicurezza dei dati: saper custodire con cura i dati affidati dai clienti è un requisito per godere della loro fiducia. D'altro canto la diffusione dell'Internet delle cose (IoT) avverrà grazie al fatto che i prezzi degli oggetti proposti sul mercato saranno accessibili a larga parte della popolazione, cosa che implicherà bassi livelli di sicurezza generale del sistema.

Customer experience: il cliente si aspetta delle modalità di fruizione dei servizi e di rapporto con l'azienda sempre facili, veloci e soddisfacenti.

Invecchiamento della popolazione: se è vero che la maggior parte dei clienti delle Società di telecomunicazione è giovane, è pur vero che il segmento di clientela più matura rappresenta un mercato ancora poco esplorato dal settore, con potenzialità interessanti soprattutto per chi vede nella semplificazione degli strumenti e dei processi un elemento chiave del proprio sviluppo. Gli anziani sono fruitori di servizi voce e dati con caratteristiche peculiari ed esigenze diverse da quelle dei più giovani, ma costituiscono un bacino attraente per la disponibilità di tempo e di risorse da investire in servizi di telecomunicazione.

Internet of Things: la connettività tra persone, unità produttive, robot e oggetti di uso quotidiano costituisce un'importante opportunità di Business per il settore delle telecomunicazioni.

Digital divide: la possibilità di accedere al mondo digitale e la capacità di interagire con esso rappresenteranno il vero discrimine di inclusione sociale nei prossimi anni. Le aziende del settore delle telecomunicazioni hanno tutto l'interesse a contrastare il digital divide diffondendo i loro servizi.

Rispetto delle regole

Gestione dei Big Data: la normativa per la gestione dei cosiddetti Big Data non è omogenea all'interno dell'Unione Europea e quella statunitense è molto meno restrittiva di quella del vecchio continente. Ciò altera la concorrenza tra aziende di diversi Paesi e pone Wind Tre in una condizione di svantaggio rispetto ad altri operatori d'oltralpe.

Normativa sulla Privacy: mentre la complessità normativa in materia di Privacy aumenta, i clienti desiderano servizi sempre più semplici e veloci. Riuscire a coniugare queste due tendenze contrapposte può rivelarsi un'opportunità di distinzione dai competitor per Wind Tre.

Emissioni elettromagnetiche: la legislazione nazionale in tema di emissioni elettromagnetiche è molto più restrittiva rispetto alla media degli altri Paesi europei; ne consegue un limite per lo sviluppo dei servizi delle aziende italiane di telecomunicazioni, poste in una condizione di svantaggio rispetto alle condizioni vigenti in Europa.

Competizione e collaborazione nel mercato

Net Neutrality: in base a quanto stabilito dalle autorità di controllo europee, gli operatori proprietari delle reti Internet non devono entrare nel merito dei contenuti che la rete trasporta. Gli operatori non possono chiedere a chi usa la loro rete per vendere contenuti (i cosiddetti Over-The-Top, OTT, come Google, Microsoft e Facebook) di pagare per questo servizio; possono solo stabilire accordi commerciali con chi riceve i contenuti tramite la loro infrastruttura. Grazie anche al fatto che non devono sostenere costi per l'uso della rete, gli OTT possono offrire agli stessi clienti degli operatori di rete anche servizi gratuiti che sostituiscono i tradizionali servizi telefonici (chiamate, videochiamate e messaggi), erodendo inevitabilmente i margini dell'azienda.

Open innovation: le aziende di telecomunicazione italiane, per quanto recenti, sono realtà mature e strutturate, che garantiscono solidità, ma rischiano di perdere il dinamismo necessario ad anticipare le richieste del mercato.

[G4 - EC8]

Non offriamo tecnologia: offriamo servizi

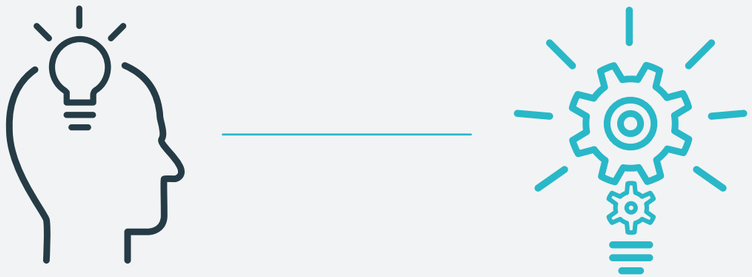
Nel settore delle telecomunicazioni il mercato evolve molto rapidamente ed è fondamentale per gli operatori riuscire a rispondere tempestivamente ai cambiamenti in atto. In Wind Tre esistono funzioni dedicate all'innovazione digitale ed alle partnership necessarie ad attuarla sia nei confronti dei clienti residenziali (consumer) che, in special modo, della clientela aziende (Business).

Nel mondo Business in particolare si rileva una progressiva differenziazione della domanda in quanto ciascuna azienda ha bisogno di soluzioni aderenti, a volte in modo sartoriale, alle esigenze specifiche del settore in cui opera. In risposta a questa tendenza, Wind Tre esamina le trasformazioni in atto in ogni settore (ad es. industria, commercio, artigianato, agricoltura, istituzioni, ecc.), e sulla base delle singole necessità dei suoi clienti, progetta nuove soluzioni e prodotti commerciali.

Si tratta di proporre al cliente non più solo la tradizionale connettività, ma un insieme di soluzioni che integrano la connettività fisso-mobile al Cloud, a device innovativi, piattaforme digitali e App, in cui la tecnologia svolge il ruolo, fondamentale, ma volutamente poco visibile, di **abilitatore** rispetto al prodotto e ai servizi offerti. Molto spesso ciò avviene attraverso lo sviluppo di **partnership commerciali**, che permettono a Wind Tre di rispondere in modo più efficace e tempestivo alle esigenze del cliente, non di rado anche anticipandole, grazie alla collaborazione con altre aziende, startup, Università, Consorzi/Enti di ricerca, incubatori/acceleratori, scelti in quanto leader nel proprio campo. Tali partnership possono essere innovative anche sotto il profilo del modello di Business adottato, che può prevedere, ad esempio, forme di condivisione del rischio d'impresa o modalità di remunerazione in "revenue-share" o "pay as you grow".

La tecnologia per Wind Tre **deve adattarsi alle esigenze del cliente** e in tal senso il suo valore aggiunto è funzione dell'efficacia delle soluzioni che abilita e dell'esperienza d'uso che ne deriva.

Detto ciò, obiettivo dell'azienda è **progettare soluzioni innovative utilizzando in modo integrato le giuste risorse tecnologiche**, perseguendo una **sostenibilità dell'innovazione** che risiede nella capacità di utilizzare in modo smart le soluzioni **già disponibili**.



Attraverso l'offerta di soluzioni innovative Wind Tre affianca le aziende italiane aiutandole ad essere più competitive e più attente a temi sociali e ambientali. Con i clienti Business, in particolare, l'azienda costruisce relazioni di medio-lungo termine che si sviluppano all'interno di un percorso di crescita congiunta che genera benefici per l'intero sistema.

Mobile Payment: pagare non è mai stato così semplice

I servizi che abilitano pagamenti o trasferimenti di denaro tramite telefono cellulare sono detti servizi di Mobile Payment. L'elemento discriminante è l'uso del telefono cellulare nel processo di pagamento, indipendentemente dagli strumenti di pagamento utilizzati e dalle tecnologie di comunicazione adottate.

Il successo e la rapida diffusione di questa modalità di pagamento sono dovuti alla sua comodità e versatilità.

Il **Carrier Billing** è un tipo di Mobile Payment che consiste nel pagare beni e servizi tramite addebito diretto sulla bolletta telefonica o sul credito prepagato dell'utente. Generalmente si usa per acquistare prodotti e servizi digitali sul web, dispositivi mobile o Tablet. Grazie ad una partnership con Apple, H3G è stato il primo operatore italiano ad introdurre nel 2016 la possibilità per tutti i suoi clienti di pagare tramite il credito della SIM telefonica giochi, musica e App venduti nello store di Apple. Una funzionalità analoga era già disponibile dal 2015 per i clienti con Smartphone Android e Microsoft, permettendo l'acquisto con credito telefonico di applicazioni e contenuti su Google Play Store e Windows Store. Con Google, infine, Wind ha dato vita ad un'iniziativa promozionale congiunta per il noleggio di film su Google Play, un ampio catalogo di contenuti divertenti, emozionanti o avvincenti.

Con l'espressione **Mobile Ticketing** si indica la possibilità di ordinare, pagare, ottenere o convalidare dei biglietti utilizzando un telefono cellulare o altri dispositivi mobili. È un'innovazione che, rispetto alla bigliettazione cartacea, rende più semplice l'operazione per il cliente, riduce i costi per il fornitore ed evita l'impatto ambientale legato alla produzione della carta. Da diversi anni Wind e H3G offrono la possibilità di utilizzare il Mobile Ticketing per acquistare i biglietti dei mezzi pubblici usando il credito telefonico, in modo semplice e senza necessità della carta di credito. Nel 2016 il servizio di Wind in questo ambito è stato esteso, arrivando a coprire circa il 20% della popolazione italiana in 50 città, tra cui anche Napoli, Ischia, Procida e Sorrento, raggiunte nell'ultimo anno. In Campania è stato abilitato il pagamento con credito telefonico dei biglietti interurbani gestiti dal vettore SITA SUD per oltre 400 tratte.

Per diffondere l'utilizzo del Mobile Ticketing per il TPL, Wind ha realizzato una serie di iniziative di comunicazione su vari canali, come, ad esempio, i Social Network, profilate per specifiche città e veicolate in occasione di eventi locali di grande risonanza (ad es. Fashion Week a Milano, Fiera del Levante a Bari, Salone Nautico a Genova). In questo modo i cittadini hanno potuto apprezzare i vantaggi di tale servizio, in particolare la possibilità di evitare le code, in giornate inevitabilmente più complicate del solito. In tali occasioni sono stati registrati dei volumi di utilizzo del servizio di gran lunga superiori alla media.

Nel Sud Italia la crescita del Mobile Ticketing mostra un incremento di estrema rilevanza. Nella città di Bari, in particolare, gli

utilizzatori del servizio nel 2016 hanno fatto registrare una crescita del 200% rispetto all'anno precedente, anche grazie alla strategia di comunicazione attuata in modo congiunto dalla municipalizzata e dagli operatori. Anche nelle città di Brescia ed Ancona, in accordo con le municipalizzate del TPL, l'azienda ha partecipato ad alcune iniziative promozionali per incoraggiare questa modalità di acquisto durante il periodo pre-natalizio.

Complessivamente, nel 2016 i clienti di Wind hanno acquistato quasi 2 milioni di biglietti, un numero in crescita del 40% circa rispetto al 2015, mentre i clienti di H3G ne hanno acquistati oltre 1 milione. Stampare i corrispondenti biglietti cartacei avrebbe richiesto circa tre tonnellate di carta[1].

Il servizio di Mobile Ticketing di Wind Tre, da gennaio 2017, è disponibile anche per pagare l'Area C della Zona a Traffico Limitato di Milano tramite credito telefonico.

In alcune città è già disponibile anche il servizio di Mobile Parking, che permette di acquistare con le stesse modalità (SMS o App dedicata) i permessi per la sosta.

Un'altra declinazione del Mobile Payment riguarda la possibilità di effettuare i **pagamenti verso la Pubblica Amministrazione** mediante telefono cellulare o altri dispositivi mobili, utilizzando il credito telefonico o carte di credito.

Alla luce dei recenti sviluppi normativi a livello nazionale e comunitario, Wind Tre sta lavorando ad alcune soluzioni volte a semplificare la vita dei cittadini. Nel 2016 è stato avviato un progetto pilota per consentire il pagamento, tramite l'App MyWind, delle bollette di casa e dei tributi verso la Pubblica Amministrazione con carta di credito o carta prepagata, in pochi e semplici click.

LINEE D'AZIONE 2017

Estendere il campo d'applicazione del Carrier Billing, ad esempio allargandolo al ticketing degli eventi d'intrattenimento.
Estendere ulteriormente il servizio di Mobile Ticketing ad altre 10 città, arrivando a coprire complessivamente 60 città italiane.
Migliorare l'usabilità e la semplicità del processo di acquisto.
Arricchire l'offerta legata alla mobilità urbana con nuove tipologie di servizi smart e di valore per i clienti.
Trainare la diffusione all'acquisto di contenuti digitali con credito telefonico abilitando anche nuovi sistemi operativi.
Offrire sul mercato soluzioni di pagamento verso la Pubblica Amministrazione (come bollette e tributi) facili da usare e affidabili.

1 *Stima basata sulle dimensioni e la grammatura media di un biglietto cartaceo di trasporto pubblico.*

Smart working e Internet of Things: la rivoluzione è già in atto

Le soluzioni Work & Life, messe a punto da Wind Tre in partnership con Microsoft e Samsung, permettono al cliente di disporre di **postazioni di lavoro mobili**, con accesso continuo e sicuro ai dati necessari per svolgere le proprie attività professionali. Il lavoratore può utilizzare il cellulare disponendo anche della rubrica del suo apparecchio fisso, può effettuare videoconferenze condividendo dati salvati su un Cloud e può comunicare con altre persone tramite chat. Il telefono portatile può essere configurato in modo da avere sia App aziendali che App private, gestite in ambienti separati, con livelli di sicurezza e sistemi di tariffazione distinti.

Questo tipo di soluzione, già adottata da importanti aziende italiane, consentendo una maggiore flessibilità professionale, va incontro alle esigenze dei datori di lavoro e, allo stesso tempo, è molto apprezzata dagli utenti finali, che possono così ridurre i loro spostamenti fisici, con benefici sulla qualità della loro vita e sull'ambiente.

Wind Tre sta rafforzando la sua presenza sul mercato dell'**Internet of Things** (IoT) anche attraverso il brand "Digital Home & Life", che propone un nuovo modo di vivere la tecnologia con un'offerta innovativa e un approccio esperienziale.

All'interno dei negozi di Wind, infatti, sono allestiti degli spazi interamente dedicati alle nuove tecnologie in cui i clienti possono testare personalmente le funzionalità e i benefici di:

- Smartwatch;
- Wellness;
- Entertainment;
- Smart Home.

Il portafoglio prodotti Digital Home & Life è definito in collaborazione con i migliori brand e partner di spicco nel mondo IoT. Wind Tre continuerà a sviluppare il portafoglio Digital Home & Life anche nel 2017, introducendo nuovi servizi e prodotti per facilitare i clienti nel mantenere uno stile di vita sano e sostenibile.

Oltre a restare al passo con la tecnologia, Wind Tre supporta i clienti anche nel migliorare la sostenibilità ambientale. Ad esempio, grazie ai termostati connessi in grado di controllare la temperatura di casa in modo intelligente, i clienti possono facilmente risparmiare sulla bolletta e limitare le emissioni di CO_2.

Nei vari settori dell'Industria, della produzione e distribuzione dell'energia, dei trasporti, dell'agricoltura, della Pubblica Amministrazione, Wind Tre sta identificando delle **partnership** commerciali e tecnologiche per sviluppare progetti e soluzioni di IoT che supportino aziende e utenti finali a sfruttare al meglio l'innovazione per migliorare qualità del lavoro e stile di vita: preservare e utilizzare in modo consapevole le risorse energetiche disponibili (smart energy, smart metering), conoscere i dettagli dei cicli produttivi/distributivi degli alimenti (smart food e blockchain), correlare dati ambientali per prevenire alcune forme di patologie (smart health), monitorare per rendere più sicure alcune aree delle nostre città (smart city), ecc. Si tratta di soluzioni che saranno in gran parte disponibili a partire dal 2017.

La diffusione dell'IoT e la **sicurezza dei dati** sono due temi importanti che presentano, tuttavia, un punto di frizione. La proliferazione degli oggetti connessi ad Internet, infatti, può avvenire solo se il costo di tali oggetti è accessibile a larga parte della popolazione, condizione che ne limita le prestazioni in termini di sicurezza. Si prevede che entro il 2020 ci saranno 25 miliardi di oggetti connessi in IoT nel mondo[2].

Per Wind Tre la **sicurezza dei dati** è un tema prioritario, di importanza strategica. L'azienda, quindi, sceglie di proporre sul mercato solo soluzioni che offrano sufficienti garanzie sotto questo profilo. I dati affidati dai clienti vengono custoditi in Data Center progettati per evitare le intrusioni fisiche di persone non autorizzate. Inoltre, software e hardware dedicati alla sicurezza definiscono un perimetro costantemente monitorato, anche contro minacce software. I dati custoditi sono protetti con sistemi antivirus, firewall e sistemi anti-phishing. Tali accorgimenti permettono di affermare che le infrastrutture di Wind Tre rispettano i massimi standard di sicurezza. A riprova di ciò, nel 2016 non si sono verificate sostanziali perdite di dati (data loss), né in Wind né in H3G.

Un punto debole in fatto di sicurezza dei dati è però l'**esposizione al rischio da parte degli utenti finali**, che spesso ignorano la vulnerabilità degli oggetti che utilizzano. Ogni dispositivo con un indirizzo IP (ad es. un sensore, una smart-tv, un contatore, un drone) è potenzialmente accessibile da software dannosi (malware), in grado di carpire le informazioni in transito o registrate sul dispositivo stesso. Oggetti con caratteristiche di sicurezza migliori hanno necessariamente un prezzo di vendita superiore, ma spesso l'acquirente medio non dispone di competenze tecniche sufficienti ad apprezzare la differenza nel valore di due oggetti con livelli di sicurezza diversi.

È necessaria da questo punto di vista una crescita nel livello di consapevolezza degli utenti, che ad oggi utilizzano indistintamente sia le soluzioni più sicure, sia quelle meno protette.

LINEE D'AZIONE 2017

Proseguire il costante e fattivo confronto con le Autorità (AGCom, Agcm, Garante Privacy e MISE) per il miglioramento del quadro normativo di settore e lo sviluppo dei servizi "high value", quali, ad esempio, ticketing per l'ingresso a musei, eventi culturali e cinema e Mobile Payment a servizio della Pubblica Amministrazione.
Estendere ulteriormente il servizio di Mobile Ticketing per il TPL, arrivando a superare le 60 città coperte e consolidando la presenza nelle località già raggiunte.
Arricchire l'offerta legata alla mobilità urbana con nuove tipologie di servizi smart e di valore per i clienti.
Estendere il campo d'applicazione del credito telefonico (es. ticketing degli eventi d'intrattenimento).
Trainare la diffusione all'acquisto di contenuti digitali con credito telefonico abilitando anche nuovi sistemi operativi.

2 *Fonte: Gartner Group.*

Open innovation, social innovation: collaboriamo alla nascita di nuove idee

Molto spesso lo sviluppo di servizi innovativi in Wind Tre avviene attraverso delle **partnership**, che permettono a Wind Tre di rispondere in modo più efficace e tempestivo a un'esigenza del cliente, non di rado anche anticipandola, grazie alla collaborazione con enti di ricerca o aziende di varie dimensioni, scelte in quanto leader nel loro campo. Tali partnership possono essere innovative anche sotto il profilo del modello di Business adottato, che può prevedere, ad esempio, forme di condivisione del rischio d'impresa o modalità di remunerazione "pay as you grow", in particolare nel caso di startup.

Wind Business Factor

Wind Business Factor, l'incubatore virtuale lanciato da Wind nel 2011 per supportare la creazione e lo sviluppo delle imprese e dei giovani imprenditori in Italia, è una realtà riconosciuta e consolidata nel panorama nazionale delle startup e degli investitori. La piattaforma è destinata ad imprenditori innovativi ("startupper") che vogliano entrare in contatto con fondi di Venture Capital per creare un "Social Business Network", oppure sviluppare le potenzialità di Business già avviato attraverso la formazione, la partecipazione a contest e la ricerca di partner.

La versione 2.0 della piattaforma, lanciata a fine 2014, è rivolta anche a due nuove categorie di destinatari: i giovani studenti ("beginner"), che possono trovarvi informazioni e risorse formative per orientarsi meglio nel mondo del lavoro, e gli imprenditori con esperienza ("restarter"), che possono ricevere un supporto nella crescita e nel rilancio della loro impresa attraverso Internet e i modelli di Business digitali, in un mercato sempre più competitivo.

Risultati

33.727 utenti registrati a fine 2016 (+7% rispetto all'anno precedente)

2.793 startup registrate e 2.265 Business Idea presentate (+2% rispetto al 2015)

20.085 follower sui principali Social Network

La sezione **Wind Academy** del sito offre percorsi formativi gratuiti per sviluppare le capacità imprenditoriali delle startup e la crescita e il rilancio delle piccole e medie imprese attraverso Internet e i modelli di Business digitali.

Nel corso dell'anno sono stati pubblicati complessivamente **230 contenuti**, di cui 46 video, tra tutorial ed interviste.

Oltre ai contenuti formativi, Wind Business Factor mette a disposizione dei giovani startupper la possibilità di iscriversi ai propri concorsi online che supportano i giovani imprenditori nella definizione della loro idea di impresa, li aiutano a sviluppare le loro potenzialità e quelle del loro progetto ed, infine, li mettono in contatto con l'ecosistema dell'acceleratore d'impresa di Luiss Enlabs. L'attenzione del programma si concentra sull'innovazione digitale e sui modelli di Business capaci di innovare processi e prodotti a vantaggio del consumatore finale e del mondo commerciale.

Per avvicinare più direttamente l'ecosistema degli innovatori digitali, nell'edizione 2016 il **Wind Startup Award** ha previsto un "Italian Tour". Quattro appuntamenti negli spazi di co-working di Talent Garden (TAG) a Milano, Torino, Cosenza e Pisa, dove le startup locali hanno avuto l'opportunità di incontrare il team di Wind Business Factor e i rappresentanti di L-Venture (Luiss Enlabs), e di ascoltare le esperienze di fondatori e CEO di startup di successo. Le 12 startup selezionate sulle 74 partecipanti hanno seguito un percorso di training e affiancamento insieme a un team di coach e mentor esperti di mercati digitali. Ad aprile 2017, alla fine del corso di 6 settimane, le 6 migliori startup avranno l'opportunità di presentare i propri progetti di fronte ad un panel di investitori e "Business angels" nell'evento finale a Roma, nella cornice di Luiss Enlabs, dove il vincitore affronterà l'"Execution Program" offerto dall'acceleratore d'impresa.

A novembre 2016, Wind Business Factor ha lanciato anche la seconda edizione del **Wind Green Award**, il premio dedicato ad idee e startup capaci di promuovere l'innovazione sostenibile. Dopo la chiusura del contest a febbraio 2017, ad aprile 2017 il vincitore verrà premiato, nel corso dell'evento finale in Luiss Enlabs, con un periodo di incubazione di due mesi presso Impact Hub Milano, più 5.000 Euro cash per coprire il costo della permanenza a Milano nel periodo di incubazione.

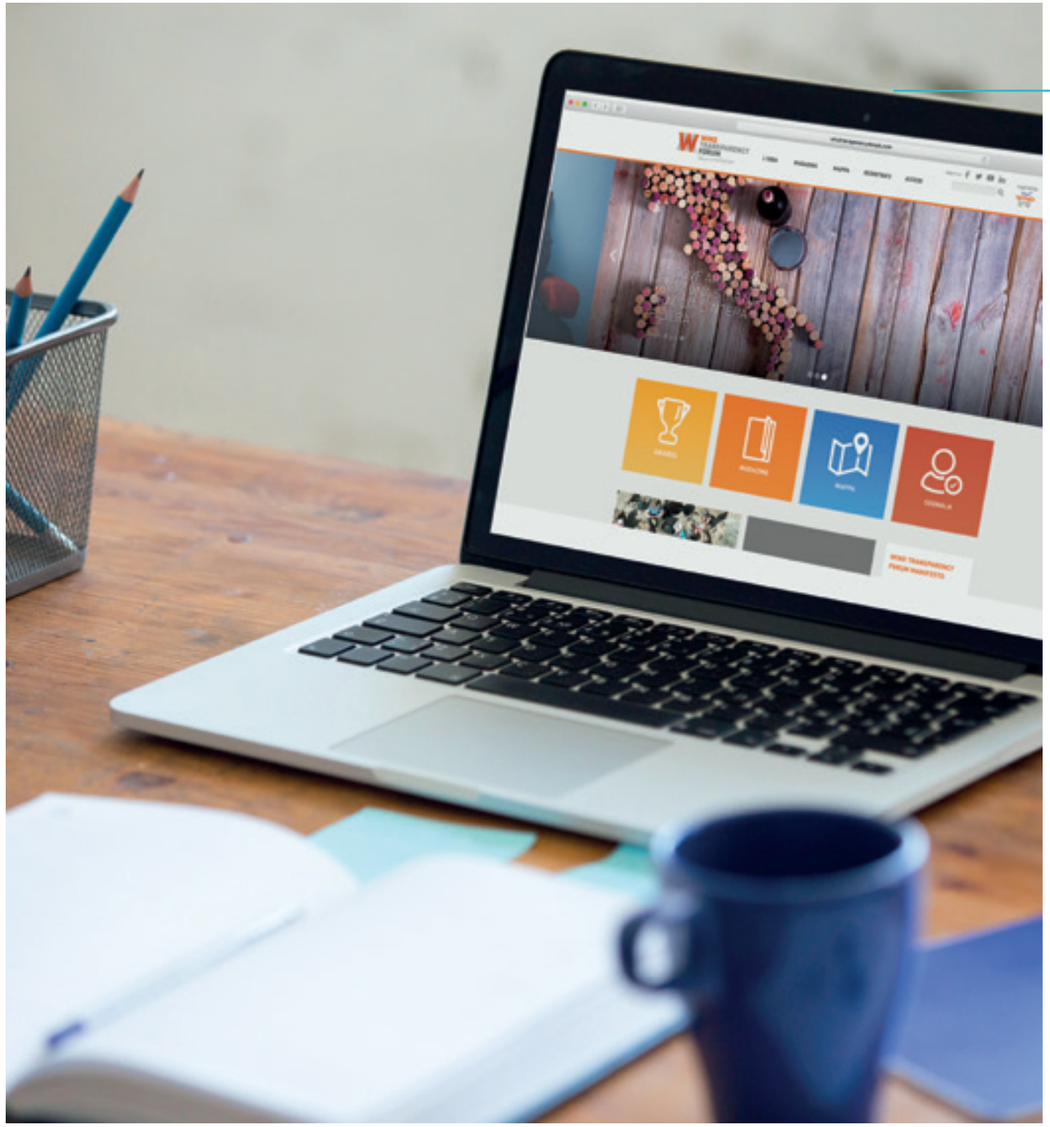
Wind Transparency Forum

"Wind Transparency Forum – Idee per un mondo più open" è l'iniziativa lanciata da Wind nel 2014 per far emergere e celebrare le iniziative innovative di trasparenza che nascono, in Italia e nel mondo, anche grazie alla tecnologia. Un'iniziativa nata per sostenere il valore che per anni ha caratterizzato l'approccio di Wind al mercato e la sua relazione con i clienti.

Wind Transparency Forum è innanzitutto un **magazine digitale** che racconta "piccole e grandi storie di trasparenza", esperienze innovative selezionate e raccontate tra tutte quelle che emergono grazie alla capacità del web di condividere dati e informazioni e far collaborare tra loro le persone. Per l'edizione 2016, Radio 101 è stata partner del progetto, con uno spazio quotidiano nella programmazione del mattino, nel quale sono state riprese le "buone notizie" di progetti ed esperienze innovative raccontate sul magazine.

Al magazine online sono legati i **Wind Transparency Awards**, i "premi della trasparenza", destinati a quelle iniziative italiane che abbiano migliorato la trasparenza nei confronti dei cittadini, favorendo efficienza, partecipazione e rispetto delle regole.

I **Wind Transparency Awards 2016**, scelti dal Comitato Scientifico (Enrico Giovannini, Presidente del Comitato, professore di statistica economica presso l'Università di Roma "Tor Vergata", Frieda Brioschi, Consulente in comunicazione digitale, Derrick De Kerckhove,



Professore di sociologia della cultura digitale presso l'Università "Federico II di Napoli", Salvatore Giuliano, Dirigente scolastico, ideatore e coordinatore del progetto Book in Progress) sono andati rispettivamente a:

- Categoria "Istituzioni": **Open Demanio**, il portale che rende più facile ai cittadini individuare tutti gli immobili di proprietà statale sparsi sul territorio, volto a far sì che siano proprio i cittadini a formulare idee o proposte concrete su come riqualificare questi beni troppo spesso inutilizzati.
- Categoria "Servizi": **Social Stars**, il Social Network per il volontariato e l'attivismo sociale che risponde alla necessità di dare più spazio all'impegno sociale anche online e permettere di valorizzarlo nel proprio status sui social.
- Categoria "Progetti Digitali": **La Terra di Sotto**, una mappa fotografica interattiva dell'inquinamento ambientale in Italia che, per la prima volta in modo aperto e con la formula del report fotografico, prova a raccontare online le zone più inquinate del Nord del Paese. Un manifesto di buon uso degli open data che, utilizzati e incrociati adeguatamente, hanno un grande impatto sugli utenti perché rappresentano un elemento oggettivo, lontano dalla retorica della denuncia o dello scandalo.

Anche nel 2016, inoltre, sono stati premiati i vincitori del **concorso** riservato agli utenti, che hanno caricato e votato sulla piattaforma le segnalazioni di iniziative concrete di trasparenza incontrate sul territorio nella propria vita privata e professionale.

Infine, la città di Formia ha vinto il **premio speciale Wind-Anci** per le iniziative di trasparenza dei comuni italiani, tra i sei finalisti che comprendevano anche i comuni di Firenze, Albano Laziale, Trento, Sori e Ferrara.

La partnership con Luiss Enlabs

I circa 5.000 mq dei nuovi uffici, inaugurati a luglio 2016, fanno di Luiss Enlabs, l'incubatore e acceleratore d'impresa ospitato nell'edificio della Stazione Termini a Roma, uno dei più grandi acceleratori d'impresa in Europa. Una vera e propria "fabbrica delle startup" riconosciuta come un'eccellenza a livello nazionale e internazionale, che ospita circa 400 ragazzi, offrendo corsi, servizi e contatti con potenziali investitori.

A quattro anni dal lancio, Luiss Enlabs ha un portafoglio di 46 startup, che hanno raccolto complessivamente oltre 20 Ml Euro di fondi. Il 90% delle startup che escono dal programma di accelerazione di cinque mesi riesce a raccogliere fondi da investitori terzi, una percentuale che non ha eguali in Europa.

Wind e l'Università Luiss sono parte del progetto fin dalla sua nascita, nel 2012. L'obiettivo è quello di fornire a studenti ed aspiranti imprenditori un'importante opportunità nel mercato del lavoro, trasformando le migliori idee di Business in iniziative economiche di successo. Dalla partnership sono nate collaborazioni con startup digitali qualificate che sono entrate a far parte dell'offerta di servizi Wind Tre soprattutto verso la clientela aziende.

Nel 2017 l'esperienza di Roma verrà replicata su Milano, con l'apertura da parte degli stessi partner del nuovo incubatore L.Lab.

Wind For Fund

Wind For Fund (www.windforfund.it) è l'iniziativa promossa da Wind in collaborazione con DeRev (www.derev.com), piattaforma di crowdfunding tra le più attive in Italia, per supportare progetti di valore sociale.

Il crowdfunding è un sistema complesso in cui all'obiettivo di raccolta fondi si uniscono altri obiettivi:

- lo scouting e la promozione di idee innovative;
- il coinvolgimento e la partecipazione delle persone chiamate a testare bontà, valore ed efficacia del progetto;
- la responsabilizzazione e sensibilizzazione dei cittadini rispetto al bene comune.

Tra le diverse tipologie di crowdfunding, Wind For Fund ha scelto di utilizzare il modello reward-based, che mette a disposizione una ricompensa commisurata al tipo di contribuzione, per sostenere organizzazioni no-profit e startup che si occupano di innovazione sociale. Le campagne vengono ospitate sulla piattaforma per tre mesi, durante i quali il team di DeRev offre consulenza e supporto gratuito nella preparazione, gestione e diffusione della campagna. Wind garantisce anche un contributo a fondo perduto di 5.000 Euro ai progetti che per primi raggiungono il 50% del budget.

Nel corso del 2016, Wind For Fund ha ospitato complessivamente 20 campagne di crowdfunding, con una raccolta fondi pari a circa 75.000 Euro.

Big Data e Internet of Things come fulcro della ricerca europea

I Big Data: la chiave per interpretare la complessità

Big Data è il termine usato per descrivere una raccolta di dati così estesa, in termini di volume, velocità e varietà, da richiedere tecnologie e metodi analitici specifici per l'estrazione di valore. I Big Data stanno rivoluzionando la scienza e il Business in quanto permettono sia di verificare ipotesi già formulate, sia di farne emergere di nuove, riducendo i possibili errori in fase decisionale. In tal senso consentono una migliore comprensione dei sistemi complessi.

Wind Tre ritiene che i Big Data svolgano un ruolo fondamentale nei processi degli operatori telefonici. Grazie, infatti, alla loro capacità di generare conoscenza sulle esigenze dei clienti, sono estremamente utili non solo ad identificare le criticità dei servizi esistenti, ma anche a migliorarli e a definirne di nuovi. I Big Data sono uno stimolo per la crescita delle reti a banda ultra larga e possono fornire indicazioni importanti per migliorare l'evoluzione delle future reti mobili, da realizzare eventualmente anche in collaborazione con altri soggetti nazionali (ad es. ISTAT, altri operatori delle telecomunicazioni, OTT, Università).

Nell'ambito dei Big Data, Wind Tre partecipa a tre progetti finanziati dall'Unione Europea:

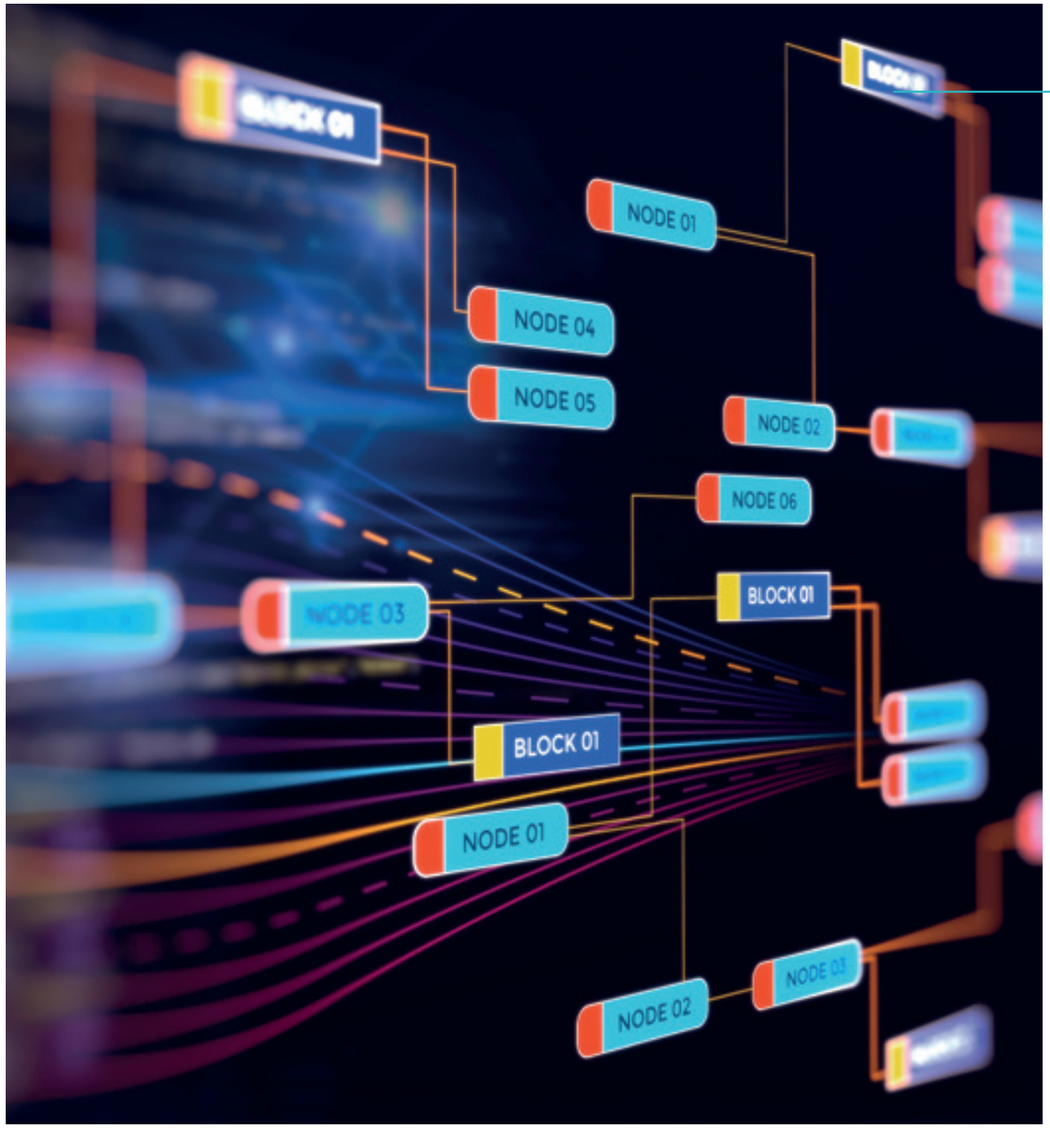
1. ASAP, finanziato per oltre 140.000 Euro;
2. CloudDbAppliance, finanziato per 99.370 Euro;
3. OpenREQ, finanziato per 202.650 Euro.

Tali progetti non hanno ancora un carattere commerciale, essendo ad uno stadio ancora prototipale, per cui non ci sono al momento elementi per poter quantificare economicamente gli impatti generati. Tuttavia, si tratta di progetti che l'azienda ritiene di importanza strategica, sia per l'elevato grado di innovazione, sia per la possibilità di collaborare con enti nazionali ed esteri di grande competenza sui temi in questione.

L'acronimo **ASAP** sta per Adaptive Scalable Analytics Platform. Il progetto mira a costruire un ambiente open-source che permetta una rapida analisi dei Big Data grazie a strumenti flessibili, adatti a dati di enorme volume, provenienti da diverse fonti e privi di una struttura comune. La piattaforma è adattabile, nel senso che l'analista può modificare alcuni elementi dell'analisi durante l'analisi stessa, per migliorarne l'efficacia.

Il progetto ASAP è in corso da diversi anni. Nel 2016, terminata la fase di design, è stata implementata una piattaforma distribuita che permette di aggregare contenuti provenienti da rete mobile, siti web e social mediastream in accordo con le norme sulla Privacy e consente di offrire soluzioni che migliorano l'offerta turistica, in modo da valorizzare i territori durante eventi di richiamo. Il prototipo è aperto ad altre possibili funzionalità, per scegliere meglio le attività da svolgere in un'area.

I risultati del progetto ASAP sono disponibili all'indirizzo **http://www.asap-fp7.eu/**



Partito a fine 2016, il progetto **CloudDbAppliance** ha come obiettivo quello di sviluppare una soluzione hardware e software per la creazione di un sistema centralizzato (cioè un “Data Lake”) in cui memorizzare informazioni strutturate e non strutturate su cui poter operare con approcci nuovi e tradizionali.

La capacità computazionale garantita da un super-sistema composto da centinaia di cpu e da notevole memoria su cui registrare miliardi e miliardi di dati provenienti da sonde IoT, da utilizzatori di servizi telefonici, da condizioni atmosferiche, da eventi in cui è prevista grande affluenza e da dati di vendita, permetteranno ricerche, analisi predittive e analitiche in tempo reale, individuando trend o situazioni critiche per l’erogazione dei servizi.

Wind Tre, all’interno del progetto, è impegnata nella realizzazione di una soluzione per la simulazione di una gestione centralizzata dei processi legati ai servizi di Mobile Number Portability, riducendo così i tempi di mancanza del servizio telefonico dovuti all’attivazione in rete da parte dell’operatore “recipient” e alla disattivazione dell’operatore “donator”.

Altri use-case che verranno realizzati nel progetto sono legati all’analisi del rischio finanziario di investimenti bancari, all’analisi del marketing di prossimità e del pricing dinamico.

Il dettagli e gli avanzamenti del progetto CloudDbAppliance sono disponibili all’indirizzo **http://clouddb.eu**

Il progetto **OpenReq**, nell’ambito della scienza “ingegneria dei requisiti”, è finalizzato alla realizzazione di un software per la raccolta di requisiti e il supporto alle decisioni.

Attraverso la raccolta di riscontri dei clienti, siano essi direttamente espressi su Social Network o community, sia implicitamente dedotti da dati relativi all’utilizzo dei servizi, è possibile individuare nuovi requisiti tecnici e di Business per la creazione e lo sviluppo di nuovi servizi o per il miglioramento di quelli esistenti.

Inoltre l’approccio innovativo permette di ottimizzare i processi interni decisionali attraverso opportune rappresentazioni visuali.

Nell’ambito del progetto, Wind Tre contribuisce principalmente a sviluppare la soluzione per la raccolta dei riscontri espressi direttamente sui Social Network.

Il dettagli e gli avanzamenti del progetto OpenREQ sono disponibili all’indirizzo **http://openreq.eu**

Il progetto Activage per il monitoraggio delle condizioni di salute

Wind Tre, nel 2016, insieme ad altri partner, ha ottenuto un finanziamento di oltre 145.000 Euro da parte dell’Unione Europea per un progetto di e-health denominato **Activage**, che vedrà il suo sviluppo nei prossimi 2 anni. L’obiettivo principale è quello di costruire in sette Paesi il primo ecosistema europeo di oggetti connessi ad Internet (Internet of Things), attraverso piattaforme IoT aperte e proprietarie, per diffondere su larga scala soluzioni volte a monitorare la salute delle persone, soprattutto anziane, nei loro ambienti di vita quotidiana. Tale progetto risponde ad una pluralità di istanze emergenti da operatori sanitari, fornitori di servizi e autorità pubbliche. Il monitoraggio a distanza di parametri fisiologici per mezzo di IoT e l’analisi di tali dati permetteranno di prendere decisioni migliori per la salute delle singole persone e per quella di intere categorie di malati.

In questo progetto Wind Tre svolge il ruolo di partner tecnologico, partecipando alla progettazione del servizio affinché risulti utilizzabile per tutte le persone interessate, e contribuisce ad identificare e sviluppare le migliori modalità di analisi dei dati raccolti.

Il monitoraggio a distanza di parametri fisiologici per mezzo di IoT permette di ridurre i ricoveri di emergenza e le visite specialistiche non programmate, con vantaggi sia per i malati e i loro cari che per il sistema sanitario nel suo complesso.

I dettagli e gli avanzamenti del progetto Activage sono disponibili sul sito **http://www.activageproject.eu/**; a breve sarà predisposto anche un sito per i risultati del trial italiano.

In ascolto dei nostri clienti

Smart value for money

Wind Tre fornisce servizi di telefonia fissa e mobile, per traffico voce e dati.

Il portafoglio d'offerta Wind è ispirato dallo slogan **"smart value for money"**, cioè vuole essere vicino alle esigenze dei clienti: eccellente, semplice e trasparente. A questo scopo l'azienda ha messo a punto un ventaglio di offerte pensate per andare incontro alle necessità di diverse tipologie di clienti. Riportiamo alcuni esempi:

- le offerte All Inclusive comprendono minuti, SMS e GIGA per chi attribuisce il massimo valore alla semplicità;
- le offerte di caring, attivate in occasione di festività o ricorrenze a beneficio della clientela consolidata, propongono minuti e GIGA gratuiti o a condizioni vantaggiose per favorire l'esigenza di comunicare e navigare della clientela;
- l'offerta Wind Magnum, per clienti con abbonamento, prevede con "tutto illimitato" molti GIGA e Smart Device Digital Home & Life per clienti appassionati alle telecomunicazioni e sensibili alle nuove tecnologie. Per gestire le spese telefoniche di tutta la famiglia esiste anche la versione Wind Magnum Family, a prezzo più conveniente.

Wind Tre intende continuare anche nei prossimi anni ad offrire un portafoglio semplice e trasparente, adatto ad ogni tipo di esigenza di telefonia mobile, fissa e convergente, conforme alla normativa vigente nazionale ed europea, come il processo di gestione del "Roaming Like At Home" (la possibilità di fruire in UE della propria offerta alle stesse condizioni che nel Paese di provenienza).

Wind distribuisce i suoi prodotti e servizi mobili, comprese schede SIM, scratch card e cellulari, attraverso una serie di punti vendita che, al 31.12.2016, includevano 153 negozi di proprietà e 496 punti vendita in franchising operanti in esclusiva col marchio Wind. La rete di vendita non esclusiva è composta da 3.037 rivenditori diffusi capillarmente sul territorio nazionale e 804 punti vendita presso le catene di negozi di elettronica.

Dal sito **www.wind.it**, ottimizzato per la navigazione da desktop e da mobile, è possibile attivare offerte e servizi, acquistare telefoni, Smartphone e Tablet e aderire alle offerte "All Digital", disponibili solo online e pensate per i clienti con una forte propensione all'utilizzo dei canali digitali. Inoltre, con un semplice click, sia da sito sia da App è possibile ricaricare la propria SIM pagando tramite Carta di Credito, PayPal o addebito su Conto Telefonico Infostrada o Wind. All'interno del sito è possibile visualizzare le mappe di copertura della rete di Wind, integrate con Google Maps, in modo da verificare lo stato della copertura 2G, 3G e 4G sul territorio.

Tramite il sito **www.infostrada.it** è possibile richiedere l'attivazione di un servizio di linea fissa su un nuovo numero di telefono o su un numero di altro operatore. Da febbraio 2016, le offerte sono disponibili anche in fibra, per le zone coperte da questa infrastruttura.

Entrambi i siti hanno un'importante sezione dedicata all'assistenza clienti comprensiva di FAQ, assistente virtuale, tutorial, tool dedicati al supporto del cliente ed una chat di caring disponibile per i clienti Infostrada. All'interno dell'Area Clienti è possibile verificare autonomamente i propri consumi, cambiare piano tariffario e gestire completamente le proprie linee. Inoltre, il sito sta diventando uno strumento importante anche per la raccolta di opportunità commerciali con potenziali clienti in ambito Business.

Attraverso la **Carta dei Servizi,** uno strumento di trasparenza adottato in conformità alle disposizioni dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCom), l'azienda informa i clienti sui loro diritti e sugli impegni di qualità assunti in relazione ai servizi forniti.

Tra gli obiettivi principali inseriti nella Carta dei Servizi ci sono, ad esempio, i tempi di attivazione del servizio e i tempi per la riparazione degli eventuali guasti.

Il documenti specifici di Wind e H3G, con gli obiettivi di qualità e il relativo livello di raggiungimento, sono disponibili ai seguenti indirizzi:

- **http://www.windgroup.it/it/consumatori/cartaservizi.phtml**
- **http://www.tre.it/assistenza/servizio-clienti/procedure-documenti/documenti/carta-servizi-h3g**

Un marketing responsabile e trasparente

Nell'ambito dei processi di marketing, Wind Tre applica il principio della **trasparenza** con offerte commerciali estremamente chiare per avere con i clienti una relazione corretta.

A tale scopo, le funzioni preposte alle attività di comunicazione, marketing e vendita hanno regolari momenti di confronto con le funzioni aziendali legali e regolamentali, per garantire la conformità normativa di ogni iniziativa intrapresa. Inoltre, tutte le campagne di comunicazione dell'azienda sono preventivamente vagliate dalla Direzione Legal Affairs, che ne verifica la conformità alla normativa ed ai codici di autoregolamentazione in materia. La valutazione avviene in maniera continuativa e l'efficacia del processo è dimostrata dai risultati positivi ottenuti.

Nel 2016, infatti, non si sono registrati casi di non conformità per ciò che riguarda la correttezza nella comunicazione commerciale,

la pubblicità, l'attività di promozione e sponsorizzazione, né rispetto al tema delle informazioni ed etichettature dei prodotti e servizi Wind, mentre per quanto riguarda H3G c'è stata una sola pronuncia negativa da parte del Giurì dell'Autodisciplina Pubblicitaria (peraltro a seguito di un'azione riconvenzionale mossa a fronte di un ricorso iniziato dalla stessa H3G).

Le modalità di gestione applicate sono periodicamente sottoposte a revisione nell'ottica del miglioramento continuo, anche in relazione all'efficacia dell'attività commerciale e ad eventuali criticità segnalate dai clienti tramite il Call Center e la Forza Vendita.

La trasparenza delle offerte commerciali di Wind è una caratteristica distintiva da diversi anni: ad esempio, l'opzione Minuti Veri, conteggia ogni secondo di effettiva conversazione, mentre l'ADSL Vera assicura la massima prestazione e affidabilità del servizio di navigazione in Internet.

14
milioni di download

Il piano tariffario di ogni cliente è disponibile anche attraverso le piattaforme digitali. **L'App MyWind**, che consente di monitorare spese e traffico legate all'offerta sottoscritta, ha fatto registrare a fine 2016 circa **14 milioni di download**, mentre l'App Wind Talk, che consente, tra le altre cose, di contattare l'assistenza clienti e i punti vendita via chat e trasferire credito telefonico, ha fatto registrare nel 2016 circa 1 milione di download.

Le recensioni online di MyWind e Wind Talk confermano il forte gradimento di questi strumenti e la validità della strategia dell'azienda che vede nella trasparenza e nella vicinanza al cliente i valori chiave per continuare a crescere.

Dal novembre 2016 al portafoglio Wind si è aggiunta una nuova App, VEON, nata per offrire ai clienti un'esperienza integrata dei servizi di assistenza TELCO combinati con le funzionalità pure degli OTT. Disponibile per clienti Wind e non, VEON ha l'obiettivo di creare una grande community facendo leva proprio sulla già numerosa Customer Base Wind. Oltre alla funzionalità di chat e VoIP, disponibili per tutti gli utilizzatori, i clienti Wind potranno controllare lo stato della propria linea mobile, effettuare ricariche, contattare via chat l'assistenza clienti, oltre a godere di un numeroso ventaglio di promozioni e vantaggi commerciali a loro dedicati.

735
milioni di accessi

L'**App Clienti di 3** ha continuato nel 2016 a confermarsi il principale canale di contatto raggiungendo una penetrazione dell'81% sulla Customer Base attiva con sistema operativo compatibile e registrando un numero di accessi nell'anno pari a 735 milioni. Alla luce di questi risultati, nel 2016 sono state introdotte nuove funzionalità di self service e instant call back (prenotazione dalla App del ricontatto). Questa modalità ha sostituito la precedente "call back" con prenotazione telefonica del ricontatto da 133 in seguito a migliori risultati in termini di soddisfazione ed efficienza operativa.

Per garantire la massima trasparenza e semplicità d'uso ai clienti Mobile Broadband, H3G mette a disposizione l'**App Casa3**, che permette di gestire da remoto i device Wi-Fi come il WebCube o il WebPocket. Grazie a questo strumento il cliente può in ogni momento monitorare il traffico dati (e relative soglie), controllare lo stato della connessione del router Wi-Fi e gestire tutti i device ad esso connessi (Tablet, PC, Smartphone, ecc.).

[G4 - PR6]

VAS premium, ma solo se graditi

I servizi VAS (Value-Added Services) sono servizi “a valore” che si aggiungono ai servizi base della telefonia (voce e dati). Si distinguono da questi ultimi per il tipo di contenuti e per il sovrapprezzo solitamente applicato rispetto ai servizi base. Vengono anche chiamati Servizi premium e sono, ad esempio, Digital Edition di quotidiani e periodici, servizi di musica, film e serie TV, giochi, oroscopi e suonerie, chat e dating e contenuti per adulti. Vengono promossi principalmente tramite mobile ADV (banner, pop-up, ecc.) su siti mobile web.

I servizi VAS sono prodotti e promossi da soggetti diversi dall’operatore telefonico, ma sono fatturati al cliente finale dall’operatore telefonico, che poi, in base a precisi accordi contrattuali, retrocede al fornitore dei servizi il pagamento ricevuto, trattenendo per sé una quota a fronte dei servizi resi (identificazione, autenticazione e riconoscimento del cliente finale, certificazione dei processi di attivazione, pagamento del servizio, informazioni di caring, disattivazione, gestione ed eventuale rimborso del cliente). Nonostante in fase di acquisto sia sempre specificato il nome del fornitore dei contenuti, il fatto che la fatturazione venga gestita dall’operatore telefonico agli occhi del cliente lo rende responsabile delle politiche commerciali attuate per la vendita dei servizi VAS premium e, quindi, l’interlocutore a cui rivolgersi in caso di controversie.

In attesa che l’Authority di settore (AGCom) si pronunci in merito all’attuale quadro normativo di riferimento, gli operatori telefonici hanno promosso l’adozione di un nuovo processo di attivazione dei servizi che prevede l’espressione, da parte del cliente, di una chiara volontà mediante il “doppio click”. **Ad ottobre 2015 H3G, primo fra tutti gli operatori, ha introdotto l’attivazione mediante doppio click** su doppio i-frame, a conferma della reale intenzione di acquisto da parte del cliente.

Oltre a ciò, tutti gli operatori telefonici hanno promosso e adottato un nuovo impianto di tutele a favore dei clienti denominato “Misure a Tutele Crescenti”: si tratta di un’articolata serie di azioni di verifica, controllo e monitoraggio del mercato dei servizi VAS in grado di intervenire prontamente in caso di inadempienze dei fornitori di servizi, applicando misure sanzionatorie come la sospensione o la chiusura di servizi e l’applicazione di penali determinate dalla costante verifica di precisi coefficienti di qualità legati al numero dei reclami sui singoli servizi commercializzati.

Per tutelare ulteriormente i clienti da eventuali acquisti involontari, H3G, tra il 2015 e il 2016, ha adottato una serie di contromisure volontarie che si sono dimostrate molto efficaci.

Una di queste è il cosiddetto sistema di **VAS Shield**: H3G è stato il primo operatore telefonico ad introdurre un sistema di internalizzazione dell’intera pagina di attivazione dei servizi VAS su proprie piattaforme tecnologiche. Questa misura garantisce un maggior controllo di tutta la filiera di attivazione, fruizione e pagamento dei servizi e di tutte le pagine di attivazione, fin dalla loro creazione editoriale. Oltre a ciò, il VAS Shield implica una riorganizzazione e centralizzazione contrattuale e operativa delle attività legate ai servizi che, oltre a proteggere maggiormente i clienti, garantisce l’operatore da eventuali pratiche scorrette attuate da terze parti (content service provider, network ADV, publisher, ecc.).

Un’altra di queste misure è il **riepilogo dei servizi VAS premium attivi sulla SIM**, inviato tramite SMS come promemoria settimanale (denominato SMS di caring settimanale). In questo modo il cliente, se si rende conto di avere attivato involontariamente qualche servizio, può disabilitarlo subito. Il riepilogo è presente anche sulla App aziendale (Area Clienti 3) e l’eventuale mancata ricezione del promemoria via SMS dà diritto al cliente al rimborso dei servizi VAS premium attivi. H3G è stato il primo operatore telefonico ad introdurre la notifica di caring settimanale.

All’interno dell’App aziendale Area Clienti 3 è poi presente un’area dedicata alla verifica e gestione degli abbonamenti attivi chiamata “Servizi in abbonamento”: da qui il cliente può immediatamente effettuare la disattivazione di uno o di tutti i servizi a cui risulta abbonato.

Infine, da febbraio 2017, H3G ha potenziato questa protezione disabilitando in modo predefinito la possibilità di acquisto di servizi VAS premium a tutti i clienti con ricarica automatica del credito, ad eccezione di quelli di alcuni fornitori che offrono specifici processi di abilitazione dei pagamenti e meccanismi di refund automatico, come Google Play e Apple Store.

In sintesi, l’azienda contrasta la vendita non richiesta di servizi a sovrapprezzo con le seguenti contromisure:

1. adozione di policy di rimborso in caso di contestazione di un servizio;
2. gestione centralizzata dei servizi a sovrapprezzo e adozione di linee guida specifiche per l’acquisto di tali servizi, più restrittive rispetto a quanto previsto dalla regolamentazione in materia, volte a garantire un acquisto consapevole;
3. monitoraggio, tramite una Società esterna, della comunicazione adottata dai distributori dei servizi, per rilevare eventuali anomalie e sanzionare la violazione delle norme;
4. possibilità di ribaltamento ai Content Service Provider dei rimborsi riconosciuti ai clienti.

Grazie a queste iniziative, nel 2016 si è riscontrata una riduzione sostanziale dei reclami dei clienti per l’attivazione di servizi non richiesti sulla rete mobile.

In futuro Wind Tre intende proseguire il costante e fattivo confronto con le Authority (AGCom, Agcm, Garante Privacy e MISE) per il miglioramento del quadro normativo di settore e lo sviluppo dei servizi “high value”, quali, ad esempio, ticketing per l’ingresso a musei, eventi culturali e cinema e Mobile Payment a servizio della Pubblica Amministrazione. Inoltre, sarà prioritario il costante aggiornamento delle misure di controllo tecnologico e di monitoraggio del mercato, per garantire l’aumento della trasparenza e delle tutele nei confronti dei clienti.

Ciao mamma, vado nel web

Oltre a rispettare i vincoli imposti dalla legge, che prevedono il divieto di vendita delle SIM ai minori, Wind Tre applica specifici sistemi di “parental control” su alcuni siti non adatti ai minori.

In particolare, H3G ha elaborato un sistema di protezione dei clienti più giovani basato sull’accesso condizionato ai contenuti per adulti. Tale soluzione è stata approvata dal Garante della Privacy, che ne ha riconosciuto l’efficacia anche rispetto al tema sensibile della “Raccolta del Consenso informato”[1].

Il sistema di protezione si attiva automaticamente in base della tipologia di servizio o contenuto, informazione che è registrata sul sistema centralizzato dell’operatore. Se il servizio o il contenuto appartengono alla tipologia “adult”, viene controllata l’età dell’utente in base all’anagrafica dell’intestatario della SIM. Se l’utente è minorenne, non ha accesso al contenuto richiesto e viene mandato su una pagina di cortesia che lo informa che la SIM che ha effettuato la sessione di browsing non è abilitata ad accedere a servizi “adult”. Nella pagina di cortesia è presente anche un link (“Per maggiori informazioni clicca qui”), per conoscere i vari motivi per cui una SIM non può accedere a quella tipologia di servizi.

Per sensibilizzare i minori e al corretto utilizzo degli strumenti del mondo digitale, Wind ha aderito anche nel 2016 al **Safer Internet Day**, in collaborazione con il Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca, e ha partecipato alla Giornata per la Sicurezza in Rete, istituita e promossa dalla Commissione Europea per sensibilizzare i giovani ad un uso più responsabile del web e delle nuove tecnologie.

Infine, anche nel 2016 Wind e H3G hanno voluto essere al fianco della Polizia Postale e delle Comunicazioni, del Ministero dell’Istruzione e dell’Autorità Garante per l’infanzia e l’adolescenza, per il progetto **“Una Vita da Social”**, la più importante campagna educativa itinerante sulla sensibilizzazione e prevenzione dei rischi e pericoli della rete e l’uso consapevole e responsabile del web. Il “truck” itinerante ha percorso 18.000 chilometri e raggiunto 130 città, 150.000 studenti nelle piazze, 800.000 nelle scuole, 25.000 genitori, 10.800 insegnanti. La pagina Facebook ha avuto, solo nel 2016, 700.000 visitatori, grazie anche al coinvolgimento di artisti e personaggi dello spettacolo che si sono alternati per esprimere condivisione verso l’iniziativa e lanciare messaggi di legalità ai giovani.

Canali di assistenza accessibili ed efficaci

Wind Tre considera i canali di assistenza a disposizione dei clienti un elemento fondamentale per la loro soddisfazione complessiva. Pertanto questo ambito è oggetto di un’attenzione ed un impegno particolare da parte dell’azienda, che mira a offrire un servizio facilmente accessibile, efficace rispetto alle esigenze del cliente e cordiale nelle modalità di relazione.

1 *Comunicazione formale del Garante della Privacy del 31 agosto 2015 – Rif. Prot.: DCRT / OSS / ET / 73856.*

Anche in questo caso i processi e i metodi di Wind e H3G verranno uniformati nel corso del 2017, allineando le performance della nuova azienda ai migliori standard delle due realtà di origine.

Wind offre diverse modalità di interazione con i canali di assistenza: tramite telefono, via web e Social Network. Qualunque sia il touch point scelto dal cliente, la gestitone unitaria del servizio assistenza da parte del Contact Center garantisce una qualità uniforme di informazione e di supporto.

Per quanto riguarda le prestazioni di Wind nel 2016, i principali indicatori mostrano un andamento soddisfacente del servizio di assistenza al cliente. Infatti:

- i contatti tramite telefono sono rimasti pressoché invariati (+1%) rispetto al 2015;
- l'indicatore di Customer Satisfaction (CSI) è stato, come gli altri anni, superiore a 4 su una scala di 5, confermando elevati standard di qualità percepita;
- le richieste di supporto pervenute ai gruppi specialistici di assistenza tecnica sono diminuite del 16%;
- il Net Promoter Score del Servizio Clienti per il mobile si è attestato su una media di 30, in crescita rispetto all'anno precedente.

Sul fronte dell'assistenza digitale sono state avviate importanti iniziative tra cui il lancio dell'App VEON tramite la quale il cliente Wind, oltre a fruire di altre funzionalità, può interagire in Chat con il Servizio Clienti in modo semplice e intuitivo. È stata, inoltre, consolidata anche la Chat per i clienti Infostrada tramite il sito istituzionale infostrada.it.

Le rilevazioni sulla soddisfazione del cliente mobile, commissionate ad enti esterni specializzati e basate su un campione rappresentativo di interviste, evidenziano che il sito di Wind è stato più gradito di quello della concorrenza, così come l'App Wind Talk.

Per quanto riguarda H3G, nel 2016 è stato fatto un grande sforzo per migliorare la qualità percepita dai clienti, investendo in progetti di formazione volti a migliorare le competenze dei Call Center: il Net Promoter Score ha così raggiunto una media di 28.3, ovvero più del doppio rispetto al 2015.

Il numero di contatti al Servizio Clienti 133 è stato in linea con l'anno precedente, mentre è migliorata notevolmente la capacità di gestire le richieste dei clienti in un unico contatto (one call resolution 79%).

Nel 2016, inoltre, l'App "Area Clienti 3" è stata sottoposta ad un restyling grafico e funzionale per offrire al cliente la possibilità di prenotare una richiamata di assistenza in determinate casistiche, effettuare ricariche automatiche, visualizzare offerte e servizi personalizzati.

L'App MyWind, con oltre 5 milioni di utenti attivi, e l'App Area Clienti 3, con circa 4 milioni di utenti che accedono almeno una volta al mese, rappresentano il canale preferito dai clienti in possesso di uno Smartphone o di un Tablet Android, iOS o Windows Phone.

Anche i Social Network sono un importante punto di contatto. I fan/follower sui canali Wind e 3 di Facebook e Twitter sono in crescita costante e alla fine del 2016 erano complessivamente 2,3 milioni.

Infine, nelle speciali classifiche di Social care "Top Brands" pubblicate mensilmente da Blogmeter.com, Wind Tre risulta a livelli di eccellenza per quanto riguarda la rapidità di gestione dei contatti dei clienti.

LINEE D'AZIONE 2017

Sviluppare ulteriormente il modello di servizio "cross channels", che consente all'operatore di vedere e considerare tutte le interazioni generate dal cliente su diversi canali di comunicazione (telefono, lettera, e-mail, Social Network, App, ecc.), rendendo sempre più efficace l'interazione tra il cliente e il servizio di assistenza.

Continuare ad investire sui canali digitali, introducendo nuove funzionalità di self service ed ottimizzando quelle esistenti.

Siamo in ascolto della voce di clienti

Wind Tre punta a soddisfare il cliente attraverso un approccio olistico, cioè che garantisca qualità e attenzione su tutti i canali di contatto con l'azienda: l'esperienza del cliente, infatti, deve essere positiva quando parla con gli operatori telefonici, quando naviga sul sito aziendale, quando usa le App per gestire i suoi servizi di telecomunicazioni e, in generale, ogni volta che usa un touch point per entrare in contatto con Wind Tre.

Il livello di soddisfazione del cliente viene monitorato da Wind e H3G con regolarità, facendo riferimento a prassi aziendali che nel corso degli anni si sono rivelate efficaci.

Per quanto riguarda **Wind**, anche nel 2016 l'azienda ha misurato il grado di soddisfazione dei clienti attraverso indagini telefoniche specifiche per ciascun mercato, effettuate da una Società esterna indipendente con cadenza trimestrale. Il campione analizzato era formato da 1.000 clienti mobile consumer rappresentativi per area geografica, per tipologia di contratto (prepagato o abbonamento), classe di spesa (top, medium e low) e anzianità di contratto.

La rilevazione è avvenuta attraverso la somministrazione di un questionario con domande su:

- soddisfazione complessiva, soddisfazione verso le aspettative e in confronto ad un operatore ideale;
- propensione a continuare a fruire del servizio e al "passa parola";
- tariffe e promozioni (trasparenza, chiarezza, semplicità, economicità);
- Customer Care (qualità dei risponditori automatici IVR, facilità di contatto, efficacia nella risoluzione del problema, cortesia degli operatori);
- servizi della rete voce ed Internet (qualità, copertura a casa e sul lavoro);
- Customer Relationship Management;
- ricarica, credito residuo, website, App;
- pubblicità ed immagine.

Rispetto ad una scala 10-100, Wind ha ottenuto un punteggio di circa 80, sia per quanto riguarda la soddisfazione complessiva che in rapporto alle aspettative dei clienti e in confronto ad un operatore ideale, in leggera flessione rispetto agli anni precedenti. Si è, inoltre, confermata come la migliore rispetto ai competitor per tariffe, CRM e ADV. Il grado di soddisfazione per i servizi di Customer Care è in lieve crescita, mentre l'indicatore di fedeltà perde circa 3 punti negli ultimi 3 anni, denotando una maggiore propensione del cliente al cambiamento.

	2016	2015	2014
Soddisfazione complessiva	79,7	81,2	84,1
Soddisfazione in rapporto alle aspettative dei clienti	80,1	82,1	84,0
Soddisfazione in rapporto ad un operatore ideale	78,2	80,0	81,6
Tariffe	79,4	n.a.	n.a.
CRM	83,5	n.a.	n.a.
ADV	79,5	n.a.	n.a.
Servizi di Customer Care	83,9	83,1	83,3
IVR - Interactive Voice Response	77,2	76,4	76,6
Operatore di Call Center	89,3	88,8	87,3
Fedeltà del cliente	86,8	88,6	90,0
Tendenza al "passaparola"	79,6	80,4	80,8
Efficacia della pubblicità	79,5	81,2	81,7

Tabella 11. Risultati dell'analisi di Customer Satisfaction di Wind.

Per quanto riguarda **H3G**, l'azienda ha ottenuto un punteggio di circa 75, in relazione alla soddisfazione complessiva, anche in rapporto alle aspettative dei clienti e al gradimento delle tariffe. La soddisfazione per i servizi di Customer Care è stata valutata con un punteggio di quasi 70 (60 per i risponditori automatici IVR e 78,1 per risposta dell'operatore di Call Center). L'indicatore di fedeltà del cliente e di tendenza al "passaparola" si sono attestati rispettivamente a 84,6 e 72,9, mentre l'efficacia della pubblicità ha raggiunto un punteggio di 67,7.

	2016
Soddisfazione complessiva	74,8
Soddisfazione in rapporto alle aspettative dei clienti	74,8
Soddisfazione in rapporto ad un operatore ideale	70,3
Tariffe	74,9
Servizi di Customer Care	68,6
IVR - Interactive Voice Response	60,0
Operatore di Call Center	78,1
Fedeltà del cliente	84,6
Tendenza al "passaparola"	72,9
Efficacia della pubblicità	67,7

Tabella 12. Risultati dell'analisi di Customer Satisfaction di H3G.

LINEE D'AZIONE 2017

Ripetere le rilevazioni periodiche di Customer Satisfaction e confermare i risultati più positivi rilevati nel 2016.

Cerchiamo soluzioni condivise

La conciliazione dinanzi ai Co.re.com.

La definizione degli strumenti di risoluzione delle controversie tra utenti e operatori di comunicazioni elettroniche compete all'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, che ha stabilito per il settore delle telecomunicazioni l'obbligo di compiere un tentativo di conciliazione prima di accedere alla giustizia ordinaria.

Il tentativo di conciliazione è una procedura con la quale l'utente e l'operatore, aiutati da una parte terza (tra cui i Co.re.com. - Comitati regionali per le comunicazioni), cercano una soluzione bonaria alla controversia. Se tale soluzione non si raggiunge, l'utente può chiedere all'Autorità, e ai Co.re.com. da essa delegati, la definizione della controversia o può rivolgersi alla giurisdizione ordinaria.

Nel corso del 2016, le domande di conciliazione promosse dinanzi ai Co.re.com. sono state 9.192 nei confronti di Wind (in leggera diminuzione rispetto alle 9.337 del 2015) e 12.690 nei confronti di H3G.

	Wind	H3G
Domande di conciliazione promosse dinanzi ai Co.re.com.	9.192	12.690
Soluzione concordata tra le parti	75%	61%
Richiesta dell'utente all'Autorità o ai Co.re.com. di definire la controversia	13%	9%
Ricorso dell'utente alla giurisdizione ordinaria	10%	28%

Tabella 13. Domande di conciliazione promosse dinanzi ai Co.re.com. nel 2016.

Per il 2017 l'obiettivo è quello di adottare in tutta l'organizzazione il modello di Wind, internalizzando la gestione della maggior parte delle conciliazioni e gestendo tempestivamente i reclami.

La conciliazione paritetica

Sia Wind che H3G nel 2016 hanno aderito al bando di cofinanziamento delle conciliazioni paritetiche, destinato a tutte le associazioni dei consumatori riconosciute dal Governo con le quali si ha un protocollo di conciliazione attivo.

L'obiettivo del bando è di sostenere le attività di conciliazione svolte dalle associazioni dei consumatori a supporto degli utenti. Per ogni conciliazione paritetica conclusa con esito positivo, le associazioni dei consumatori si vedono riconosciuto un contributo di 35 o 40 Euro (a seconda che la conciliazione sia gestita online o tramite sportello fisico) da parte del Ministero dello Sviluppo Economico (fondi provenienti dalle sanzioni comminate dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato alle aziende in presenza di pratiche commerciali scorrette) e di un contributo di 20 Euro da parte dell'impresa che ha gestito la conciliazione.

Nel corso del 2016, le domande di conciliazione paritetica ricevute da Wind sono state 1.514 (nel 2015 erano state 1.674, nel 2014 1.426). Le procedure di conciliazione paritetica gestite con esito positivo, che possono accedere al co-finanziamento, sono state circa l'80% del totale, confermando un trend ormai in atto da diversi anni, che mostra che lo strumento di mediazione riduce sensibilmente la propensione al conflitto giurisdizionale.

Le domande di conciliazione paritetica ricevute da H3G nel 2016 sono state 2.924 (nel 2015 erano state 3.345, nel 2014 2.881). Le procedure di conciliazione paritetica gestite con esito positivo, che possono accedere al co-finanziamento, sono state circa 1.600, pari al 55% del totale.

	Wind	H3G
Domande di conciliazione paritetica	1.514	2.924
Domande con esito positivo	1.220	1.598
Incidenza delle domande con esito positivo	81%	55%

Tabella 14. Domande di conciliazione paritetica nel 2016.

Come per la conciliazione dinanzi ai Co.re.com., anche in questo caso l'obiettivo è quello di adottare in tutta l'organizzazione il modello di Wind, internalizzando la gestione della maggior parte delle conciliazioni e gestendo tempestivamente i reclami.

Il contenzioso con i clienti

Alla fine del 2016 risultano pendenti per Wind 5.600 contenziosi. Rispetto alla fine dell'anno precedente il dato è invariato. Le motivazioni alla base dei contenziosi sono numerose; tra le più comuni: inadempimento contrattuale, interruzione del servizio, disconoscimento del contratto, contestazione delle fatture, disservizio, gestione e trattamento di dati personali. Per tali controversie, nel corso del 2016, Wind ha ottenuto sentenze favorevoli nel 74% dei casi.

Per H3G, alla fine del 2016 risultano pendenti 1.190 contenziosi. Rispetto alla fine dell'anno precedente si registra un incremento di circa 600 posizioni. Le motivazioni alla base dei contenziosi sono numerose; tra le più comuni: extrasoglia, SMS premium, contenuti portale "3", mancata copertura di rete, disconoscimento del contratto, errata fatturazione, MNP, recesso o risoluzione contrattuale, sospensione o disattivazione dell'utenza. Per tali contenziosi, nel corso del 2016, H3G ha ottenuto sentenze favorevoli nel 2% dei casi.

Dopo la fusione l'azienda ha avviato un percorso per estendere a tutta l'organizzazione l'approccio gestionale di Wind, che prevede di procedere alla costituzione giudiziale su tutte le posizioni notificate, senza margini di transazione ante giudizio, se non in casi effettivamente fondati. Tale modus operandi nel tempo dovrebbe portare ad un decremento del numero dei contenziosi notificati e della soccombenza economica.

[G4 - PR7]

Le sanzioni da parte delle Authority di settore

Nel 2016 Wind ha ricevuto 2 sanzioni dall'AgCom (Autorità per le garanzie nelle comunicazioni) del valore complessivo di 360.658 Euro dovute a non conformità della procedura in materia di cessazione delle numerazioni mobili e ad inottemperanza a provvedimenti del Co.re.com., nonché una sanzione di 455.000 Euro da parte dell'AGCM (Autorità garante della concorrenza e del mercato) per aver adottato pratiche commerciali scorrette in occasione della riduzione del periodo di rinnovo delle offerte di telefonia mobile.

Tale risultato è in netto miglioramento rispetto al 2015, quando le sanzioni dell'AgCom e dell'AGCM sono state complessivamente 7, per un importo circa doppio.

Per quanto riguarda H3G, nel 2016 non ha ricevuto nessuna sanzione da parte dell'AGCM, mentre l'AgCom ha comminato 3 sanzioni: una di 300.000 Euro per la qualità dei servizi telefonici di contatto (Call Center), una di 320.000 Euro per la disattivazione, senza preavviso, alla scadenza della SIM, e infine una di 480.000 Euro ad inottemperanza ad una diffida relativa all'addebito di somme per la navigazione nell'area denominata "App&Store".

I vostri dati, un valore da proteggere

Coniugare rigore e semplicità

Per il settore delle telecomunicazioni la principale sfida nel campo della protezione dei dati (personali e non) consiste nel coniugare la complessità richiesta dal rigoroso rispetto degli obblighi normativi con l'estrema semplicità desiderata dal cliente nella fruizione dei servizi, in un contesto estremamente dinamico, caratterizzato da una continua evoluzione del Business e delle tecnologie associate.

L'armonizzazione dei processi di Wind e H3G, su cui le prime riflessioni sono state avviate nel corso del 2016, è considerata un'occasione per ridefinire la Governance aziendale per la gestione dei dati tenendo conto di tali esigenze e per recepire alcune rilevanti novità normative introdotte a livello comunitario nel 2016 dal Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati. Oltre al rischio di data breach (violazione di dati), la nuova Governance, che prenderà forma nel 2017, abbraccerà anche i processi di trattamento e di profilazione, convergendo verso un'ottica più razionale.

Nel corso del prossimo anno, quindi, Wind Tre sarà impegnata nel raggiungere un nuovo assetto organizzativo in questo ambito, che avrà le caratteristiche indicate nel seguito.

Per rispondere a questa esigenza, Wind Tre si avvale di unità organizzative dedicate a:

- garantire il rispetto del **Codice Privacy**, sia all'interno dell'azienda che lungo la sua catena del valore (fornitori e distributori);
- assicurare un'adeguata gestione della **sicurezza dal punto di vista tecnologico**, attraverso la definizione di adeguati standard e policy da applicare nelle fasi di progettazione, sviluppo ed esercizio dei sistemi e delle applicazioni.

L'azienda è attiva, in primo luogo, sul fronte della **tutela preventiva** e, in secondo luogo, su quello della gestione e mitigazione di eventuali **"data breach"**.

La Governance di Wind Tre in tema di **Privacy** riguarda i seguenti ambiti:

- il corretto recepimento delle novità normative e dei provvedimenti in materia;
- lo sviluppo, la produzione e la commercializzazione di nuovi servizi;
- il monitoraggio del livello di adeguatezza delle misure tecnico-organizzative adottate.

Nella tutela della riservatezza dei dati, Wind Tre applica metodologie basate sulle best practice di settore (ad esempio, le linee guida dell'ENISA[2] e norme della serie ISO 27000[3]) e adotta un sistema di Governance, Risk Management e Compliance (eGRC) sviluppato internamente, che consente di tenere sotto controllo l'intera filiera del trattamento del dato, valutando in maniera analitica il livello di conformità di ciascun sistema coinvolto.

Tale attività di verifica e valutazione culmina nella sintesi annuale del livello di conformità dei sistemi Wind Tre, condivisa per ultimo a livello di Top Management, da cui scaturiscono gli indirizzi per il futuro.

Wind Tre si attiene, inoltre, anche alle prescrizioni legislative e del Garante Privacy in tema di profilazione, arricchimento, trasferimento dei dati e procedure informative in materia di autorizzazione.

I fornitori esterni autorizzati al trattamento dei dati dei clienti, come i Call Center in outsourcing o i fornitori di Information Technology, sono sottoposti ad Audit annuali.

Le persone dell'azienda ricevono regolarmente formazione sul tema della Privacy, per trovarsi nelle giuste condizioni di esercizio delle loro attività professionali.

Gli investimenti per la tutela della Privacy sono naturalmente integrati con le esigenze di Business, per cui è difficile distinguere quanta parte dell'investimento si possa attribuire ad una finalità o all'altra. In generale, per quanto riguarda Wind, sono stati effettuati nel 2016 investimenti per esigenze di Business che comprendevano anche aspetti legati alla Privacy. Per quanto riguarda H3G, invece, l'impatto più consistente si è avuto con riferimento al progetto data breach nel 2013-2014.

2 *L'ENISA (European Union Agency for Network and Information Security) è la risposta dell'Unione Europea ai temi della cyber security, con l'obiettivo di costituire il centro di scambio di informazioni, best practice e conoscenza nel campo della Sicurezza Informatica, dando impulso e sostenendo una cultura di Sicurezza Informatica e della Rete a vantaggio dei cittadini, dei consumatori, del settore privato e pubblico nell'Unione Europea.*

3 *Lo Standard ISO/IEC 27001:2013 è una norma internazionale che definisce i requisiti per impostare e gestire un Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni. Include aspetti relativi alla sicurezza logica, fisica ed organizzativa.*

Data breach: episodi più unici che rari

Nel 2016 H3G ha affinato i suoi processi di prevenzione e gestione delle violazioni di dati, attraverso un percorso di analisi dettagliata dei rischi che ha coinvolto anche il Top Management. Tale intervento ha permesso di abbreviare i tempi per l'individuazione e la segnalazione degli eventuali problemi e dei conseguenti interventi correttivi. È, inoltre, in corso un progetto per accentuare **l'approccio preventivo** al tema dei data breach, anche in ottica di riduzione dei rischi di impresa.

Nel 2016 non sono stati rilevati eventi di data breach né in Wind né in H3G. Nel biennio precedente H3G non ha subito nessuna violazione di dati, mentre in Wind nel 2015 è stato registrato un data breach per accessi anomali al sistema di CRM/Area Clienti, e nel 2014 sono stati rilevati 2 data breach.

Negli ultimi 3 anni non sono pervenuti reclami da parte di terzi per violazione della Privacy o violazione dei dati dei clienti, né in Wind né in H3G.

		2016	2015	2014
Numero di reclami ricevuti da terzi per violazione della Privacy o perdita dei dati dei clienti	Wind	0	0	0
	H3G	0	0	0
Numero totale di violazioni individuate, furti o perdite di dati dei clienti	Wind	0	1	2
	H3G	0	0	0

Tabella 15. Numeri chiave sulla perdita di dati.

[G4 - PR8]

La collaborazione con il Garante della Privacy

Wind Tre ha contatti regolari con l'Autorità Garante della Privacy con cui ha un rapporto di piena collaborazione. Insieme ad altri operatori, l'azienda contribuisce alla definizione delle migliori pratiche di tutela del diritto alla Privacy applicabili al contesto delle telecomunicazioni. Nel 2016, in particolare, Wind e H3G hanno partecipato alle audizioni del Garante Privacy in tema di:

- Mobile Ticketing;
- Internet of Things;
- Sistema Informativo sulle Morosità Intenzionali nel settore della Telefonia;
- Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati;
- sostegno ai partiti politici tramite erogazioni del credito telefonico.

Durante il 2016, in continuità con gli anni precedenti, l'azienda ha subito 2 ispezioni da parte del Garante della Privacy: una per Wind e una per H3G. Per quanto riguarda Wind, l'ispezione ha portato ad una sanzione di 20.000 Euro a seguito della contestazione di un'anomalia. L'azienda, tuttavia, ha impugnato il provvedimento, per cui tale sanzione, al momento della pubblicazione del presente documento, non è stata pagata. Wind Tre ha richiesto un'audizione al Garante su questo tema ed è in attesa di una convocazione. Per quanto riguarda H3G, l'ispezione è iniziata nel 2016 ed è proseguita all'inizio del 2017. Al momento della pubblicazione del presente documento, l'esito di tale verifica non è ancora stato comunicato all'azienda. Nel biennio precedente le contestazioni da parte del Garante sono state solo 2 per H3G nel 2015 e una per Wind nel 2014.

Seguendo le indicazioni del Garante Privacy, Wind e H3G hanno condotto regolarmente delle azioni di vigilanza sui loro fornitori per verificare il rispetto da parte dei fornitori esterni, nominati Responsabili del trattamento, della normativa Privacy, anche sotto il profilo delle misure di sicurezza, nonché delle istruzioni impartite a livello contrattuale. Più precisamente, nel 2016 Wind ha svolto 13 Audit on site (in crescita rispetto agli 11 del 2015 e del 2014), mentre H3G ha inviato un questionario di verifica a 72 fornitori esterni (84 nel 2015 e 62 nel 2014). Nel 2017 è previsto l'invio di questionari analoghi anche ad agenti sales, così come è avvenuto nel 2015 (100 questionari) e nel 2014 (85 questionari).

Progetti Privacy 2016

Wind Tre rafforza la sicurezza dei dati anche attraverso alcuni progetti specifici rivolti sia al suo interno che all'esterno, a beneficio dei clienti o dell'intero settore delle telecomunicazioni. Riportiamo di seguito i progetti più significativi.

S.I.Mo.I.Tel. – Sistema Informativo sulle Morosità Intenzionali nel settore della Telefonia

Nel 2016 è stata condotta in sede Asstel una consultazione per la realizzazione di una banca dati, chiamata S.I.Mo.I.Tel., relativa a morosità intenzionali della clientela nel settore telefonico, al fine di dare attuazione ad un provvedimento del Garante per la Privacy, pubblicato in G.U. del 4 novembre 2015. Più precisamente la banca dati S.I.Mo.I.Tel., alla quale partecipano gli operatori telefonici, sarà gestita da un soggetto privato ("Gestore") ed è finalizzata alla prevenzione delle morosità intenzionali della clientela titolare di contratti per la fornitura di servizi di telefonia fissa e mobile, dovendo intendersi per tali i mancati pagamenti non dovuti a circostanze impreviste e contingenti, ma ad una precisa volontà dei soggetti. Sui siti istituzionali di Wind e H3G è stata pubblicata l'informativa Privacy specifica.

Documento Programmatico sulla Sicurezza dei Dati

Il DPS, Documento Programmatico sulla Sicurezza dei Dati, riporta in dettaglio gli interventi in materia di Privacy compiuti da Wind Tre e la pianificazione di interventi futuri. Sebbene il legislatore ne abbia abolito l'obbligo, Wind Tre continua a redigerlo, così da controllare i processi di Business che comportano attività di trattamento dei dati e le misure di sicurezza adottate. Nel 2016 sia Wind che H3G hanno condotto un risk assessment con riferimento ai sistemi che trattano dati personali dei clienti ed hanno verificato che i processi interni rispondano ai requisiti stabiliti dall'Autorità Garante a tutela della sicurezza dei dati in azienda.

DNS security feed

Nel corso del 2016 Wind ha realizzato la soluzione per incrementare la sicurezza della navigazione in Internet dei suoi clienti, fissi e mobili. Il progetto DNS security feed, infatti, sfrutta le informazioni su siti malevoli e sorgenti a rischio provenienti dai centri di ricerca e dai Security Operation Center di uno dei principali attori mondiali nel campo della sicurezza ed evita che i clienti, accedendo a siti pericolosi, rischino di subire dei danni (ad esempio perdita o sottrazione di dati) o di partecipare inconsapevolmente ad azioni criminali (ad esempio, partecipando inconsapevolmente a botnet, cioè reti controllate da hacker composte da dispositivi infettati da malware specializzato).

Il nuovo Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati

Nel 2016 la Commissione Europea ha adottato il Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati[4] per unificare e rafforzare la protezione dei dati personali all'interno dell'UE, restituire ai cittadini il controllo dei propri dati personali e semplificare il contesto normativo che riguarda gli affari internazionali. Tale Regolamento entrerà in vigore nel 2018 e andrà a sostituire la direttiva sulla protezione dei dati istituita nel 1995[5].

Il nuovo Regolamento comporterà per le aziende lo svolgimento di una serie di adempimenti impegnativi. Per le violazioni più gravi sono, inoltre, previste sanzioni molto elevate (fino al 4% del volume d'affari).

La nuova norma prevede che la protezione dei dati sia integrata fin dall'origine nella progettazione e nello sviluppo dei servizi (Privacy-by-design and by default). Inoltre, le impostazioni di Privacy devono essere configurate su un livello alto in modo predefinito.

Le aziende dovranno compiere delle valutazioni specifiche sui potenziali rischi per i diritti e le libertà delle persone a cui i dati si riferiscono e, in caso di rischi elevati, dovranno impegnarsi nella riduzione di questi ultimi e ottenere un'approvazione preventiva al trattamento dei dati da parte del Garante Privacy.

Alla luce di questi nuovi obblighi è evidente che l'adeguamento al nuovo Regolamento comporterà un rilevante impegno da parte di Wind Tre sul tema della Privacy durante il prossimo anno.

LINEE D'AZIONE 2017

Non ricevere sanzioni da parte del Garante Privacy su eventi 2017.
Effettuare azioni di vigilanza Privacy on site su almeno 10 fornitori nominati Responsabili esterni del trattamento dei dati.
Azzerare il numero di tentativi di "data breach" e ottimizzare i relativi processi.
Avviare l'adeguamento dei processi aziendali agli adempimenti previsti dal nuovo Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati che entrerà in vigore nel 2018.
Armonizzare i processi aziendali ex Wind ed ex Tre a seguito della fusione tra le due Società, in relazione alle differenti tematiche in ambito Privacy sia a livello interno sia verso il cliente esterno (es. analisi dei rischi e dei trattamenti effettuati dal nuovo titolare Wind Tre, adozione nuovo modello organizzativo in ambito Privacy a livello interno e nei confronti dei Responsabili esterni del trattamento, adozione nuovo modello informativa Privacy e consensi relativamente ai due distinti brand commerciali Wind e Tre, ecc.).

4 *GDPR, General Data Protection Regulation, Regolamento UE 2016/679.*
5 *Direttiva 95/46/EC.*

Affidabili e veloci con la nuova rete conver gente

[G4 - EC7]

Un asset fondamentale per il Business

Una rete affidabile ed estesa è il presupposto per l'erogazione di tutti i servizi di telefonia (voce e dati) e concorre in modo determinante alla percezione della qualità del servizio da parte del cliente. Per questo Wind Tre considera la qualità della rete, sia mobile che fissa, un asset fondamentale per il suo Business.

L'incremento continuo ed esponenziale delle aspettative di performance tecnica da parte del cliente induce l'azienda a gestire la sua rete con la massima attenzione, affinché possa soddisfare pienamente le richieste del mercato attuali e future, in termini di copertura territoriale e qualità del segnale, sia all'aperto (outdoor) che al chiuso (indoor).

Wind Tre è attualmente proprietaria di **2 reti mobili**, derivanti dagli asset delle due Società che l'hanno originata, e di una rete fissa, appartenuta a Wind. L'azienda è quindi direttamente responsabile delle prestazioni e degli impatti delle sue infrastrutture di telecomunicazione.

La progettazione, lo sviluppo e la gestione della rete compete ad una funzione aziendale preposta, cioè la divisione Technology, che si avvale di risorse interne e di contratti di servizio con terze parti.

L'affidabilità della rete e la continuità del servizio al cliente sono priorità che l'azienda gestisce tramite un'attenta progettazione delle architetture di rete, volutamente ridondate per ovviare all'eventuale indisponibilità temporanea di singoli elementi. Le performance di rete sono costantemente monitorate e i trend di traffico sono rendicontati e analizzati con cadenza quotidiana e settimanale. Gli obiettivi di prestazione della rete sono stabiliti in modo da garantire uno standard elevato del livello di servizio e soddisfare le attese di traffico prevedibili. La rete è monitorata da un NOC (Network Operation Center), un "centro di controllo" perennemente attivo.

Nel 2016 la manutenzione delle reti fissa e mobile e dell'ICT è stata curata dal personale interno di Wind Tre. In aggiunta al personale interno, la manutenzione della rete di H3G è stata effettuata in accordo ad un contratto di outsourcing della progettazione, manutenzione ed esercizio della rete di H3G stipulato con Ericsson.

Nel 2016 sulla rete H3G si è verificato un solo episodio di interruzione del servizio voce e dati che ha interessato circa metà del Paese il 10 ottobre. La causa è stata ricondotta a **due anomalie di diversa natura che si sono verificate contemporaneamente. Il servizio è stato ripristinato entro 30 minuti. Nello stesso periodo, non si segnalano significative interruzioni di servizio sulle reti Wind.**

La rete mobile: un'infrastruttura in rapido sviluppo

Wind offriva servizi di telefonia mobile su tutto il territorio nazionale attraverso tre differenti reti di copertura 2G, 3G e 4G, mentre H3G attraverso le due reti 3G e 4G.

Le reti di Wind e H3G al 31.12.2016 avevano la seguente copertura outdoor della popolazione nazionale.

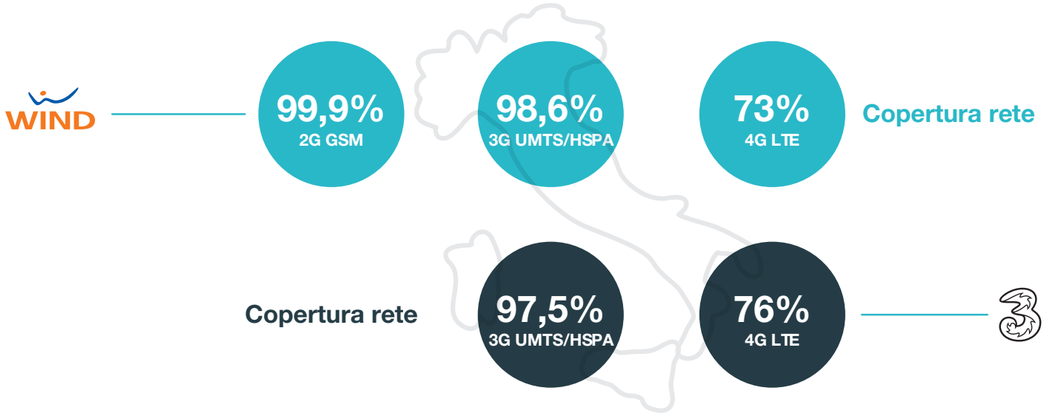


Figura 3. Copertura delle reti per tipo di connessione.

Sul piano internazionale, l'azienda ha 933 accordi di roaming con altri operatori di telecomunicazioni italiani e internazionali in tutto il mondo, di cui 503 di Wind e 430 di H3G.

Negli ultimi anni il traffico da rete mobile ha subito un rapido incremento: nel 2016 quello registrato da Wind è cresciuto del 44% rispetto all'anno precedente, mentre quello registrato da H3G è cresciuto del 42%.

	2016	2015
Wind	302.524.572	210.430.611
H3G	280.330.776	197.233.865

Tabella 16. Traffico da rete mobile (Gb).

Nell'ultimo anno Wind e H3G Italia hanno proseguito un importante piano di sviluppo della tecnologia 4G LTE, utilizzando le frequenze in banda 800 MHz, 1.800 MHz e 2.600 MHz precedentemente acquisite.

Per soddisfare la forte richiesta di traffico dati del mercato, Wind e H3G nel 2016 hanno concentrato il loro impegno principalmente nell'estensione della copertura LTE (+20% circa), per coprire aree più vaste ed incrementare la capacità offerta ai clienti. L'azienda ha deciso di investire in tale soluzione per migliorare la qualità della rete mobile e, contemporaneamente, ottenere benefici in termini di riduzione dei consumi energetici.

Wind Tre ha, inoltre, condotto degli studi per valutare gli effetti dell'introduzione della NFV (Network Functions Virtualization), che porterà ad un cambio sostanziale nel modo di implementare le reti di telecomunicazione spezzando, di fatto, il legame tra hardware e software presente negli apparati tradizionali. Le funzionalità di rete, sia fissa che mobile, infatti, diventeranno applicazioni software (VNF: Virtual Network Function) che l'operatore potrà istanziare su server commerciali. Tale tecnologia determinerà negli anni futuri una profonda innovazione, consentendo agli operatori di ottimizzare i processi di sviluppo e installazione degli apparati che permettono l'erogazione dei servizi ai clienti finali.

Nel corso dell'anno Wind, data l'importanza dei nuovi servizi e della necessità di standardizzazione per le soluzioni machine-to-machine (M2M) e, più in generale, di Internet of things (IoT), ha partecipato a valutazioni qualitative su scenari di national roaming tra gli operatori, ha valutato i vantaggi delle soluzioni su piattaforme centralizzate e gli impatti sullo spettro di frequenze utilizzate.

Nel medesimo periodo, H3G ha svolto studi e analisi di fattibilità per la realizzazione di reti LTE-TDD per la trasmissione real-time di video digitali ed ha partecipato a progetti di ricerca finanziati dall'UE sui seguenti temi:

- Big Data: realizzazione di soluzioni hardware e software altamente performanti;
- 5G: analisi e soluzioni per gli aspetti architetturali di virtualizzazione (SDN, NFV), backhauling e RAN;
- IoT (Internet of Things): soluzioni in ambito integrato (Smartcities, Smartgrid, Industry 4.0).

Le specifiche tecniche delle reti mobili di Wind e H3G sono riportate nelle seguenti tabelle.

GSM/GPRS	
Radiating sites	14.789
BSC (Base Station Controllers)	228
MSC (Mobile Switching Centers)	0
HLR/HSS (Home Location Register)*	12
SGSN (Service GPRS Support Node)*	6
GGSN (Gateway GPRS Support Node)*	6

UMTS	
Node B	14.466
RNC (Radio Network Controller)	134
MSC-Server	25
MGW (Media Gateway)	27
SGSN (Service GPRS Support Node)*	6 (triple access)
LTE	
Enodeb	4.398
MME	6
HSS	2
PDN-GW	6
S-GW	6

* Condiviso con UMTS/LTE.

Tabella 17. Caratteristiche della rete mobile di Wind.

UMTS/LTE	
Node B	11.401
Enodeb	4.282
RNC (Radio Network Controller)	109
MSC-Server	11
MGW (Media Gateway)	22
SGSN /MME	9
GGSN/EPG	13
HSS	2
HLR-FE	4
HLR-CUDB	3

Tabella 18. Caratteristiche della rete mobile di H3G.

A seguito della fusione tra Wind e H3G **le 2 infrastrutture di rete mobile saranno progressivamente integrate**, con effetti positivi per i clienti, che disporranno di una migliore connettività, sia dal punto di vista delle aree coperte, sia dal punto di vista della qualità del segnale all'interno degli edifici.

Per garantire il servizio anche laddove la rete di H3G non sia disponibile, è previsto che entro giugno 2017 il servizio di roaming, attualmente offerto in 2G sulla rete di TIM, passi sulla rete di Wind, con la possibilità, a partire da settembre anche di usufruire delle connessioni 4G.

Alcuni impianti e strutture tecniche per la ripetizione del segnale, a seguito della fusione tra i siti di Wind e di H3G, risulteranno in esubero rispetto alle necessità aziendali: per questi asset è prevista la dismissione o la cessione ad altro operatore a partire dal 2017 fino a metà del 2019.

Dalla metà del 2018 le reti di Roma e Milano saranno completamente integrate in un'unica infrastruttura. Il processo si estenderà poi alle altre aree del Paese.

Contestualmente all'integrazione delle due reti, sarà avviata un'attività di generale ammodernamento delle tecnologie in campo per rendere la rete Wind Tre pronta per le evoluzioni future, in termini di servizi (es. IoT), di capacità ed affidabilità.
Ad esempio, si prevede che la maggior parte dei collegamenti tra le stazioni radio base e la core network, oggi prevalentemente in ponte radio, sarà realizzata in fibra ottica.

LINEE D'AZIONE 2017

Realizzare oltre 3.500 nuovi siti LTE 800 MHz.
Realizzare 500 nuovi siti LTE 1.800 MHz.
Modernizzare oltre 3.500 siti con tecnologia ZTE.
Attivare il roaming sulle reti 2G e 3G di Wind per i clienti di H3G entro giugno 2017.
Attivare il roaming sulla rete 4G di Wind per i clienti di H3G entro settembre 2017.
Estendere i servizi di rete mobile FTTC (connessione fino a 30 Mbps) arrivando a coprire 650 comuni nel 2017.

La rete fissa: per servizi a banda larga "a prova di futuro"

La rete fissa di Wind è costituita da:

- 22.679 km di dorsale di rete ad alta velocità (backbone) in fibra ottica;
- 5.151 km di rete in area metropolitana (MAN) in tutti i capoluoghi di provincia e le principali città d'Italia;
- 16.534 collegamenti radio.

Tecnicamente l'infrastruttura per il **traffico voce** consiste di una rete NGN/IMS costituita da 4 Call Control Node, 4 Media Gateway Controller e 42 Trunking Gateway. La rete nazionale è supportata da una rete NGN dedicata all'interconnessione con gli operatori internazionali, costituita da 4 Media Gateway Controller e 12 Trunking Gateway. Wind è in grado di gestire tutto il traffico di backbone su infrastrutture proprie, con scarsa necessità di affittare ulteriore capacità da terze parti.

Wind ha 1.938 siti LLU per le connessioni ad abbonati diretti, con una capacità pari a circa 3,479 milioni di linee, ed è interconnessa con 32 GW IP, che permettono la Carrier Selection "indirect" in tutta Italia, così come i servizi WLR.

A partire dal 2015, Wind ha investito sulla DNS security feed attivando i servizi a banda ultra larga raggiungendo circa il 38,4% della popolazione, usando le tecnologie Fiber To The Cabinet (FTTC) e Fiber To The Home (FTTH).

Con la tecnologia FTTC, Wind offre connessioni fino a 30 Mbps in 280 comuni italiani e intende aumentare la capillarità del servizio nei prossimi anni, arrivando a coprire 650 comuni nel 2017.

Nel corso del 2016 Wind ha esteso i propri servizi basati sui FTTH partendo dall'area di Milano e raggiungendo altre importanti città (Torino, Bologna, Perugia). L'intento di Wind è di coprire nei prossimi mesi ulteriori città mediante accordi con OpEn Fiber (OF). Tale servizio fornisce connessioni in fibra ottica con velocità fino a 100 Mbps, pensate per soddisfare principalmente le esigenze dei clienti "Home-Family". In questa ottica Wind ha, quindi, stipulato degli accordi di connessione diretta con le piattaforme di Social Network e i fornitori di contenuti digitali più popolari. Oltre a ciò, ha implementato una piattaforma di Content Delivery Network (tecnologia Velocix) per migliorare il grado di fruibilità di tali contenuti da parte dell'utente finale.

Nel corso del 2016 è stata, inoltre, sostanzialmente completata la migrazione del traffico voce di interconnessione con altri operatori nazionali in tecnologia IP.

L'infrastruttura per il **traffico dati** è costituita da una rete IP, con oltre 50 POP (Point of Presence), attraverso i quali è possibile accedere ai servizi Internet diretti (xDSL) e indiretti, nonché alla rete privata virtuale per servizi aziendali (xDSL, Fibra Ottica). I nodi d'accesso alla rete IP sono costituiti da 61 BRAS per i servizi consumer e da 84 Edge Router per l'utenza Business, dislocati nei PoP per garantire la copertura ottimale del territorio nazionale.

Nel 2016 Wind ha proseguito il percorso di selezione ed introduzione in rete di nuove tecnologie con l'obiettivo di avere a regime un'unica core network e rete di trasporto, in tecnologia IP, per tutti i servizi, sia di rete fissa che di rete mobile, semplificando le architetture generali di rete e rendendole "a prova di futuro".

LINEE D'AZIONE 2017

Estendere i servizi di rete fissa con accesso in fibra, incrementando di 400 i siti con tecnologia FTTC rispetto ai 636 di fine 2016, e di 27 i siti (POP) con tecnologia FTTH rispetto ai 15 di fine 2016.

Una forte riduzione di consumi energetici ed emissioni di CO_2

Il principale impatto ambientale di Wind Tre riguarda i consumi energetici, con le relative emissioni di CO_2, che l'azienda tiene sotto controllo per mezzo di accorgimenti legati alla progettazione, all'installazione e all'esercizio degli apparati di rete fissa e mobile.

Il presidio sul tema dell'energia è garantito dalla presenza nell'organizzazione aziendale di un'unità dedicata all'interno della Direzione Finance, Control & Procurement, a cui fa riferimento anche l'**Energy Manager** aziendale.

Wind Tre monitora ogni mese i consumi energetici legati alle sue attività e promuove in particolar modo le iniziative che permettono la riduzione di costi e consumi, a parità di servizi erogati.

I consumi di energia e, di conseguenza, le emissioni di CO_2 dell'azienda sono classificate come segue:

- **Scope 1**: consumi ed emissioni diretti, generati da apparecchi di proprietà o controllati dall'azienda;
- **Scope 2**: consumi ed emissioni indiretti, dovuti alla produzione dell'energia acquista da terzi;
- **Scope 3**: consumi ed emissioni indiretti, dovuti all'uso dei prodotti/servizi aziendali a valle della catena di fornitura (clienti) o ai prodotti/servizi acquistati a monte della catena di fornitura (fornitori).

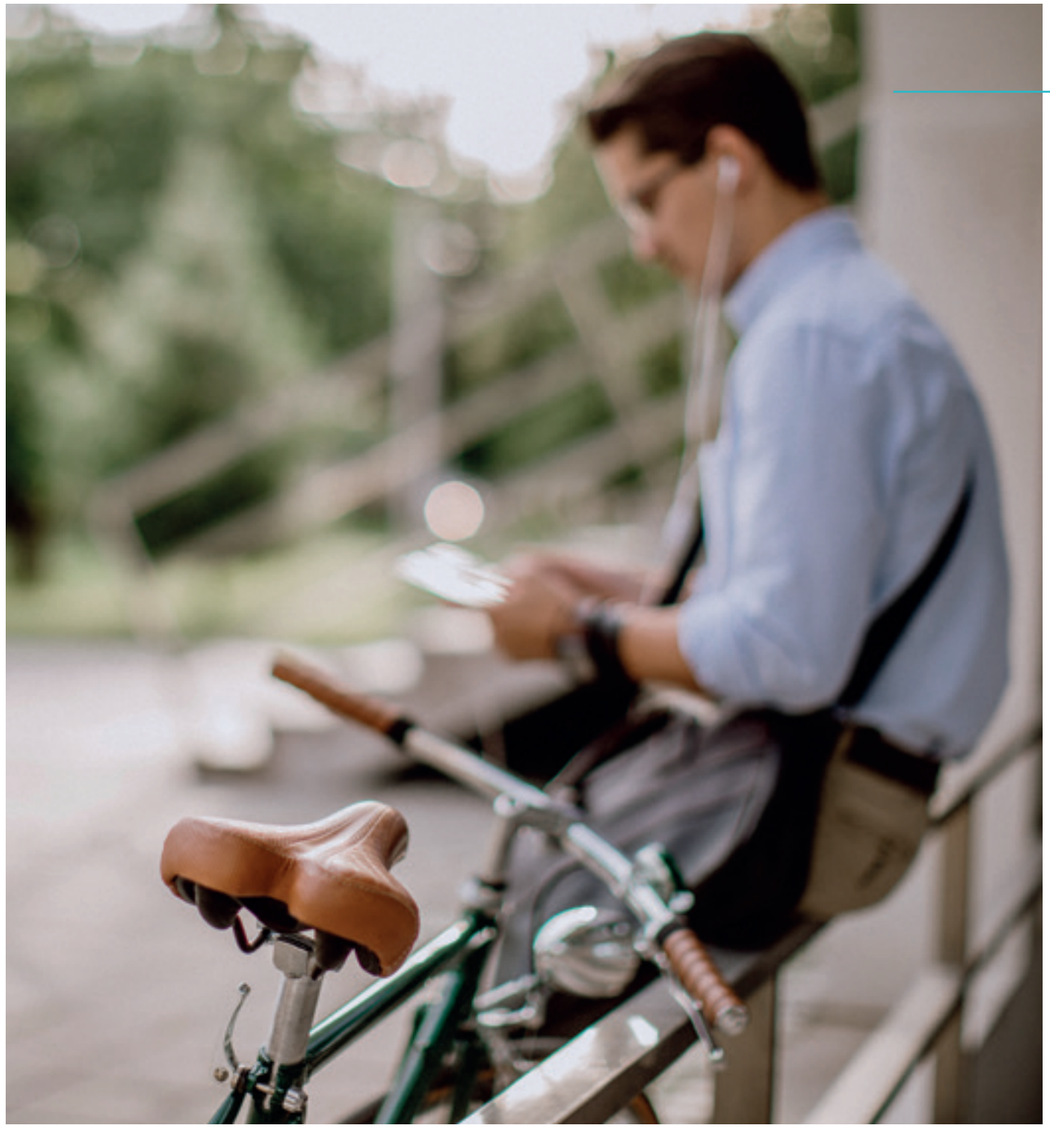
[G4 - 6]

Gli impatti aziendali sono generati da:

- **Rete**: si tratta dell'infrastruttura e degli impianti di telecomunicazioni (ad es. antenne e Data Center). L'alimentazione della rete avviene principalmente tramite energia acquistata da terzi (Scope 2) e, in proporzione molto minore, tramite generatori a diesel di proprietà (Scope 1);
- **Siti civili:** si tratta di uffici, Call Center e negozi di proprietà, che consumano principalmente energia elettrica acquistata da terzi (Scope 2) e, in proporzione molto minore, diesel e metano per alimentare generatori e caldaie aziendali che forniscono calore o elettricità (Scope 1);
- **Trasporti**: i consumi di energia in questo caso sono riconducibili al carburante per i veicoli aziendali di proprietà o in leasing (Scope 1). I consumi indiretti di energia relativi ad altri mezzi di trasporto utilizzati dal personale aziendale, come treni o aerei, (Scope 2) non sono al momento rendicontati.

	Consumi ed emissioni diretti (Scope 1)	Consumi ed emissioni indiretti (Scope 2)
Rete	Diesel per alimentare i generatori	Elettricità acquistata da terzi
Siti civili (uffici, Call Center, negozi)	Diesel e metano per alimentare generatori e caldaie per fornire calore o elettricità	Elettricità acquistata da terzi
Trasporti	Carburante per veicoli di proprietà o in leasing	Carburante per altri mezzi (non rendicontati)

Tabella 19. Tipo di utilizzo diretto (Scope 1) e indiretto (Scope 2) dell'energia.



Per quanto riguarda Wind, **il fabbisogno della rete di telecomunicazioni incide per oltre il 90%** sul consumo energetico complessivo, che nel 2016 ha sfiorato i 400.000 MWh, corrispondenti all'immissione in atmosfera di 133.148 tonnellate di CO_2[1].

	Scope 1			Scope 2			Totale		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Rete	1.171.896	1.092.827	1.305.115	357.748.078	391.429.193	518.734.359	358.919.974	392.522.020	520.039.474
Siti civili (uffici, Call Center, negozi)	1.353.322	1.440.563	1.775.078	30.959.890	31.000.000	31.455.000	32.313.212	32.440.563	33.230.078
Trasporti	5.960.491	6.263.480	6.493.306	n.d.	n.d.	n.d.	5.960.491	6.263.480	6.493.306
TOTALE	**8.485.709**	**8.798.885**	**9.575.513**	**388.707.968**	**422.431.208**	**550.191.373**	**397.193.677**	**431.228.078**	**559.764.872**

[G4 - EN3]
[G4 - EN4]

Tabella 20. Consumi di energia di Wind (kWh).

Il **72%** dell'energia elettrica complessivamente acquistata da Wind nel 2016 proviene da **fonti rinnovabili**.

72%
energia elettrica da fonti rinnovabili

L'energia utilizzata è diminuita sensibilmente dal 2014 al 2016 in ragione dell'esternalizzazione di parte degli impianti a Galata S.p.A., Società partecipata al 10% da Wind Tre. Si stima che i siti Galata nel 2016 abbiano consumato circa 197.000 MWh aggiuntivi.

1 *Fattore di conversione applicato: 0,33743 kg CO_2/kWh.*

A fine 2016 Wind ha ridotto le proprie emissioni di CO_2 per unità di traffico del 54% rispetto alla baseline di dicembre 2013. Tale risultato è stato ottenuto sia grazie agli interventi di efficienza energetica che grazie alla diminuzione del coefficiente di "intensità energetica", calcolato come rapporto tra i consumi energetici totali e i volumi di traffico. Per Wind, nel 2016 tale coefficiente ha registrato un calo che, considerando solo la rete mobile, è pari al 29,6%.

[G4 - EN5]

Anche per quanto riguarda H3G, **il fabbisogno della rete di telecomunicazioni incide per oltre il 90%** sul consumo energetico complessivo, che nel 2016 è stato di circa 255.000 MWh (solo Scope 2), corrispondenti all'immissione in atmosfera di 86.133 tonnellate di CO_2[2].

	Scope 1			Scope 2		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Rete	n.d.	n.d.	n.d.	237.524.920	215.906.548	187.356.124
Siti civili (uffici, Call Center, negozi)	n.d.	n.d.	n.d.	17.736.243	19.139.890	19.045.883
Trasporti	1.534.949	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TOTALE	**n.d.**	**n.d.**	**n.d.**	**255.263.179**	**235.048.453**	**206.404.021**

Tabella 21. Consumi di energia di H3G (kWh).

[G4 - EN3]
[G4 - EN4]

I litri di gasolio consumati dai gruppi elettrogeni di H3G su BTS sono stimati in circa 21.700.

Il coefficiente di "intensità energetica", calcolato come rapporto tra i consumi energetici totali e i volumi di traffico, ha avuto nel 2016 una flessione del 22,6% rispetto al 2015.

[G4 - EN5]

Wind ha mantenuto nel 2016 il suo impegno in **progetti di efficienza energetica**. Le principali iniziative attuate riguardano:

- 34 nuovi impianti di free cooling, cioè ventilazione forzata, su "main site", per ridurre i consumi da condizionamento;
- lo spegnimento della centrale S12 di Pavia per il passaggio al sistema VoIP.

Wind Tre ha infatti necessità di raffreddare costantemente gli apparati di rete, per mantenerli entro i limiti delle temperature previste per il loro corretto funzionamento. Allo scopo vengono impiegati grossi impianti di condizionamento che, mediamente, consumano almeno la stessa energia degli apparati da refrigerare. Grazie alla realizzazione di impianti di free cooling sulle sedi a maggior consumo energetico è possibile sfruttare la temperatura esterna dei mesi più freddi per limitare i consumi degli impianti di condizionamento.

2 *Fattore di conversione applicato: 0,33743 kg CO_2/kWh.*

[G4 - EN6]

I progetti di efficienza energetica attuati dal 2012 in poi hanno consentito nel 2016 un risparmio di circa 84.000 MWh, pari al **21% del consumo totale annuo** di Wind (Scope 1 e Scope 2).

[G4 - EN19]

Ciò ha evitato l'immissione in atmosfera di **28.355 tonnellate di CO_2**[3].

Anche H3G nel 2016 ha continuato il suo percorso di ricerca dell'efficienza energetica. Le principali iniziative attuate hanno riguardato gli impianti di raffrescamento dei CED, dei siti tecnici e delle BTS. Nel 2016 H3G ha installato sulle BTS oltre 1.000 impianti di free cooling e sistemi di raffrescamento passivo. Inoltre, sono state sostituite le luci con quelle a LED nella sede di Roma, è stato installato il sistema di free cooling nella sede di Bologna e si è conclusa l'attività di ammodernamento delle Stazioni di Energia delle sedi di Roma, Napoli, Palermo e Catania. Si stima che l'insieme delle attività di efficientamento effettuate da H3G nel 2016 porteranno a regime ad un risparmio di 3.300 MWh all'anno per le centrali e gli uffici e di 1.500 MWh all'anno sulla rete radio, per un totale di 4.800 MWh risparmiati, pari a 1.518 tonnellate di CO_2 evitate.

3 *Fattore di conversione applicato: 0,33743 kg CO_2/kWh. Le tonnellate di CO_2 non immesse in atmosfera sono stimate per il 2016 sulla base dei certificati bianchi pervenuti nel 2016, relativi al progetto di swap&modernization eseguito dal 2012 in poi.*

Le emissioni elettromagnetiche sono sotto controllo

Anche se tutti i servizi offerti da Wind Tre sono ammessi dalla normativa vigente e i valori delle sue emissioni sono ben al di sotto dei limiti di legge, l'azienda è consapevole del fatto che l'elettromagnetismo susciti delle preoccupazioni nell'opinione pubblica. Per questo si impegna, oltre che nel monitoraggio costante delle sue emissioni, anche nell'approfondimento scientifico di tale tema e nel fornire un utile contributo all'accrescimento della cultura collettiva in questo ambito.

Le attività di monitoraggio delle emissioni elettromagnetiche condotte da Wind e H3G hanno sempre fatto registrare valori significativamente al di sotto di quelli stabiliti dalla normativa italiana, la quale prescrive limiti decisamente più restrittivi di quelli applicati nel resto d'Europa.

In Italia, infatti, i limiti sono fissati per tutte le bande di frequenza in 20 v/m, valore che si riduce a 6 v/m in tutte le zone residenziali con permanenza superiore alle quattro ore continuative. Le differenze nei valori massimi delle emissioni consentite tra i Paesi Europei e l'Italia sono, per alcune bande di frequenza, sino a 10-15 volte inferiori, ciò a conferma dell'approccio estremamente cautelativo adottato dal nostro Paese per tutte le diverse tecnologie radio (400 - 900- 1.800 MHz e oltre 2 GHz).

Per tutti i nuovi impianti, così come per gli ampliamenti, Wind Tre effettua un monitoraggio preventivo delle emissioni elettromagnetiche, per garantire che il livello di emissioni complessivo nell'area interessata – che include tutte le fonti in esso presenti (ripetitori radio-tv, ecc.) – rimanga entro i livelli previsti dalla normativa anche a valle dell'installazione o dell'ampliamento.

Una volta acquisite le autorizzazioni delle ARPA competenti prima dell'attivazione l'azienda opera poi, attraverso i più moderni sistemi di controllo remoto, il monitoraggio costante dei contatori per garantire che gli apparati non superino il livello di potenza e di emissioni stabilite per l'area in oggetto. Le ARPA, in base alle dichiarazioni fatte dagli operatori sui livelli di potenza trasmessa e sulle tecnologie installate sui propri apparati, effettuano controlli periodici a campione o a seguito di eventuali segnalazioni.

A partire dal 2015, inoltre, vengono resi disponibili su portale appositamente creato per le ARPA i dati di monitoraggio degli impianti a cui si applica la nuova normativa del 12/12/2014, che richiede la verifica della potenza media giornaliera.

Al 31 dicembre 2016, sono complessivamente 5 i contenziosi pendenti con Wind e H3G relativi a problematiche afferenti i campi elettromagnetici, conseguenti all'installazione di stazioni radio base.

Come nasce questo documento

[G4 - 29]
[G4 - 30]

Con questo Bilancio di Sostenibilità Wind Tre compie un importante passo nella rendicontazione delle proprie prestazioni di responsabilità sociale pubblicando formalmente il suo primo Rapporto di Sostenibilità. In effetti questa esperienza non è del tutto nuova, se si considera che l'azienda è nata dalla fusione tra Wind, che fin dal 2003 pubblicava annualmente un Bilancio di Sostenibilità, e H3G, che non aveva alle spalle una tradizione in fatto di reporting. Questo è il motivo per cui, nel corpo del documento, talvolta i dati relativi ad H3G per gli anni anteriori al 2016 non sono disponibili.

[G4 - 3]
[G4 - 17]
[G4 - 23]

Il presente documento ha come perimetro di riferimento Wind Tre S.p.A. e le sue controllate, in analogia al Bilancio di esercizio. I contenuti descrivono le prestazioni delle due organizzazioni, Wind e H3G, da gennaio a dicembre 2016 specificando dati e informazioni dell'una e dell'altra, mentre per quanto riguarda la descrizione dell'approccio gestionale ai vari temi affrontati si è preferito riportare quello adottato dalla nuova azienda, per offrire al lettore informazioni più utili a valutare la situazione presente e prevedere i risultati futuri.

[G4 - 28]

[G4 - 32]

Il documento è stato redatto in conformità alle linee guida del Global Reporting Initiative, edizione G4, scegliendo l'opzione "core". La presenza dei contenuti che rispondono a tale riferimento è segnalata nel testo per mezzo di codici identificativi che iniziano con "G4" e che sono riportati tra parentesi quadre alla fine delle frasi o, nel caso di contenuti particolarmente estesi, per mezzo di una nota a piè di pagina inserita nel titolo del paragrafo.

[G4 - 33]

Il GRI, tramite il suo "materiality disclosures service", ha confermato che le informazioni relative all'analisi di materialità siano fornite in modo adeguatamente chiaro. A differenza di quanto avvenuto fino all'anno scorso per Wind, il Bilancio di Sostenibilità non è stato sottoposto a verifica esterna in quanto la fusione di Wind e H3G è ancora in corso a livello operativo: i processi delle due realtà di origine, anche in ambito di raccolta dati a fini di reporting, sono in fase di integrazione e armonizzazione.

La peculiarità di tale situazione ha, quindi, indotto a ritenere che una verifica esterna non sia utile finché la transizione nei processi non sarà conclusa.

I contenuti del presente documento sono stati raccolti con la collaborazione di tutte le persone dell'azienda, che hanno fornito le informazioni e i dati pertinenti alle loro attività con completezza e puntualità. La funzione CR (Corporate Responsibility) di Wind Tre ha coordinato il progetto, assicurando un risultato organico. La partecipazione di tutta l'azienda ha consentito la nascita di questo primo Bilancio di Sostenibilità, che rappresenta un "anno zero" e, pertanto, un nuovo inizio.

[G4 - 14]
[G4 - 22]

Laddove i dati riportati siano stime e non valori esatti, è stato adottato un approccio cautelativo. I dati riferiti agli anni precedenti al 2016 non hanno subito variazioni.

[G4 - 31]

Per qualsiasi chiarimento o approfondimento sui contenuti del presente Bilancio di Sostenibilità è possibile contattare la funzione CR di Wind ai seguenti recapiti:

Wind Tre S.p.A.

Via Cesare Giulio Viola, 48 - 00148 Roma
Corporate Responsibility, Public Relations
corporatesocialresponsibility@windtre.it

[G4 - 18]

La selezione dei temi più importanti

Il documento si focalizza sui temi che l'azienda ha identificato come più rilevanti, svolgendo quella che il Global Reporting Initiative (GRI) definisce una "analisi della materialità".

A partire da una lista preliminare di 46 temi riconducibili agli aspetti presenti nelle linee guida G4 del GRI, è stata identificata una rosa ristretta di 22 temi potenzialmente rilevanti per Wind Tre, tenendo conto della loro ricorrenza nelle seguenti fonti documentali:

- interviste agli opinion leader condotte per il Bilancio di Sostenibilità Wind 2015 e 2014;
- temi materiali nel Bilancio di Sostenibilità Wind 2015;
- temi identificati come materiali da SASB per il settore delle TELCO;
- Rapporti di Sostenibilità di 8 tra competitor e peer rappresentativi nel panorama europeo.

Ad ognuno di questi 22 temi è stata associata una descrizione per esprimere in che modo il tema si potesse declinare nel settore delle telecomunicazioni e per la specifica operatività di Wind Tre ed è stato attribuito un livello di rilevanza, provvisoriamente, in un workshop al quale hanno partecipato 4 Funzioni aziendali particolarmente coinvolte nelle relazioni con gli stakeholder. Tale stima ha tenuto conto sia del punto di vista di Wind Tre, dei suoi obiettivi e della sua situazione presente, sia di quello dei suoi stakeholder, ipotizzando le loro opinioni e le loro aspettative a partire dalle esperienze di interazione avute con loro nell'ultimo periodo.

Sulla base dei livelli di rilevanza così ottenuti, i 22 temi sono stati collocati in una matrice di materialità provvisoria, che è stata sottoposta all'attenzione del Management team (gli 8 Top Manager che riportano direttamente all'Amministratore Delegato di Wind Tre), per raccogliere il loro punto di vista e modificare di conseguenza il posizionamento dei 22 temi all'interno della matrice.

I temi risultati più rilevanti per l'azienda e per i suoi stakeholder sono riportati nella seguente tabella.

TEMA	DESCRIZIONE	CAPITOLO
Cura del cliente e Customer Satisfaction	Per soddisfare i clienti, Wind Tre risponde alle loro esigenze e le anticipa. Con ogni cliente l'azienda crea una relazione unica, che consente un'offerta personalizzata.	In ascolto dei nostri clienti
Affidabilità e copertura della rete	Una rete affidabile ed estesa è il presupposto per l'erogazione di tutti i servizi di telefonia (voce e dati) e concorre in modo determinante alla percezione della qualità del servizio ricevuto.	Affidabili e veloci con la nuova rete convergente
Privacy e sicurezza dei dati	La corretta gestione dei dati aziendali e dei clienti (soprattutto personali, ma non solo) da parte di Wind Tre è un requisito indispensabile per la sua credibilità sul mercato. L'azienda adotta quindi stringenti misure di garanzia e supporta numerose iniziative in questo ambito.	In ascolto dei nostri clienti
Trasparenza e marketing responsabile	Wind Tre adotta pratiche commerciali corrette ed improntate al principio della trasparenza, della chiarezza, della semplicità e della correttezza verso i clienti.	In ascolto dei nostri clienti
Innovazione e open innovation	L'innovazione è il motore di Wind Tre e sempre di più, per creare valore e competere meglio sul mercato, comporta il coinvolgimento di soggetti esterni all'azienda (startup, Università, laboratori), in un rapporto win-win che favorisce lo sviluppo complessivo del sistema.	Connessi con il futuro
Riduzione delle emissioni di CO_2 e smart technologies	Il principale impatto ambientale diretto di Wind Tre è costituito dai consumi energetici dei Data Center e della rete, da cui conseguono quasi tutte le emissioni di CO_2 ascrivibili all'azienda. Wind Tre, quindi, si impegna in progetti di efficientamento energetico.	Affidabili e veloci con la nuova rete convergente

Tabella 22. Temi più rilevanti ("materiali").

[G4 - 19]

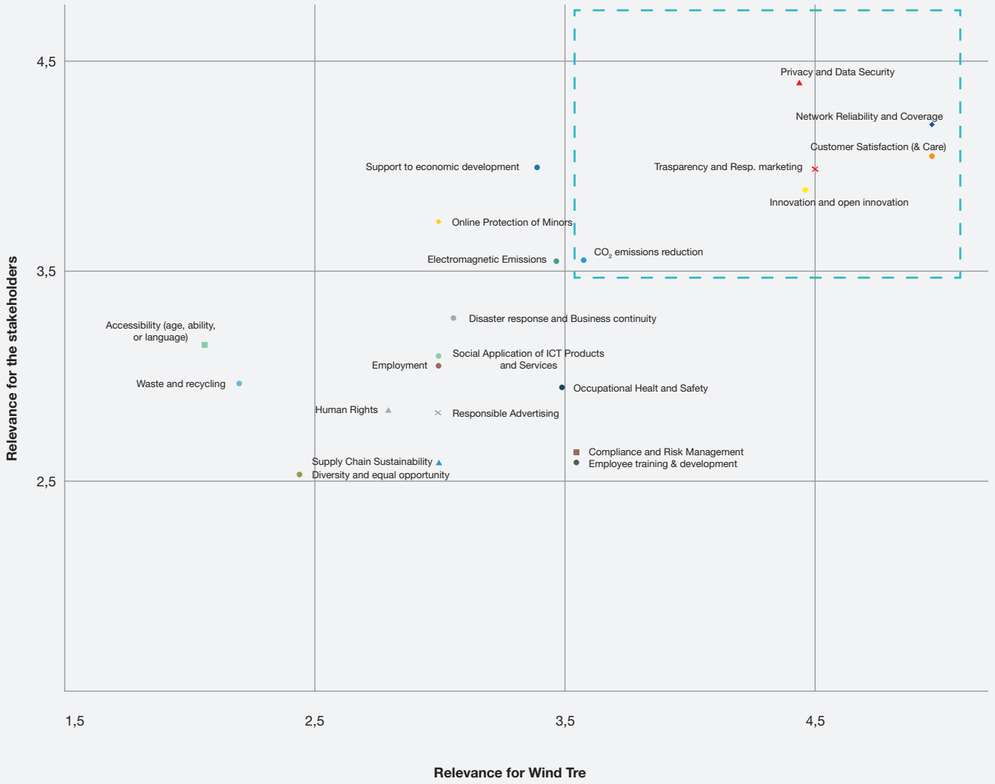


Figura 4. Matrice della materialità.

Tutti i temi sopra elencati sono rilevanti per Wind Tre e per le due aziende che l'hanno originata. Nella fase di identificazione dei contenuti del presente documento l'azienda ha svolto una riflessione anche per capire dove ricadono gli impatti principali legati a ciascuno di questi temi, cioè quali categorie di stakeholder sono maggiormente interessate dagli effetti positivi o negativi legati ai temi selezionati. [G4 - 20]

Nella tabella seguente si riporta una sintesi di tale riflessione.

	Azionisti e obbligazionisti	Persone di Wind Tre	Clienti e associazioni dei consumatori	Comunità finanziaria	Fornitori e partner commerciali	Ambiente	Collettività	Istituzioni
Cura del cliente e Customer Satisfaction			●					
Affidabilità e copertura della rete			●			●		●
Privacy e sicurezza dati		●	●		●			●
Trasparenza e marketing responsabile			●		●			●
Innovazione e open innovation	●		●				●	
Riduzione delle emissioni di CO_2 e smart technologies						●		●

Tabella 23. Relazioni tra i temi più rilevanti e gli stakeholder impattati. [G4 - 21]

Glossario

Backbone - parte della rete di telecomunicazioni che sopporta il traffico più intenso e da cui si estendono le diramazioni della rete necessarie a servire determinate aree locali.
Bitstream - servizio consistente nella fornitura, da parte dell'incumbent all'operatore alternativo, della capacità trasmissiva tra la postazione di un cliente finale ed un punto di interconnessione o PoP (Point of Presence) dell'operatore alternativo che vuole offrire servizi a banda larga ai propri clienti finali.
Broadband - servizi caratterizzati da una velocità di trasmissione pari ad almeno 2 Mbit/s.
Centrale di commutazione - nodi di rete che gestiscono l'avvio e l'instradamento del segnale verso la destinazione desiderata.
Cloud Computing - rappresenta il modello emergente di sviluppo, implementazione delle infrastrutture ICT che supportano l'erogazione e la distribuzione dei Cloud Services, ovvero di servizi in cui il bene "immateriale" offerto è acquistabile e fruibile in tempo reale attraverso Internet.
Crowdsourcing - neologismo che identifica un modello con cui un'azienda o un'istituzione demanda lo svolgimento di un'attività, assegnata normalmente a dipendenti, ad un gruppo, generalmente numeroso e non predeterminato, in modalità "open call" utilizzando Internet (facendo outsourcing).
EDGE (Enhanced Data rates for GSM Evolution) - evoluzione dello standard GPRS per il trasferimento dati sulla rete GSM che permette di raggiungere maggiori velocità di trasferimento.
EIR (Equipment Identity Register) - database che contiene i dati per convalidare l'accesso alla rete da parte di un telefono cellulare attraverso il suo codice IMEI.
ESP (Enhanced Service Provider) - operatore che fornisce al pubblico servizi di telecomunicazioni avvalendosi di un accordo con un operatore di rete mobile licenziatario.
FEMTO Cell - stazioni base a bassa potenza per accesso cellulare in aree indoor. Le FEMTO Cell permettono di connettere terminali mobili standard alla rete di un operatore mobile utilizzando la rete casalinga DSL o Broadband via cavo.
FNR (Flexible Numbering Register) - modulo nel quale vengono allocati i numeri telefonici del vecchio e nuovo operatore rispetto ad uno stesso cliente.
FR (Frame Relay) - tecnica di trasmissione a commutazione di pacchetto.
Gateway - nodo di rete che permette di interfacciarsi con un'altra rete che utilizza protocolli diversi.
GGSN (Gateway GPRS Support Node) - nodo che funge da gateway tra una rete wireless GPRS e una rete Internet o privata.
GPON (Gigabit Passive Optical Network) - rete ottica di accesso.
GPRS (General Packet Radio Service) - sistema di trasmissione dati a pacchetto sulla rete GSM per il trasferimento di dati a media velocità.
GSM (Global System for Mobile Communications) - architettura standard per le comunicazioni cellulari digitali operante su banda 900 MHz e 1.800 MHz. È attualmente lo standard di telefonia mobile più diffuso del mondo.
HLR (Home Location Register) - database centralizzato che contiene i dettagli relativi a ciascun cliente di telefonia mobile autorizzato ad accedere alla rete GSM.
HSDPA (High Speed Downlink Packet Access) - protocollo che permette di migliorare le prestazioni delle reti UMTS aumentandone la capacità ed ampliando la larghezza di banda.
Internet - rete di computer mondiale ad accesso pubblico. Internet costituisce l'interfaccia per reti basate su differenti tecnologie ma che usano il protocollo TCP/IP.
ISP (Internet Service Provider) - operatore che fornisce l'accesso a Internet.
IP (Internet Protocol) - protocollo di rete a pacchetto che permette di interconnettere reti con caratteristiche tecniche eterogenee.
IPTV (Internet Protocol Television) - sistema che veicola contenuti audiovisivi in formato digitale attraverso connessione Internet Broadband.
ISDN (Integrated Services Digital Network) - tecnologia a commutazione di circuito che permette di trasmettere voce e dati su linee telefoniche tradizionali.
LLU (Unbundling del Local Loop) - indica l'accesso disaggregato alla rete locale, ossia la possibilità per gli operatori alternativi di usufruire, a fronte del pagamento di un canone, delle infrastrutture dell'incumbent per offrire ai clienti servizi propri.
MAN (Metropolitan Area Network) - infrastruttura di rete telematica che si estende all'interno del territorio urbano.
MGW (Media Gateway) - collega diversi tipi di reti (es. PSTN; Next Generation Networks; 2G e 3G); una delle sue principali funzioni è quella di convertire le diverse tecniche di codifica e trasmissione.
MSC (Mobile Switching Center) - elemento della rete di telefonia mobile GSM che, oltre a fungere da interfaccia di rete, svolge funzioni di controllo delle chiamate, commutazione del traffico e emissione di cartellini (utilizzati per la tariffazione del traffico).
MSC-Server - elemento del core network della rete 3G.
MMS (Mobile Multimedia Services) - servizio di messaggi multimediali per telefoni cellulari.
Modem - dispositivo che permette la modulazione e la demodulazione dei segnali contenenti le informazioni, consentendo la trasmissione di dati digitali su canali analogici.
MVNO (Mobile Virtual Network Operator) - operatore di telefonia mobile che non possiede una propria rete telefonica né dispone di frequenze proprie che, per offrire servizi di telefonia mobile, utilizza l'infrastruttura e le frequenze di altri operatori di telefonia mobile.
NGN/IMS (Next-Generation Networks / IP multimedia subsystem) - consente il trasporto di tutte le informazioni ed i servizi (voce, dati, comunicazioni multimediali) incapsulando le stesse in pacchetti: le reti di tipo NGN sono basate sul protocollo IP.
Nodo - giunzione topologica della rete, comunemente un centro di commutazione o una stazione.
Node B - termine che, nella tecnologia UMTS, denota la stazione radio base per mezzo della quale viene realizzata la copertura della cella.
Nodo SGSN - è l'elemento della rete di telefonia mobile che si occupa del trasferimento dei pacchetti dati da e per stazioni mobili all'interno dell'area di sua competenza.
Nodi MNP/FNR (Mobile Number Portability/ Flexible Number Ring) - vedi FNR.
PoP (Point of Presence) - punto di accesso alla rete fornito da un ISP per instradare il traffico dei clienti finali ad esso connessi.
RNC (Radio Network Controller) - elemento della rete UMTS che ha funzioni di supervisione e controllo dei Node B.
Roaming - servizio mediante il quale gli operatori di telefonia mobile permettono ai propri clienti di collegarsi utilizzando una rete non di loro

proprietà. Il servizio si attiva quando il terminale è utilizzato all'estero (se gli operatori del Paese ospitante aderiscono alla rete GSM), oppure quando il cliente si trova nel Paese di origine del proprio operatore ma questo non ha una copertura totale della nazione.

SGSN (Serving GPRS Support Node) - gestisce il trasferimento dei pacchetti di dati da e verso le stazioni mobile all'interno della propria area di competenza.

Shared Access - indica la condivisione dell'accesso al doppino dell'utente tra l'incumbent e un altro fornitore di servizi LLU.

SIM (Subscriber Identity Module) - chip al quale è associato un numero seriale che sui sistemi informativi di un operatore telefonico consente di risalire a un determinato cliente dei propri servizi di telefonia mobile, e che consente al cliente l'accesso ai servizi.

SME (Small and Medium Enterprises) - piccole e medie imprese (o PMI).

SMS - brevi messaggi di testo da e verso telefoni cellulari su rete GSM.

Softswitch - dispositivo centrale di una rete telefonica che gestisce l'instradamento delle chiamate tra le varie linee interamente per mezzo di software (anziché mediante centralini fisici).

TDM (Time-Division Multiplexing) - tecnica di condivisione di un canale di comunicazione in base alla quale due o più segnali sono trasmessi in modo apparentemente simultaneo all'interno del canale, ma che prevede in realtà, a turno, un uso esclusivo del canale stesso per un breve lasso di tempo.

Trunking Gateway - interfaccia tra la rete VoIP e la rete telefonica tradizionale.

UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) - è la tecnologia di telefonia mobile di terza generazione (3G), successore del GSM, consistente in un sistema di trasmissione a larga banda in cui i dati viaggiano su una larghezza di banda di circa 2 Mb al secondo.

Unbundling - vedi LLU.

Short Message Service Center - elemento della rete di telefonia mobile che consegna i messaggi SMS.

Siti di accesso radio (o BTS, Base Transceiver Station) - trasmettitori di segnale radio che inviano, tramite antenna, il segnale radio GSM per la copertura di un'area (cella).

VAS - acronimo di Value Added Service (servizi a valore aggiunto).

VoIP - tecnologia che rende possibile effettuare una conversazione telefonica sfruttando una connessione Internet o un'altra rete dedicata che utilizza il protocollo IP, anziché passare attraverso la rete telefonica tradizionale.

Tabella di correlazione GRI G4

General Standard Disclosures

ID	Descrizione dell'indicatore	Sezione
	Strategy and analysis	
G4 - 1	Strategia di sostenibilità	Le sfide che intendiamo raccogliere
	Organizational profile	
G4 - 3	Nome dell'organizzazione	È nata una nuova realtà
G4 - 4	Marchi, prodotti e servizi	È nata una nuova realtà
G4 - 5	Ubicazione sede generale	È nata una nuova realtà
G4 - 6	Paesi di operatività, inclusi impatti significativi legati a prodotti, attività, servizi e relazioni	È nata una nuova realtà
G4 - 7	Assetto proprietario	È nata una nuova realtà
G4 - 8	Mercati serviti	Uno sguardo d'insieme al mercato italiano
G4 - 9	Dimensioni dell'organizzazione	È nata una nuova realtà
G4 - 10	Dipendenti per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento	Un organico giovane e in crescita
G4 - 11	Dipendenti coperti da contratto di lavoro	Un organico giovane e in crescita
G4 - 12	Descrizione della supply chain (n. fornitori, volumi e mercati di approvvigionamento)	I nostri fornitori per una qualità "made in Italy"
G4 - 13	Cambiamenti nel perimetro delle attività inclusa la localizzazione dei fornitori	I nostri fornitori per una qualità "made in Italy"
G4 - 14	Applicazione dell'approccio prudenziale	Come nasce questo documento
G4 - 15	Lista delle carte o principi a cui l'organizzazione aderisce o altre iniziative supportate	Il Sistema di Gestione Integrato
G4 - 16	Lista delle associazioni di categoria a cui l'organizzazione aderisce	È nata una nuova realtà
	Identified material aspects and boundaries	
G4 - 17	Elenco delle entità consolidate nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nel Bilancio di Sostenibilità	Come nasce questo documento
G4 - 18	Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti del bilancio e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi reporting principle	La selezione dei temi più importanti, Tabella 14. Temi più rilevanti ("materiali")
G4 - 19	Lista degli aspetti materiali identificati	La selezione dei temi più importanti
G4 - 20	Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro interno dell'organizzazione	La selezione dei temi più importanti
G4 - 21	Per ogni aspetto materiale riportare il relativo perimetro esterno all'organizzazione	La selezione dei temi più importanti, Tabella 22. Relazioni tra i temi più rilevanti e gli stakeholder impattati
G4 - 22	Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti e relative motivazioni	Come nasce questo documento
G4 - 23	Cambiamenti significativi di obiettivo o perimetro	Come nasce questo documento
	Stakeholder engagement	
G4 - 24	Lista degli stakeholder ingaggiati dall'organizzazione	Sintonizzarsi con gli stakeholder
G4 - 25	Processi di identificazione	Sintonizzarsi con gli stakeholder
G4 - 26	Approccio all'engagement, incluse frequenze e tipologie di attività	Sintonizzarsi con gli stakeholder
G4 - 27	Temi emersi dall'engagement, modalità di gestione anche attraverso il reporting	Sintonizzarsi con gli stakeholder
	Report profile	
G4 - 28	Periodo a cui si riferisce il report	Come nasce questo documento
G4 - 29	Ultimo report pubblicato	Come nasce questo documento

ID	Descrizione dell'indicatore	Sezione
G4 - 30	Frequenza del reporting	Come nasce questo documento
G4 - 31	Contatti	Come nasce questo documento
G4 - 32	Scelta dell'opzione "in accordance" e tabella GRI - vedi dettagli	Come nasce questo documento
G4 - 33	Politiche e pratiche di assurance	Come nasce questo documento
Governance		
G4 - 34	Struttura di Governo, inclusi i comitati che dipendono dal massimo organo di Governo	Le regole interne: una responsabilità condivisa
Ethics and integrity		
G4 - 56	Principi, valori e norme di condotta	Le regole interne: una responsabilità condivisa

Specific Standard Disclosures

ID	Descrizione dell'indicatore	Sezione
Indirect Economic Impacts (Temi "Affidabilità e copertura della rete" e "Innovazione e open innovation")		
DMA generica		Non offriamo tecnologia: offriamo servizi Open innovation e social innovation: collaboriamo alla nascita di nuove idee (Tema "Innovazione e open innovation")
DMA specifica		Non offriamo tecnologia: offriamo servizi Open innovation e social innovation: collaboriamo alla nascita di nuove idee (Tema "Innovazione e open innovation")
G4 - EC7	Sviluppo e impatto di investimenti in infrastrutture e servizi forniti principalmente per "pubblica utilità", attraverso impegni commerciali, donazioni di prodotti/servizi, attività pro bono	Affidabili e veloci con la nuova rete convergente La solidarietà di Wind Tre e l'impegno delle persone dell'azienda (Tema "Affidabilità e copertura della rete")
G4 - EC8	Analisi e descrizione dei principali impatti economici indiretti considerando le esternalità generate	Non offriamo tecnologia: offriamo servizi Open innovation e social innovation: collaboriamo alla nascita di nuove idee (Tema "Innovazione e open innovation")
Energy		
DMA generica		Una forte riduzione di energia ed emissioni di CO_2
DMA specifica		*Wind Tre non è soggetta a norme o policy specifiche per la gestione dell'energia*
G4 - EN3	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	Una forte riduzione di energia ed emissioni di CO_2
G4 - EN4	Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	Una forte riduzione di energia ed emissioni di CO_2
G4 - EN5	Intensità energetica	Una forte riduzione di energia ed emissioni di CO_2
G4 - EN6	Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza	Una forte riduzione di energia ed emissioni di CO_2

ID	Descrizione dell'indicatore	Sezione
Emissions		
DMA generica		
DMA specifica		
G4 - EN15	Emissioni di gas serra dirette (GHG) da fonti energetiche (Scope 1)	
G4 - EN16	Emissioni di gas serra indirette (GHG) da fonti energetiche (Scope 2)	Una forte riduzione di energia ed emissioni di CO_2
G4 - EN17	Altre emissioni di gas serra indirette (GHG) da fonti energetiche (Scope 3)	
G4 - EN19	Iniziative per ridurre l'emissione di gas ad effetto serra e risultati raggiunti	Una forte riduzione di energia ed emissioni di CO_2
G4 - EN20	Emissioni di sostanze nocive per l'ozono per peso	*In base all'analisi svolta dal WWF nel 2014 le emissioni di Wind nocive per l'ozono sono trascurabili; è in corso una nuova analisi Wind Tre-WWF per determinarne l'impatto per la nuova azienda*
G4 - EN21	NOx, SOx, e altre emissioni significative nell'aria per tipologia e peso	*In base all'analisi svolta dal WWF nel 2014 tali emissioni per Wind sono trascurabili; è in corso una nuova analisi Wind Tre-WWF per determinarne l'impatto per la nuova azienda*
Product and Service Labelling (Tema "Cura del cliente e Customer Satisfaction")		
DMA generica		Siamo in ascolto della voce dei clienti
DMA specifica		Siamo in ascolto della voce dei clienti
G4 - PR5	Pratiche relative alla Customer Satisfaction, inclusi i risultati delle indagini volte alla sua misurazione	Siamo in ascolto della voce dei clienti
Marketing Communications (Tema "Trasparenza e marketing responsabile")		
DMA generica		Un marketing responsabile e trasparente
G4 - PR6	Vendita di prodotti vietati in certi Paesi o contestati	VAS premium, ma solo se graditi
G4 - PR7	Numero totale (suddiviso per tipologia) di casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti all'attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	Le sanzioni da parte delle Authority di settore
Customer Privacy (Tema "Privacy e sicurezza dei dati")		
DMA generica		Coniugare rigore e semplicità
G4 - PR8	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della Privacy e a perdita dei dati dei consumatori	Data breach: episodi più unici che rari

Questo bilancio è stato stampato su carta prodotta utilizzando materie prime provenienti da foreste gestite in maniera responsabile.