



Bilancio di Sostenibilità

**Dichiarazione Consolidata di Carattere Non Finanziario
ai sensi del Decreto Legislativo 254/2016**

Gruppo Tiscali

Al 31 dicembre 2018

Data di emissione: 31 dicembre 2018

Il presente documento è disponibile sul sito internet della Società all'indirizzo www.tiscali.it

Tiscali S.p.A.

Sede Legale in Cagliari, Località Sa Illetta, SS195 Km 2,3

Capitale Sociale € 43.065.376

Registro delle Imprese di Cagliari e P.IVA n. 02375280928 R.E.A. - 191784

SOMMARIO

<i>Lettera dell'Amministratore Delegato agli stakeholder</i>	3
<i>Nota Metodologica</i>	5
<i>I – Gruppo Tiscali: profilo, mission e valori</i>	7
I.1 – I servizi offerti	7
I.2 – La struttura del Gruppo.....	8
I.3 – Mission e valori	8
I.4 – I mercati di riferimento di Tiscali	9
I.5 – Highlights.....	12
I.6 – La storia e l'attuale strategia di business	13
<i>II – Governance e sostenibilità</i>	19
II.1 – Governance.....	19
II.2 – Sistema di controllo interno e gestione dei rischi	20
II.3 – Azionariato.....	23
II.4 – Il contesto regolamentare e competitivo	24
II.5 – Mappatura degli stakeholder e analisi di materialità.....	26
II.5.1 – Principali rischi di sostenibilità.....	29
II.6 – Valore economico generato e distribuito.....	30
II.7 – Catena di fornitura	31
<i>III – Innovazione tecnologica</i>	33
III.1 – Sviluppo rete fisso-mobile: copertura e accessibilità alla rete ultrabroadband	33
<i>IV – I Clienti</i>	36
IV.1 – Offerta commerciale e marketing responsabile	36
IV.1.1 – Offerta commerciale trasparente e conforme alla normativa.....	36
IV.1.2 – Offerta commerciale innovativa, competitiva e in linea con esigenze del cliente.....	38
IV.1.3 – Informazione pubblicitaria corretta e trasparente.....	38
IV.1.4 – Iniziative di co-marketing	38
IV.2 – Customer satisfaction	39
IV.2.1 – La protezione dei dati del cliente.....	39
IV.2.2 – I canali di assistenza e il contenzioso con i clienti.....	41
<i>V – Le Persone</i>	43
V.1 – Ristrutturazione aziendale e salvaguardia dell'occupazione	43
V.2 – Composizione del personale e pari opportunità.....	44
V.3 – Formazione	50
V.4 – Il welfare di Tiscali	50
V.5 – Valutazione delle performance	51
V.6 – La salute e la sicurezza dei lavoratori	52
<i>VI – L'impatto ambientale</i>	55
VI.1 – I consumi energetici e le emissioni di CO ₂	55
VI.2 – Iniziative di efficientamento energetico	57
VI.3 – Emissioni elettromagnetiche	59
<i>VII – Analisi di materialità – Definizione dei temi materiali</i>	61
<i>VIII – GRI Content Index</i>	63
<i>IX – Relazione della Società di revisione</i>	67

Lettera dell'Amministratore Delegato agli stakeholder

Gentilissime/i,

È il secondo anno consecutivo che Tiscali presenta la Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario (Bilancio di Sostenibilità) e lo fa, da un lato, confermando la sua attenzione verso tutti gli stakeholders e verso le tematiche di sostenibilità, dall'altro, mettendo in luce i principali elementi di novità e di miglioramento del 2018, a partire dalla rifocalizzazione "retail" del suo business.

Anche quest'anno sono 5 i punti che riflettono le aree principali del nostro impegno:

- **Innovazione tecnologica**
- **Clienti**
- **Persone**
- **Governance**
- **Impatto ambientale**

Le azioni intraprese nel 2018 ci portano ad avere un nuovo focus: Tiscali si sta infatti spostando da una strategia di investimento nella rete proprietaria fixed wireless e Broadband fissa, ad una strategia più incentrata sulla capacità di sviluppo di nuovi servizi, sulle attività di marketing e vendita e sull'eccellenza nella gestione del cliente.

Il 2018 è stato un anno cruciale sul fronte **dell'innovazione tecnologica:** Tiscali ha ottenuto la proroga della licenza su frequenza 3.5GHz fino al dicembre 2029 e ha sottoscritto un accordo strategico con Fastweb grazie al quale, cedendo la titolarità delle stesse, viene data piena valorizzazione alla frequenza stessa, anche in virtù del suo utilizzo per lo sviluppo dei servizi 5G.

A tal proposito, è opportuno sottolineare come i servizi 5G, uno dei principali driver di crescita per il settore delle telecomunicazioni per i prossimi anni, richiedano ingenti investimenti che avranno necessità di tempi medio-lunghi per un positivo ritorno economico.

L'accordo con Fastweb consente a Tiscali di continuare a commercializzare i servizi LTE Fixed Wireless nelle aree "Extended Digital Divide" e di accedere alla rete in Fibra di Fastweb senza ulteriori investimenti, ampliando il mercato indirizzabile dei servizi Fibra da circa 8 milioni di famiglie e aziende a circa 18 milioni.

Inoltre, Tiscali si è assicurata la possibilità di avere accesso, in futuro, ai servizi 5G sviluppati da Fastweb sullo spettro oggetto della cessione, garantendosi così un posizionamento maggiormente competitivo anche nell'ambito dei servizi Mobile Data, uno dei principali motori di sviluppo del mercato delle telecomunicazioni.

Vogliamo quindi essere parte della rivoluzione digitale che investirà il Paese e, soprattutto, proseguire nella mission che ci siamo dati, ossia quella di garantire a tutti i cittadini, a prescindere dalla zona geografica, l'accesso alla rete veloce, un diritto oramai imprescindibile.

La rifocalizzazione in chiave retail impatta in particolar modo sul nostro **rapporto con i clienti**. In continuità col passato, riteniamo fondamentale porre la libertà e la trasparenza al centro di ogni nostra proposta commerciale, coniugando nelle offerte semplicità e innovazione e impegnandoci ancora di più per venire incontro alle esigenze dei clienti stessi.

Vogliamo che i nostri clienti si sentano speciali, che si sentano persone e non numeri e, al contempo, ci impegniamo ad ascoltare le esigenze delle **persone che lavorano per noi**.

Tiscali persegue, infatti, una politica del personale improntata alla condivisione degli obiettivi e al coinvolgimento costante delle parti sociali: siamo convinti che, solo lavorando tutti insieme, si possano valorizzare le risorse e salvaguardare l'occupazione, pur in un contesto economico oggettivamente non facile.

Relativamente alla **Governance**, Tiscali rendiconta le tematiche legate alla lotta alla corruzione, etica e integrità, gestione responsabile degli approvvigionamenti e sostenibilità economica.

Ultimo ma non ultimo, l'impegno in ambito di **sostenibilità ambientale**.

Anche nel corso del 2018, ci siamo indirizzati verso sistemi di mobilità sostenibile, attraverso diverse iniziative: incentivando l'utilizzo dei mezzi pubblici; promuovendo video conference per limitare gli spostamenti esterni; favorendo il lavoro da remoto per dirigenti e quadri con sedi diverse da quelle di Milano e Cagliari; sottoscrivendo una partnership con una società di carsharing per la sede di Cagliari.

Consci del grande valore naturalistico dell'area in cui sorge la sede di Cagliari, la zona umida di Sa Illetta viene curata con particolare attenzione, mettendo in atto tutte le precauzioni e le azioni volte a preservarne la bellezza.

Questi, in sintesi, sono i capisaldi del nostro Bilancio di Sostenibilità, che potrete approfondire punto per punto nelle pagine seguenti.

L'Amministratore Delegato

Alex Kossuta


Nota Metodologica

Tiscali, in quanto ente di interesse pubblico (ai sensi dell'articolo 16, comma 1, del D.lgs. 27 gennaio 2010, n. 39) ricade nell'ambito di applicazione del D.lgs. 254/2016, che recepisce la Direttiva 2014/95/UE in materia di informativa non finanziaria. Per tale motivo, per assolvere agli obblighi previsti dagli articoli 3 e 4 del suddetto Decreto, Tiscali deve predisporre una Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario, che descriva le iniziative e i principali risultati in termini di *performance* di sostenibilità raggiunti nel corso dell'esercizio 2018 (dal 1 gennaio al 31 dicembre).

Il presente documento rappresenta la seconda Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario ("DNF" o "Bilancio di Sostenibilità") del Gruppo Tiscali (di seguito anche "Tiscali" o il "Gruppo"). La prima DNF redatta da Tiscali si riferisce all'esercizio 2017, ed è stata pubblicata in data 9 luglio 2018.

Si segnala che, a seguito dell'analisi di rilevanza dei temi previsti dall'articolo 3 del D.lgs. 254/2016 e in considerazione delle caratteristiche specifiche del business, le tematiche inerenti i diritti umani, i consumi idrici e le emissioni inquinanti in atmosfera, non ricomprese nelle emissioni di gas a effetto serra, non sono state ritenute rilevanti al fine di assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dalla stessa prodotto; pertanto, esse non sono trattate all'interno del presente documento.

Come previsto dall'art. 5 del D.lgs. 254/16, il presente documento costituisce una relazione distinta, contrassegnata con apposita dicitura, al fine di ricondurla alla Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario prevista dalla normativa.

La DNF 2018 è stata redatta in conformità agli standard «*GRI Sustainability Reporting Standards*» (2016) pubblicati dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione «*In accordance - Core*». In appendice al documento, è presente la tabella degli indicatori GRI rendicontati. I contenuti oggetto di rendicontazione sono stati definiti a partire dai risultati della prima analisi di materialità realizzata nel 2017 e confermata per il 2018, che ha permesso di individuare gli aspetti materiali per il Gruppo e per i suoi stakeholder e che è contenuta all'interno del documento.

Tiscali considera il Bilancio di Sostenibilità uno strumento fondamentale di dialogo con i propri stakeholder, per divulgare il proprio operato in ambito CSR e per aprire un confronto con gli stessi.

Il perimetro dei dati economici, sociali e ambientali del Bilancio di Sostenibilità 2018 risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato 2018 del Gruppo Tiscali.

I dati e le informazioni della DNF si riferiscono, quindi, a tutte le società controllate e consolidate con il metodo integrale nel Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2018.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati e delle informazioni e di valutare l'andamento del Gruppo nel tempo, laddove possibile, è proposto il confronto con l'esercizio precedente.

Inoltre, sono opportunamente indicate nel presente documento eventuali riesposizioni dei dati pubblicati all'interno della precedente DNF.

Ai fini di una corretta rappresentazione delle performance e di garantire l'attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime che, se presenti, sono opportunamente segnalate.

In merito alle variazioni del perimetro di operatività del Gruppo, intervenute nell'esercizio 2018, si segnala la cessione, finalizzata in data 16 novembre 2018, del diritto d'uso della frequenza 3.5 GHz per 42Mhz e del ramo d'azienda Fixed Wireless Access (FWA), comprendente tutte le infrastrutture FWA (836 torri) e 33 dipendenti (come ampiamente descritto nel paragrafo I.6).

Il Bilancio di Sostenibilità è stato presentato e approvato dal Consiglio di Amministrazione di Tiscali S.p.A. in data 29 marzo 2019.

Il presente documento è stato sottoposto a giudizio di conformità ("limited assurance engagement" secondo i criteri indicati dall'International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 Revised) da parte del revisore designato Deloitte & Touche S.p.A.. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione Indipendente" riportata in calce al documento.

La periodicità della pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità è annuale.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è disponibile sul sito internet della Società all'indirizzo investors.tiscali.it/it, nella sezione "Governance" - "Assemblee Azionisti". Copie cartacee del Bilancio di Sostenibilità 2018 sono disponibili presso la Società, e possono essere richieste via mail al seguente indirizzo: iloi@tiscali.com (Investor Relator).

Il 2018 è stato un anno di forte transizione e di cambiamenti significativi per il Gruppo: le attività di Tiscali si sono, infatti, concentrate sulla ridefinizione del proprio modello di business, al fine di ristabilire l'equilibrio economico e finanziario del Gruppo, per il bene dei dipendenti, del territorio e di tutti gli Stakeholder coinvolti. Grazie alla nuova strategia di business, Tiscali avrà la possibilità di proseguire nel suo graduale percorso di miglioramento in ambito di comunicazione e sviluppo della sostenibilità, che vedrà l'integrazione di principi, impegni e modalità di gestione delle principali tematiche ESG (Environmental, Social & Governance), con riferimento anche ai temi espressamente richiamati dal D.lgs. 254/16.

I – Gruppo Tiscali: profilo, mission e valori

Fondata nel 1998, Tiscali è uno dei principali operatori di telecomunicazioni alternativi in Italia.

Nel marzo 1999, Tiscali è stato il primo operatore a promuovere il “free” internet in Italia e in Europa occidentale, con il lancio di un servizio di connessione a internet interamente gratuito. Tiscali ha continuato negli anni a distinguersi per la capacità di offrire ai propri clienti servizi di connessione a internet di qualità e a prezzi competitivi rispetto ai big player italiani.

I.1 – I servizi offerti

Oggi, Tiscali, attraverso una rete all’avanguardia basata su tecnologia IP (*Internet Protocol*), fornisce ai suoi clienti un’ampia gamma di servizi, dall’accesso internet, in modalità *broadband* e *narrowband*, ai prodotti più specifici e tecnologicamente avanzati. Tale offerta include anche servizi voce (VOIP - *Voce Over Internet Protocol* e *Carrier Pre Selection*), servizi da portale e di telefonia mobile, grazie all’accordo per la fornitura di servizi raggiunto con Telecom Italia Mobile (MVNO - *Mobile Virtual Network Operator*).

A partire dal 2016 e fino a novembre 2018, grazie allo spettro acquisito dalla fusione con Aria nel dicembre 2015, il Gruppo Tiscali ha offerto anche servizi ultrabroadband LTE (*Long Term Evolution*) fixed wireless su rete di accesso proprietaria.

Il Gruppo offre i propri prodotti a clienti *consumer* e *business* sul mercato italiano, principalmente attraverso le seguenti linee di business:

- Accesso *broadband* (Unbundling Local Loop (ULL), Bitstream, fixed wireless, Fibra), comprensivo dei servizi VOIP;
- Servizi di telefonia mobile (c.d. MVNO);
- Servizi wholesale ad altri operatori;
- Servizi alle imprese, che comprendono, tra gli altri, i servizi VPN, Hosting, concessione di domini e *Leased Lines*¹;
- Media e servizi a valore aggiunto, come i servizi media, i servizi di advertising ed altri.

Inoltre, Tiscali è attiva nel segmento dei media digitali e della pubblicità online attraverso:

- Il portale www.tiscali.it, uno dei principali portali italiani che nel 2018 ha avuto un traffico complessivo medio mensile di oltre 218,4 milioni di pageviews;
- La concessionaria Vevisible S.r.l. (di seguito anche “Vevisible”) che si occupa della vendita degli spazi pubblicitari del portale Tiscali e di altre web properties italiane.

Tiscali distribuisce i propri prodotti e servizi dedicati al mercato residenziale e *business* attraverso l’integrazione di diversi canali di vendita:

- Canali di tipologia “pull”:
 - Il canale *web* raccoglie le sottoscrizioni attraverso la promozione dei servizi sullo stesso Portale Tiscali e grazie ad iniziative di *marketing online* veicolate attraverso i principali portali e siti italiani;

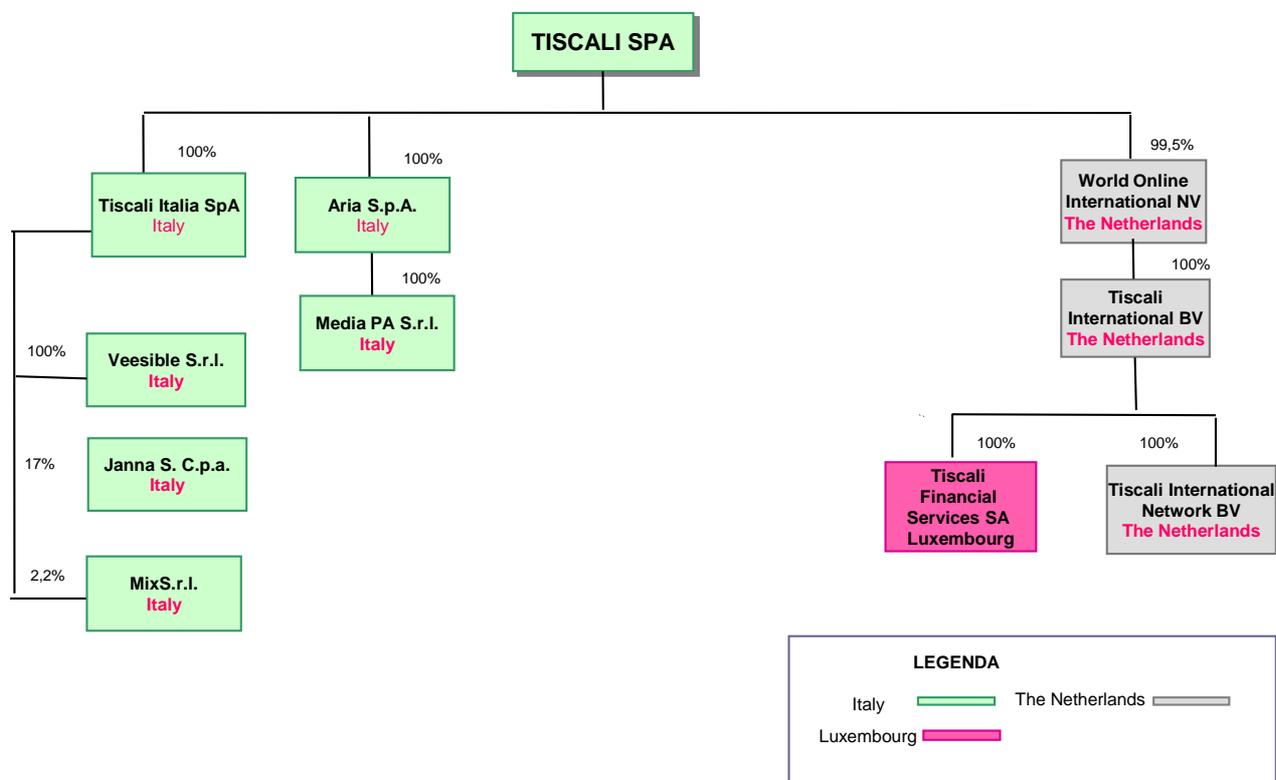
¹ Tale linea di business ha una rilevanza marginale, dopo la cessione del Ramo d’azienda Business a Fastweb, come descritto in seguito.

- Il canale *inbound* raccoglie le chiamate al numero verde, promosse anche attraverso periodiche campagne di comunicazione.
- Canali fisici quali agenzie e negozi distribuiti sul territorio nazionale.

Tiscali distribuisce i propri prodotti business e wholesale agli altri operatori attraverso canali di distribuzione diversi e in relazione alla tipologia di servizio e di cliente. I servizi di accesso base sono distribuiti sia attraverso il portale sia tramite rete di agenti diretti.

I.2 – La struttura del Gruppo

Al 31 dicembre 2018, il Gruppo Tiscali risulta così strutturato:



I.3 – Mission e valori

A partire dal 2017 Tiscali ha avviato una profonda revisione della propria cultura organizzativa, riscrivendone tutti i principi fondanti. In particolare, attraverso un processo di coinvolgimento top-down, la **mission** di Tiscali è stata ridefinita come segue:

“Dare a tutti e a ciascuno l’opportunità di partecipare attivamente alla vita digitale”

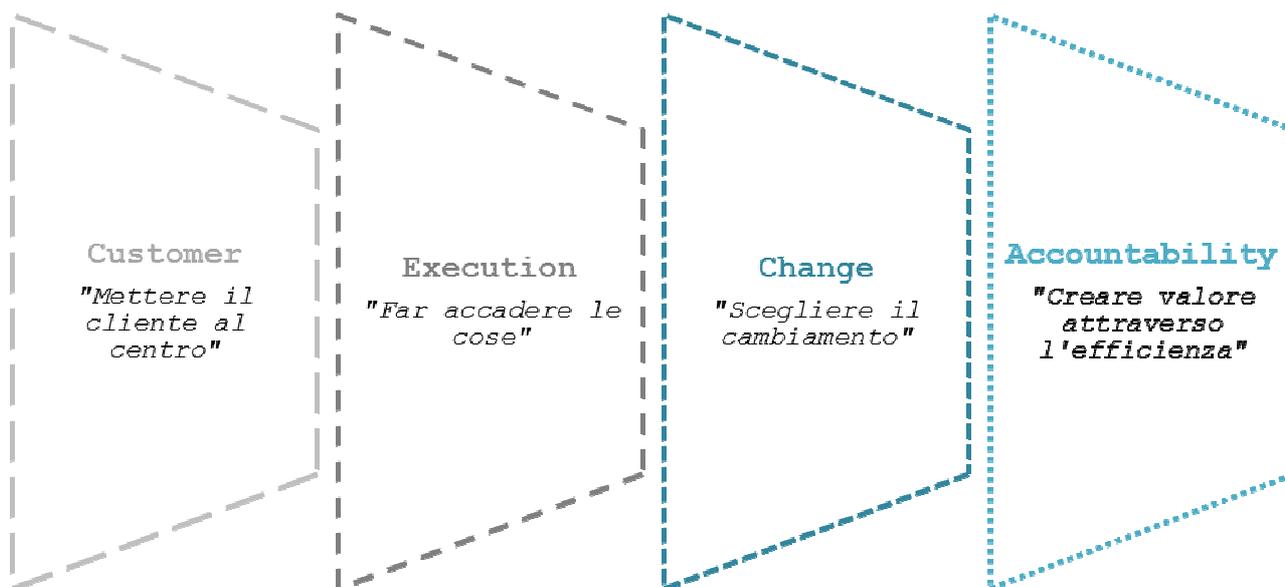
L’intenzione è stata quella di unire, all’interno di un unico concetto, la tradizione storica di Tiscali e il costante impegno a voler cogliere tutti i trend di innovazione tecnologica, al fine di garantire la libertà di comunicazione e, attraverso questa, la possibilità per chiunque di esprimere la propria personalità.

Conseguenzialmente, la **vision** di Tiscali è stata così formulata:

“Realizzare quello che promettiamo: ascoltare e anticipare il cliente conciliando rapidità, innovazione e semplicità”

Dalla definizione di mission e vision è discesa, coerentemente, la scelta dei valori che identificano il senso di appartenenza a Tiscali per tutti coloro che ne fanno parte.

In particolare i **valori** sono quattro, enunciati come di seguito:



I.4 – I mercati di riferimento di Tiscali

Tiscali opera nel mercato italiano dei servizi di telecomunicazioni, il quale ha un valore complessivo, tra servizi fissi e mobili, di circa 32,2 miliardi. In particolare, Tiscali opera nel mercato dei servizi a banda larga fisso e mobile e nel mercato advertising online.

Mercato banda larga fisso

Per ciò che concerne l'evoluzione del mercato di accesso a banda larga da rete fissa, il principale mercato coperto da Tiscali, a settembre 2018² gli accessi Broadband in Italia sfioravano i 17 milioni di unità, con un aumento su base annua di 710 mila accessi. Tale aumento è trainato principalmente dagli accessi Broadband sviluppati su tecnologie alternative all'ADSL tradizionale, in particolare Fibra e Broadband Fixed Wireless: quest'ultime hanno raggiunto, a settembre 2018, circa 7,77 milioni di accessi, in crescita di 2,87 milioni rispetto a settembre 2017 e rappresentano oltre il 45% delle linee broadband complessive; nello stesso periodo, risulta tuttavia diminuita la componente DSL tradizionale, di circa 2,15 milioni di unità. In questo settore, si evidenzia la dinamica degli accessi NGA (Next Generation Access): gli accessi in tecnologia FTTC (Fiber To The Cabinet, fibra su rete mista rame) crescono in un anno di oltre il 70% raggiungendo 5,79 milioni di unità grazie

² Fonte: Autorità per le garanzie nelle comunicazioni (AGCOM).

all'aumento dei servizi wholesale di TIM; mentre gli accessi in FTTH (Fiber To The Home) aumentano di oltre il 50% e, a fine settembre, ammontano a circa 800 mila unità grazie alla crescita dei servizi offerti da Open Fiber. Crescono anche gli accessi FWA che, a fine settembre, ammontano a 1,18 milioni di linee con una crescita del 20,3% su base annua. In generale, la quota di mercato di TIM (44,5%) si riduce di 1,1 punti percentuale in un anno, seguono Vodafone con il 15,4%, Fastweb al 14,8% e Wind (14,4%); Tiscali è al 2,8%.

Il Gruppo Tiscali, nel corso del 2018, ha proseguito con la strategia avviata nel 2017 di sviluppo del mercato in Fibra sopra descritto attraverso:

- La focalizzazione sulle offerte in Fibra ad altissima capacità fino a 1.000 MBps, anche grazie all'accordo stipulato nel 2016 con Open Fiber (di seguito anche "OF") e sulle offerte in Fibra mista rame (FTTC) e grazie all'accordo stipulato con Fastweb nel 2018;
- La progressiva diffusione della nuova offerta LTE UltraBroadband Fixed Wireless a marchio Tiscali con capacità fino a 100 MBps, lanciata nel 2016.

Nel mercato Broadband di rete fissa, il portafoglio clienti di Tiscali si attesta a circa 383 mila unità a dicembre 2018, in riduzione rispetto alle 451,2 mila unità di dicembre 2017, a causa delle scarse risorse finanziarie a disposizione della Società per l'attività commerciale, prima della sottoscrizione definitiva di un accordo strategico con Fastweb, le cui caratteristiche sono diffusamente contenute all'interno della Relazione sulla gestione del Bilancio d'esercizio e del Bilancio Consolidato, ed a cui si rimanda.

In particolare, è cresciuto il numero degli utenti Fibra passato da circa 47 mila al 31 dicembre 2017 fino a oltre 79 mila di dicembre 2018, per effetto anche delle attività di migrazione della Customer Base dalle soluzioni ADSL tradizionali alle soluzioni in Fibra poste in essere da Tiscali. Il mercato continua sostanzialmente a essere presidiato dagli operatori storici (TIM, Wind, Fastweb, Vodafone) con quote di mercato sostanzialmente stabili e una leggera crescita di Wind3.

Mercato banda larga mobile

Per quanto riguarda i servizi Mobile, il mercato italiano registra una crescita nel numero totale dei clienti di 3,8 milioni di unità su base annua: 103,2 milioni contro i 99,1 milioni di settembre 2017.³ Di questi, 19,8 milioni di unità sono sim "M2M" (Machine To Machine), pari al 19% del totale e in crescita di 4,6 milioni su base annua, e 83,3 milioni sono sim "human" che effettuano traffico "solo voce" e "voce+dati", in flessione di 0,8 milioni di unità su base annua e in crescita di 0,4 milioni su base trimestrale per l'entrata sul mercato di Iliad.

Con riferimento alle sim complessive, TIM si conferma market leader a quota 31%. Con riguardo al segmento "human", nel primo trimestre di attività, Iliad raggiunge il 2,7%. Wind3, pur rimanendo il principale operatore con il 33,2% delle linee "human", perde 2,2 punti percentuali.

Nel segmento MVNO, in cui opera Tiscali e che rappresenta il 10,2% delle sim Human, il primo operatore è Poste Mobile con una quota del 47,2% mentre Fastweb occupa la seconda posizione con il 20,4%. Tiscali, che figura dallo scorso marzo nella rilevazione AGCOM di settembre 2018, ha una quota di mercato del 2,8%.

³ Fonte: Relazione AGCOM, settembre 2018.

Sul mercato mobile, nel quale opera come operatore MVNO, Tiscali ha registrato a dicembre 2018 un portafoglio di clienti Mobili che si attesta a circa 198,5 mila unità, registrando un decremento del 13,8% rispetto al 31 dicembre 2017 (230,4 mila unità). La riduzione rispetto al 31 dicembre 2017 è connessa ad un aumento generale della pressione competitiva anche a seguito dell'ingresso di Iliad come nuovo operatore sul mercato Mobile italiano.

Continua, inoltre, sul mercato la crescita esponenziale del traffico dati complessivo su rete Mobile, cresciuto a settembre 2018 di circa il 60% rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente, con una crescita dei consumi medi unitari mensili di quasi il 51% pari a 3,88 Giga/mese, trainata dal crescente utilizzo di applicazioni video, streaming e on-demand.

In questo mercato sempre più competitivo, Tiscali ha proseguito con la promozione nel 2018 della suite Open con offerte pensate per le diverse esigenze di comunicazione dei clienti, semplici e senza costi nascosti o vincoli di ricarica, con un pricing estremamente competitivo, che offre ai clienti la possibilità di creare la propria offerta avendo a disposizione circa 200 personalizzazioni differenti e di cambiarla gratuitamente in funzione delle proprie esigenze di utilizzo. L'evoluzione della suite Open ha seguito la crescente domanda di banda dei clienti finali proponendo combinazioni più vantaggiose specialmente sulla parte dati.

Mercato Advertising online

Il mercato della pubblicità online ha registrato nell'anno 2018 un risultato complessivo del +4,3%, generato soprattutto dalla crescita degli investimenti della componente smartphone: secondo quanto rilevato dalla Federazione Concessionarie Pubblicità, il mercato è passata da un peso del 20,2% nel 2017 al 25,3% nel 2018, con un valore assoluto che supera i 121 milioni di euro su un totale mercato di 478 milioni.

La raccolta sul segmento web tradizionale desktop e tablet ha registrato anche quest'anno una flessione del -2,5%. In aumento il fatturato di smart tv e console che cresce a due cifre (+21,8%), anche se gli investimenti su questi device in valore assoluto pensano ancora meno di 1 milione di euro.

Il Mobile advertising rimane uno dei principali driver futuri di crescita del mercato, anche se ancora oggi gli investimenti non rispecchiano la crescita del tempo speso dagli utenti e dell'audience generata dallo smartphone rispetto ai pc tradizionali (Audiweb dicembre 2018: 27,9 milioni di utenti unici mobile nel giorno medio contro 11,4 milioni di utenti unici pc, sempre nel giorno medio).

L'andamento stagnante dell'economia italiana e l'assenza di una ripresa significativa della crescita hanno influenzato l'andamento del mercato dell'advertising nel corso del 2018.

La previsione di lungo periodo auspica tuttavia una crescita nei prossimi anni, soprattutto grazie alla crescita attesa per i segmenti del mobile advertising, in particolare per quel che riguarda gli investimenti sui formati video-mobile e alla crescita degli investimenti sui contenuti delle smart tv.

Nel 2018 i ricavi netti Media & VAS del Gruppo rappresentano il 4,1% dei ricavi complessivi (6,7 milioni di Euro), e presentano una diminuzione rispetto al dato comparativo al 31 dicembre 2017.

22% della popolazione italiana
coperta dalla **rete fixed wireless** di Tiscali,
di cui circa due terzi in modalità LTE

2.512 punti vendita
sull'intero territorio nazionale
di cui 26 monomarca



640 mila utenti, di cui:
383 mila con accesso broadband fisso
59 mila con accesso fixed wireless
199 mila clienti mobili MVNO

628 dipendenti
di cui **587** in
Sardegna

€ 165,2 milioni*
ricavi totali (-18% rispetto al 2017)
€ 20,5 milioni*
EBITDA netto

I.6 – La storia e l’attuale strategia di business

La storia del Gruppo

1998

Tiscali viene fondata a Cagliari, a seguito della liberalizzazione del mercato delle telecomunicazioni in Italia. La mission iniziale era la fornitura di servizi telefonici a livello regionale in Sardegna.

1999

Tiscali è il primo operatore a promuovere il “free” internet in Italia e in Europa occidentale. Il Gruppo ottiene inoltre la licenza per la fornitura di servizi telefonici su tutto il territorio nazionale e lancia il piano di espansione pan-europeo a seguito dell’IPO (*Initial Public Offering*) sul Nuovo Mercato di Milano, acquisendo numerosi ISP (*Internet Service Provider*) in Europa.

2000

Tiscali acquisisce WorldOnline, Gruppo olandese che svolgeva l’attività di ISP in Svizzera, Repubblica Ceca, Belgio, Olanda, Danimarca, Germania, Norvegia, Svezia, Spagna, Regno Unito, Austria, Sud Africa. Il Gruppo Tiscali consolida successivamente la propria posizione nei suddetti Paesi con ulteriori acquisizioni di ISP locali.

2001

Il Gruppo acquisisce Liberty Surf, ISP di rilievo nel mercato francese e, contestualmente, incrementa la propria posizione in Austria, Finlandia e nel Regno Unito tramite nuove acquisizioni e integrazioni delle società precedentemente acquisite. Nello stesso anno lancia il servizio ADSL su tutti i mercati serviti.

2004

Tiscali raggiunge 1,3 milioni di utenti ADSL. Il Gruppo ripensa la propria strategia di business, optando per la rifocalizzazione delle proprie attività sul territorio nazionale e nel Regno Unito. Conseguentemente procede all’implementazione di un piano di progressiva dismissione delle attività estere.

2004-2006

Vengono cedute le attività in Austria, Svizzera, Sud Africa, Belgio, Norvegia, Svezia, Francia, Danimarca, Olanda e Spagna.

2006-2007

Il Gruppo concentra la sua attività nei mercati più significativi e in forte espansione: Italia e Regno Unito.

2007

Tiscali incrementa l’attività nel Regno Unito, tramite l’acquisizione di Video Network Internationals Ltd e delle divisioni broadband e voce di Pipex Ltd, grazie alla quale Tiscali lancia in tutto il Regno Unito il servizio IPTV (*Internet Protocol television*), lanciato contestualmente anche in Italia. Tiscali si propone come operatore unico “Full-IP” di un innovativo pacchetto di servizi dati-voce-video.

2008

Il Gruppo rafforza la sua struttura finanziaria tramite un aumento di capitale per 150 milioni di Euro e la conversione di un prestito obbligazionario convertibile sottoscritto da Management & Capitali.

2009

Il Gruppo si focalizza sulle attività italiane, e avvia il processo di dismissione di Ti Net (società di gestione del network internazionale) e della controllata Tiscali nel Regno Unito.

Nello stesso anno, lancia un aumento di capitale in opzione per circa 180 milioni di Euro.

2010

Tiscali aderisce al progetto "2010 Fibra per l'Italia" e finalizza la cessione delle attività inglesi e di Ti Net.

2012

Vengono costituite le società Vevisible S.r.l. (concessionaria che si occupa della vendita di spazi pubblicitari), Indoona S.r.l. (società finalizzata allo sviluppo dell'omonima applicazione, che integra fonia e messaggistica per chiamare, video chiamare e inviare messaggi multimediali da smartphone e da PC), e Istella S.r.l. (società finalizzata allo sviluppo di un nuovo motore di ricerca per il web italiano, nato con l'obiettivo di sistematizzare e diffondere il patrimonio culturale

2013

Il Gruppo lancia il motore di ricerca Istella, il quale raggiunge a fine anno 4,5 miliardi di pagine indicizzate e 200 terabytes di dati.

2014

Il Gruppo raggiunge l'accordo con i creditori Senior volto alla ristrutturazione e riscadenziamento del debito Senior, per circa 140 milioni di Euro, rafforzando la propria struttura finanziaria.

2015

Il Gruppo Tiscali esegue un'operazione di aggregazione industriale con il Gruppo Aria acquisendo così la licenza su 40MHz di spettro su frequenza 3.5Ghz "technology neutral" e la rete di accesso proprietaria fixed wireless.

2018

Il Gruppo Tiscali sottoscrive un accordo con Fastweb, per la cessione della licenza acquisita nel 2015 da Aria, la cessione del ramo di azienda FWA (Fixed Wireless Access) comprendente le infrastrutture FWA (836 torri) e 33 dipendenti. Tiscali stipula inoltre con Fastweb un accordo di wholesale con il quale la Società ottiene il pieno accesso alla rete in fibra di Fastweb e all'infrastruttura FWA ceduta alla stessa.

L'attuale strategia di Business

Nel corso del 2018, l'attività del gruppo Tiscali si è focalizzata in particolare sulle azioni propedeutiche all'ottenimento della proroga della licenza di cui è titolare sulla frequenza 3.5GHz e alle negoziazioni dell'accordo strategico con Fastweb (sottoscritto il 16 novembre 2018 e di cui nel seguito verranno dati i relativi dettagli) finalizzato alla piena valorizzazione della frequenza stessa e alla possibilità di avere accesso all'infrastruttura di accesso in Fibra di Fastweb in modalità wholesale, per ampliare la dimensione del mercato aggredibile dei servizi Fibra agli utenti finali. Inoltre, è proseguito il percorso di negoziazione di accordi tesi alla gestione del debito, sia con i principali fornitori strategici sia con gli Istituti Finanziari e Pool leasing; quest'ultimo è stato concluso con successo nel mese di marzo 2019, con la sottoscrizione degli Accordi di Ristrutturazione del Debito Finanziario (si rinvia al paragrafo "Manovra Finanziaria e Nuovo Piano Industriale 2018-2021" per maggiori dettagli).

Proroga della licenza su frequenza 3.5GHz

Nel corso dei primi 6 mesi 2018, sono state concretizzate le attività propedeutiche all'ottenimento della proroga della licenza su frequenza 3.5GHz (di cui Tiscali è titolare): dalla sua data di scadenza naturale fissata a maggio 2023, la licenza è stata prorogata fino a dicembre 2029, prolungandone così la durata di oltre 6 anni.

Tale proroga, ottenuta il 12 novembre, era fondamentale per la finalizzazione dell'Accordo strategico con Fastweb e degli accordi di ristrutturazione del Debito Finanziario con gli Istituti Finanziari e il Pool Leasing, consolidando il valore reale della frequenza 3.5GHz anche in virtù del suo uso per lo sviluppo dei futuri servizi 5G.

È infatti noto che la frequenza 3.5GHz di cui Tiscali è titolare è universalmente considerata tra le frequenze "pioniere" per lo sviluppo dei servizi 5G. I servizi 5G sono considerati uno dei principali driver di crescita per il settore delle telecomunicazioni per i prossimi anni. Gli operatori, come dimostrato dall'andamento dell'asta per l'aggiudicazione dello spettro 5G, stanno effettuando ingenti investimenti nelle nuove tecnologie 5G che avranno però necessità di tempi medio-lunghi per un positivo ritorno economico. Per questo motivo, l'uso dello spettro di Tiscali in questo ambito ha il vantaggio di avere immediatamente disponibile la frequenza per un numero sufficiente di anni.

La cessione delle licenze ha consentito di consolidare il valore presente e prospettico dello spettro di cui Tiscali era titolare, nel contesto del piano di sviluppo dei servizi 5G.

Manovra Finanziaria e Nuovo Piano Industriale 2018-2021

Come indicato nel paragrafo "Accordo strategico con Fastweb" in data 16 novembre 2018 è stato firmato l'accordo definitivo di partnership strategica con Fastweb.

Per effetto di questo accordo, al fine di ridefinire il modello di business e di ristabilire l'equilibrio patrimoniale e finanziario, il Gruppo ha anche approvato un Piano Industriale 2018-2021 (di seguito anche "Nuovo Piano Industriale 2018-2021" o "Piano") che - tenendo conto degli effetti che l'avvenuta cessione dello spettro a Fastweb comporta sulle strategie di sviluppo e sulla struttura patrimoniale e finanziaria del gruppo Tiscali - mira a garantire la continuità operativa e il rilancio del Gruppo, anche tenendo conto della positiva finalizzazione di accordi di ristrutturazione del debito con gli Istituti Finanziari e Pool Leasing.

In particolare, il Nuovo Piano Industriale 2018-2021 include, inter alia, la manovra finanziaria che prevede sia la ristrutturazione dell'indebitamento senior sia la ristrutturazione del debito leasing relativo all'immobile di Sa Illetta.

Da ultimo si evidenzia che nell'ambito della manovra finanziaria inclusa nel Nuovo Piano Industriale 2018-2021 era previsto un rafforzamento finanziario da parte dei soci di riferimento che si è concretizzato con la sottoscrizione in data 31 gennaio 2019 da parte dei soci di riferimento ICT e Sova Disciplined Equity Fund dell'Obbligazione Convertibile 2019-2020 di nominali 10,6 milioni di Euro pagando un prezzo pari a circa 10 milioni di Euro.

Il Nuovo Piano 2018-2021 fonda i suoi presupposti sulla finalizzata cessione dello spettro e di parte delle infrastrutture di rete a Fastweb e si basa sulla piena conferma della focalizzazione di Tiscali sul proprio "Core Business", ovvero la vendita di servizi BroadBand e UltraBroadband Fissi, Fixed Wireless e Mobili alla clientela retail Consumer, SOHO e SME, all'interno di un percorso di progressiva ridefinizione del modello operativo che, a seguito della citata operazione, si focalizzerà sempre di più sulla capacità di sviluppo di nuovi servizi, sulle attività di Marketing e Vendita e sull'eccellenza nella gestione del cliente.

Tale percorso sarà facilitato dall'accordo wholesale sottoscritto con Fastweb che consente un ampliamento del mercato indirizzabile derivante dalla possibilità di continuare a commercializzare i servizi LTE Fixed Wireless nelle aree "Extended Digital Divide" e di accedere alla rete in Fibra di Fastweb, ottenendo così, senza ulteriori investimenti, l'ampliamento del mercato indirizzabile dei servizi Fibra da circa 8 milioni tra famiglie e aziende, a circa 18 milioni.

Il Nuovo Piano Industriale 2018-2021 prevede, inoltre, il rilancio del brand Tiscali a supporto delle attività di commercializzazione dei servizi, grazie ai significativi investimenti in comunicazione derivanti dall'accordo con Fastweb.

Tale Piano rappresenta quindi un'opportunità per il rilancio di Tiscali, che potrà utilizzare le risorse acquisite dalla cessione sia per rifocalizzare la propria attività in coerenza con le dimensioni e la capacità di investimento dell'azienda e con il mutato contesto tecnologico e di mercato (Fibra, 5G), sia per ricondurre, entro i riferimenti medi di settore, l'ammontare dello scaduto verso fornitori..

Accordo strategico con Fastweb

Nel corso dell'ultimo trimestre 2017, Tiscali ha dato avvio ad un processo di valutazione delle possibili opzioni strategiche per tutto il Gruppo, coinvolgendo in maniera diretta un advisor finanziario. Nel contesto della esecuzione di questo mandato, l'advisor ha rilevato l'interesse di Fastweb per un possibile accordo strategico avente ad oggetto, in particolare, la frequenza 3.5GHz, di cui Tiscali è titolare, e l'infrastruttura di rete di accesso Fixed Wireless, realizzata per l'esercizio di tale frequenza. La complessa negoziazione di tale accordo con Fastweb ha impegnato Tiscali per tutto il periodo aprile-luglio 2018.

In data 30 luglio 2018, Tiscali ha sottoscritto con Fastweb un accordo preliminare ("Accordo Preliminare di Cessione") finalizzato a rafforzare la partnership strategica avviata nel dicembre 2016 con Fastweb. La struttura dell'accordo con il gruppo Fastweb si basa su tre punti sostanziali:

- la cessione da parte di Aria (società del gruppo Tiscali avente la titolarità della licenza) della licenza per 42 Mhz nella frequenza 3.5 GHz;

- la cessione da parte di Tiscali Italia di un ramo d'azienda FWA, comprendente tutte le infrastrutture (836 torri) in capo al Gruppo Tiscali e 33 dipendenti;
- un accordo di wholesale ("Accordo Wholesale") grazie al quale il gruppo Tiscali ha ottenuto il pieno accesso all'infrastruttura di rete di accesso in Fibra di Fastweb e all'infrastruttura FWA ceduta a Fastweb.

L'Accordo Preliminare di Cessione è stato perfezionato in data 16 novembre 2018 attraverso la sottoscrizione degli accordi definitivi ("Accordo di Cessione") e con il versamento della parte della prima tranche di prezzo prevista e complessivamente pari a 50 milioni di Euro, residua a versamenti in acconto precedentemente effettuati da Fastweb, per sostenere temporanee esigenze di liquidità di Tiscali emerse durante il periodo di negoziazione.

Grazie all'Accordo di Cessione finalizzato con Fastweb il 16 novembre, Tiscali potrà intraprendere un nuovo percorso aziendale in coerenza con le previsioni del Nuovo Piano Industriale 2018-2021 con conseguente rilancio delle attività industriali, fondato sui seguenti presupposti:

- il significativo **miglioramento della struttura patrimoniale e finanziaria** garantita dall'apporto dei circa 198 milioni di Euro da parte di Fastweb come descritto nella Relazione sulla Gestione al paragrafo 5.2. Tale apporto consentirà in particolare di ridurre in maniera sostanziale i debiti scaduti con fornitori, erario ed enti previdenziali;
- la **ristrutturazione dell'indebitamento** finanziario senior e del debito leasing relativo all'immobile di Sa Illetta in coerenza con le capacità di generazione di cassa evidenziate nel Nuovo Piano Industriale 2018-2021;
- il significativo **aumento della copertura dei servizi Fibra** per i propri utenti finali grazie alla possibilità di usufruire della rete di accesso in Fibra di Fastweb garantita dall'accordo wholesale sottoscritto che consentirà di ampliare, senza alcun investimento incrementale, l'offerta nel mercato dei servizi Fibra dagli attuali circa 8 milioni di famiglie e aziende a circa 18 milioni;
- la possibilità di continuare a **fornire servizi** LTE FWA ai propri clienti in aree di **digital divide esteso**, accedendo all'infrastruttura Fixed Wireless ceduta a Fastweb alle condizioni contenute nell'accordo wholesale sottoscritto. Inoltre, Fastweb, oltre a sostenere in proprio l'onere di rinnovo fissato dal MISE per la proroga della scadenza delle licenze sino al 2029, completerà la migrazione delle antenne residue da WiMax a LTE a proprie spese, ampliando anche in questo caso il mercato LTE indirizzabile dagli attuali circa 4 milioni tra famiglie e aziende, a circa 6,5 milioni. Tale impegno è stato inserito nell'Accordo di Cessione;
- la definizione di un piano di rilancio, basata anche su **investimenti in comunicazione**, finalizzati alla rivitalizzazione del marchio Tiscali e al rafforzamento della strategia digitale dell'azienda, a supporto del processo di acquisizione di nuovi clienti, in particolare Fibra, LTE Fixed Wireless e Mobile;
- la possibilità di avere **accesso**, in futuro, anche ai **servizi 5G** sviluppati da Fastweb sullo spettro oggetto della cessione, garantendo a Tiscali un migliore posizionamento competitivo prospettico anche nell'ambito dei servizi Mobile Data, uno dei principali motori di sviluppo futuro del mercato delle telecomunicazioni.

In virtù di quanto sopra descritto, Tiscali potrà implementare un nuovo piano di crescita, focalizzando la sua strategia sullo sviluppo di nuovi servizi e sulle attività di marketing,

vendita e gestione del cliente e riducendo costi e investimenti dedicati alla gestione e sviluppo di infrastrutture di rete.

In coerenza con quanto previsto dal Nuovo Piano Industriale 2018-2021, Tiscali continuerà quindi a focalizzarsi sul proprio core business, ovvero sulla vendita di servizi UltraBroadBand (Fibra e LTE) ai segmenti di clientela Consumer, SOHO e SME oltre che sulla vendita di servizi Mobile.

Inoltre Tiscali potrà progressivamente razionalizzare le proprie infrastrutture, beneficiando nel tempo di una significativa riduzione dei costi operativi e degli investimenti, in un'ottica di rafforzamento del proprio modello di business e del profilo complessivo di rischio dell'azienda.



STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Per il secondo anno di fila, il Gruppo Tiscali ha deciso di redigere il proprio Bilancio di Sostenibilità, dando così continuità alla strategia di sostenibilità e agli impegni definiti nel corso del 2017. Attraverso questo secondo documento, il Gruppo intende ribadire il proprio impegno verso tutti gli stakeholder e verso l'ambiente in cui opera.

Le iniziative implementate durante il 2018, a livello economico, sociale e ambientale, vogliono sottolineare il senso di responsabilità che il Gruppo ha maturato e sta maturando nei confronti delle tematiche di sostenibilità, nonostante il periodo di forte instabilità.

A tal fine, Tiscali intende monitorare gli impatti del proprio business e definire obiettivi futuri per accrescere in maniera continua la sostenibilità del Gruppo.

II – Governance e sostenibilità

II.1 – Governance

Al fine di assicurare la trasparenza dell’operatività del *management*, la corretta informativa al mercato e la tutela di interessi socialmente rilevanti, il sistema di governo societario adottato da Tiscali riprende ampiamente le raccomandazioni del Codice di Autodisciplina (il “Codice”) approvato dal Comitato per la *Corporate Governance* nel marzo 2006 ed aggiornato nel luglio 2018.

Il Gruppo segue prassi e principi di comportamento, formalizzati in procedure e codici, in linea con le indicazioni di Borsa Italiana, le raccomandazioni della CONSOB e con le *best practices* a livello nazionale ed internazionale. Tiscali si è dotata di un assetto organizzativo adeguato a gestire, con corrette modalità, i rischi d’impresa e i potenziali conflitti di interesse che possono verificarsi tra Amministratori e Azionisti, tra maggioranze e minoranze e fra i diversi portatori d’interesse.

La struttura di governance di Tiscali è caratterizzata dalla presenza dei seguenti organi: Consiglio di Amministrazione, Assembla dei Soci e Collegio Sindacale.

Consiglio di Amministrazione

Il Consiglio di Amministrazione attualmente in carica è stato nominato dall’Assemblea dei Soci tenutasi in data 26 giugno 2018 ed è composto da sette membri, di cui tre donne; attualmente, vi sono due Amministratori indipendenti e solo Alex Kossuta, Amministratore Delegato, è in possesso di poteri esecutivi delegati dal Consiglio.

Tabella 1 - La composizione % del C.d.A. per genere e fasce di età

% persone	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2018		
	30-50	>50	Totale	30-50	>50	Totale
Uomini	22%	45%	67%	29%	28%	57%
Donne	11%	22%	33%	14%	29%	43%
Totale	33%	67%	100%	43%	57%	100%

Il Consiglio è stato eletto sulla base di due liste presentate all’Assemblea da ICT Holding Limited e Sova Capital Limited e rimarrà in carica fino all’approvazione del Bilancio di esercizio per l’anno 2020.

I membri del Consiglio di Amministrazione, la durata del mandato, la qualifica di amministratore esecutivo o non esecutivo, il numero e la natura degli altri incarichi sono indicati nel paragrafo 6.3.1 all’interno della Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari di Tiscali.

Inoltre, la Società pubblica all’interno di un’apposita sezione del proprio sito internet (intitolata “*Governance*”), i *curricula* professionali dei propri Amministratori, per consentire agli Azionisti e agli investitori la valutazione delle esperienze professionali e dell’autorevolezza dei componenti del Consiglio di Amministrazione.

L'attuale Consiglio di Amministrazione, nella sua prima riunione del 26 giugno 2018, ha provveduto a costituire al suo interno il Comitato per le Nomine e le Remunerazioni, mentre nella riunione del 10 settembre 2018 ha costituito il Comitato Controllo e Rischi ed il Comitato per le Operazioni con parti Correlate.

In aggiunta, nel maggio del 2018, il Consiglio di Amministrazione ha approvato la **politica in materia di diversità**, che descrive le caratteristiche ottimali della composizione del Consiglio e del Collegio Sindacale affinché possano esercitare nel modo più efficace i propri compiti, assumendo decisioni che possano concretamente avvalersi del contributo di una pluralità di qualificati punti di vista, in grado di esaminare le tematiche in discussione da prospettive diverse.

L'eventuale presenza di **conflitti di interesse** in capo a un Amministratore deve essere tempestivamente comunicata al Consiglio di Amministrazione, in ottemperanza all'art. 2391 del Codice Civile. L'Amministratore interessato deve precisare la "natura, i termini, l'origine e la portata" del suo interesse, fornendo ogni elemento utile per consentire agli Amministratori e ai sindaci di valutare la sussistenza o meno di un conflitto e, in generale, la convenienza economica dell'operazione per la Società.

Il Consiglio di Amministrazione può chiedere all'Organismo di Vigilanza l'effettuazione di una verifica puntuale o periodica sugli aspetti oggetto del conflitto di interesse.

Collegio Sindacale

I membri del Collegio Sindacale operano con autonomia e indipendenza, in costante collegamento con il Comitato Controllo e Rischi, alle cui riunioni partecipano con regolarità, e con la funzione *Internal Audit*, in linea con i principi e criteri applicativi di cui all'art. 8 del Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana.

II.2 – Sistema di controllo interno e gestione dei rischi

Sistema di controllo interno

L'attuale assetto del controllo interno è in linea con quanto previsto dai principi e criteri applicativi contenuti all'art. 7 del Codice di Autodisciplina delle società quotate.

Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è costituito dall'insieme di regole, procedure e strutture organizzative volte a consentire un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi, oltre ad una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati.

Tale sistema si applica attraverso l'attività dei seguenti organi: Comitato controllo rischi, Amministratore incaricato al sistema di controllo interno e la funzione di Internal Audit.

Il **Comitato controllo rischi**, costituito dal Consiglio Amministrazione e attualmente composto dai tre Amministratori non esecutivi, di cui due indipendenti di Tiscali S.p.A., ha funzioni consultive e prepositive con l'obiettivo di migliorare la funzionalità e la capacità di indirizzo del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi del Consiglio di Amministrazione.

L'**Amministratore incaricato**, attua operativamente le indicazioni del Consiglio di Amministrazione in materia di controllo interno procedendo, altresì, alla concreta identificazione e gestione dei principali rischi aziendali sottoponendoli alla valutazione del Consiglio di Amministrazione. Egli propone al Consiglio di Amministrazione la nomina del Responsabile della funzione di Internal Audit con il quale collabora per lo svolgimento delle sue funzioni.

Il Responsabile Internal Audit ha la responsabilità operativa di coordinamento delle attività della **funzione di Internal Audit**, in quanto non dipende gerarchicamente da alcun responsabile di area operativa ed è in possesso delle capacità professionali necessarie per svolgere gli incarichi di sua competenza in linea con le raccomandazioni del Codice. Al fine di rafforzare ulteriormente il requisito di indipendenza, la funzione di Internal Audit, riporta direttamente al Presidente del Consiglio di Amministrazione mentre, dal punto di vista amministrativo, all'Amministratore Delegato fra i cui poteri rientra la dotazione di mezzi idonei al Responsabile Internal Audit e alla funzione di Internal Audit.

Valutazione dei rischi sull'informativa finanziaria

La valutazione dei rischi è condotta sia a livello societario complessivo sia a livello di specifico processo. Nel primo ambito rientrano i rischi di non corretto funzionamento dei principali strumenti di governance aziendale (ad esempio, sistemi di deleghe e procure, sistemi di incentivazione ecc.) o del sistema informativo aziendale. A livello di processo, i rischi connessi all'informativa finanziaria (sottostima, sovrastima delle voci, non accuratezza dell'informativa, ecc.) sono analizzati in relazione agli specifici conti associati e vengono esplicitati attraverso la creazione di obiettivi di controllo.

In riferimento agli ulteriori rischi di sostenibilità, si rinvia al paragrafo II.5.1 del presente Bilancio di Sostenibilità.

Modello di organizzazione gestione e controllo ex D. Lgs. 231/2001

Il Gruppo Tiscali si impegna costantemente ad **assicurare condizioni di correttezza e trasparenza** nella conduzione degli affari e delle attività aziendali, a tutela della propria posizione e immagine e delle aspettative di tutti i suoi stakeholder, in primis degli Azionisti e dei propri dipendenti.

Tiscali è pertanto consapevole, anche in considerazione delle peculiarità del business svolto, dell'importanza di dotarsi di un sistema di controllo interno idoneo a prevenire la commissione di comportamenti illeciti da parte dei propri Amministratori, dipendenti, agenti, rappresentanti, partner commerciali e altri collaboratori esterni.

A tal fine, Tiscali Italia S.p.A. ha adottato a partire dal 2005 il "Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001" (di seguito "Modello"). Il Modello detta le principali regole di comportamento per tutti i dipendenti della Società e definisce i processi e i controlli finalizzati alla prevenzione dei reati indicati dal D.Lgs. 231/2001.

Il Modello è stato recentemente aggiornato e revisionato con il supporto di un consulente esterno ed è stato approvato e perfezionato da parte del Consiglio di Amministrazione in data 9 novembre 2018.

I principi e le regole di comportamento contenute nel Modello si integrano con quanto espresso nel Codice Etico adottato dalla società: il documento definisce le linee guida e i

valori che ispirano Tiscali e il comportamento a cui tutti i suoi Amministratori, dipendenti e collaboratori devono attenersi. Il Codice Etico è disponibile sul sito internet della Società nella sezione "Governance".

L'**Organismo di Vigilanza** (OdV) ha il compito di vigilare sull'effettività e sull'adeguatezza del Modello in funzione dell'effettiva capacità di prevenire la commissione dei reati di cui al D.lgs. 231/2001, sull'osservanza del Modello da parte di tutti i destinatari, sull'aggiornamento del Modello da parte del management, laddove si riscontrino esigenze di adeguamento dello stesso in relazione a mutate condizioni organizzative o a novità normative.

Sulla base delle previsioni del Modello, l'OdV riferisce al CdA in merito alle proprie attività almeno semestralmente e può segnalare in qualsiasi momento eventuali criticità relative all'applicazione del Modello.

LOTTA ALLA CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA

In linea con l'impegno del Gruppo per la lotta alla corruzione attiva e passiva, il sistema di controllo interno è stato rafforzato grazie all'adozione di specifici protocolli comportamentali, esplicitati nella Parte Speciale del Modello 231 dedicata ai reati contro la Pubblica Amministrazione e alla corruzione tra privati. Tali protocolli si suddividono in obblighi e/o divieti che si applicano sia internamente sia ai soggetti esterni che interagiscono con Tiscali. Al fine di valorizzare e mantenere la propria integrità e reputazione, la società controlla e monitora le attività più sensibili del business, specialmente i rapporti con i soggetti pubblici, fornitori, consulenti o partner e con i dipendenti. Tali attività, ritenute "sensibili" e quindi maggiormente rischiose, vengono individuate in seguito ad operazioni di risk assessment eseguite internamente. Per tale ragione, il Gruppo definisce, implementa e diffonde specifiche policy aziendali che disciplinano lo svolgimento delle attività considerate sensibili, o comunque collegate. Tali policy hanno inoltre il compito di controllare e definire in dettaglio il sistema di riporto e i flussi informativi nei confronti dell'OdV.

A tal proposito, sono stati adottati ulteriori strumenti di comunicazione (oltre a quelli obbligatori) al fine di raccogliere eventuali segnalazioni da parte dei soggetti interessati. I soggetti che vengano a conoscenza di eventi cui sono legati rischi o reati di corruzione, possono infatti inviare una e-mail all'OdV (organismodivigilanza@it.tiscali.com), con la descrizione dell'eventuale illecito nonché agli appositi recapiti indicati nella procedura di Whistleblowing.

In generale, il Gruppo stabilisce l'obbligo di raccogliere e conservare la documentazione relativa a qualsiasi contatto con la Pubblica Amministrazione e vieta qualsiasi attività che, anche tramite interposta persona, possa influenzare l'indipendenza di giudizio o assicurare un qualsiasi vantaggio alla Società. Inoltre, la Società si impegna ad osservare in modo rigoroso, in aggiunta alle disposizioni di legge applicabili, le norme emesse dalle Authority regolatrici del mercato, nazionale ed internazionale, che hanno l'intento di garantire condizioni di mercato eque e improntate ad una sana e libera competizione.

Tutte le legal entities del Gruppo dotate di un Modello 231/01 attivo nel 2018, hanno svolto attività di valutazione dei rischi di corruzione verso la pubblica amministrazione e verso i privati.

A tutti i dipendenti del Gruppo è stato distribuito il Modello e, attraverso il loro coinvolgimento, è stata somministrata formazione in ambito 231, in continuità con gli anni precedenti. Il piano formativo ha uno specifico piano di roll out e, nel corso del 2018, è stata erogata formazione sia in modalità frontale, sia attraverso corsi online, con richiesta del superamento di una verifica dell'apprendimento dei concetti illustrati.

II.3 – Azionariato

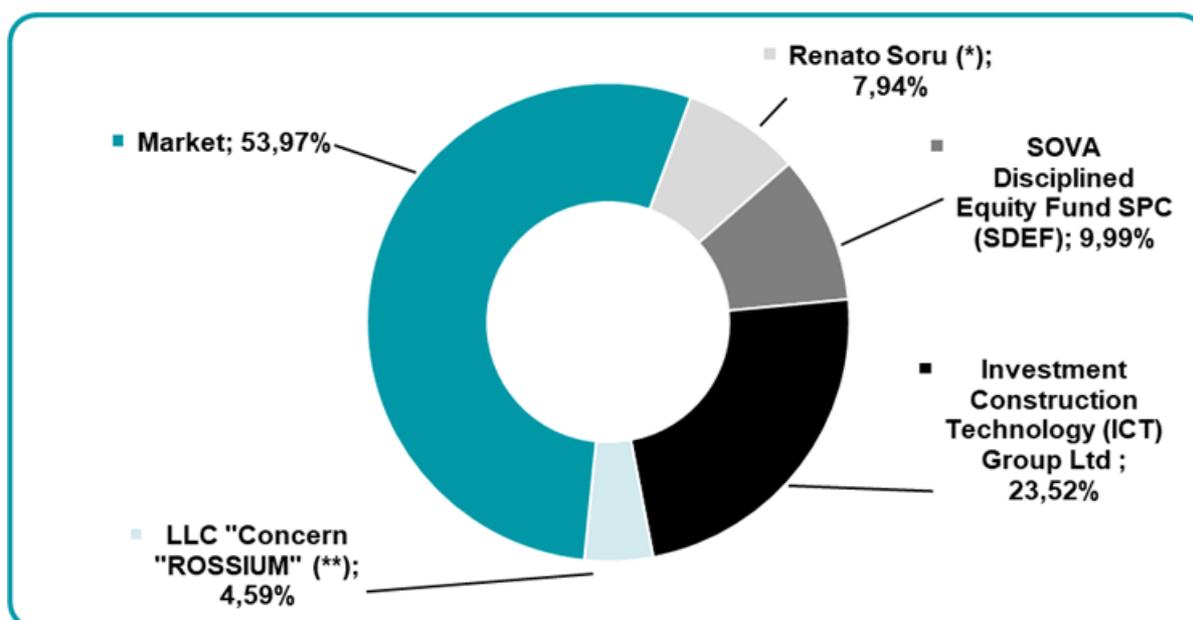
Tiscali S.p.A. è una società per azioni organizzata secondo l'ordinamento della Repubblica Italiana. Le azioni Tiscali sono quotate sulla Borsa Italiana (Milano: TIS) da ottobre 1999.

Al 31 dicembre 2018 il capitale sociale è pari a 43,1 milioni di Euro corrispondente a 3.981.880.763 azioni prive di valore nominale.

Al 31 dicembre 2018, la capitalizzazione di mercato era pari a Euro 56.144.519, calcolata sul valore di Euro 0,01410 per azione su un totale azioni pari a 3.981.880.763. Alla data di approvazione da parte degli Amministratori della presente relazione annuale al 31 dicembre 2018, il valore per azione si attesta ad Euro 0,0144 con una capitalizzazione di mercato pari a 57,3 milioni di Euro.

L'azionista di riferimento di Tiscali è Investment Construction Technology (ICT) Group Ltd, il quale possiede il 23,52% del capitale ordinario e dei diritti di voto.

Si riporta di seguito la composizione del capitale azionario al 31 dicembre 2018:



(*) Direttamente per il 6,66% circa e, indirettamente, tramite le partecipate Monteverdi Srl (0,44%), Cuccureddus Srl (0,83%).

(**) Indirettamente tramite Sova Capital Limited (già Otkritie Capital Internationa Limited) (100%)

II.4 – Il contesto regolamentare e competitivo

Tiscali promuove una competizione leale, considerata funzionale ai propri interessi e a quelli di tutti gli operatori di mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere, favorendo iniziative e progetti in collaborazione con i concorrenti, partecipando attivamente ai tavoli tecnici istituiti dalle Autorità di settore o dalle associazioni di categoria. In questo contesto, i principali interlocutori di Tiscali sono i seguenti:

- Altri operatori del settore;
- L’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM);
- L’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM);
- Il Ministero per lo Sviluppo Economico (MISE) – Dipartimento delle Comunicazioni;
- Le Associazioni di categoria;
- L’Organismo di Vigilanza Telecom (OdV);
- La Commissione Europea.

Rapporti con gli altri Operatori

Tiscali opera nel mercato di riferimento perseguendo, nei rapporti con i competitor, principi di libertà, trasparenza e interoperabilità. In questo modo, Tiscali si impegna a garantire il massimo grado di innovazione e competitività tra operatori del settore in un contesto di reale *level playing field*, indipendentemente dalle soluzioni tecniche e commerciali adottate.

In quest’ottica, Tiscali collabora fattivamente sia con l’incumbent sia con gli operatori alternativi (OLO – *Other Licensed Operator*), partecipando ai tavoli tecnici di interesse comune e patrocinando la soluzione pacifica di eventuali controversie.

Rapporti con AGCOM e AGCM

Il mercato delle comunicazioni elettroniche è regolamentato da norme che disciplinano il comportamento degli operatori nell’offerta dei servizi e assicurano una concorrenza corretta e trasparente.

In tale ambito, Tiscali è soggetta alla regolamentazione ex-ante dell’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) ed alla regolamentazione ex-post dell’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), entrambe istituite per garantire la corretta competizione fra gli operatori sul mercato e il rispetto delle regole che vietano le intese anti-concorrenziali tra imprese, abusi di posizione dominante e concentrazioni tali da creare o rafforzare posizioni dominanti dannose per la concorrenza.

In questo contesto Tiscali interagisce con le Autorità di settore perseguendo un dialogo reale e un confronto continuo allo scopo di definire una regolamentazione semplice, efficace e simmetrica nonché funzionale all’accrescimento del valore dell’Azienda.

Tiscali, inoltre, qualora le Autorità avanzino richieste di dati o informazioni di varia natura, fornisce le risposte dovute, garantendo completezza e affidabilità del contributo, come desumibile dal sommario delle consultazioni effettuate nell’anno riportato nella Relazione Finanziaria Annuale.

Analogamente, in ossequio all’obiettivo delle Autorità di tutelare i consumatori, con particolare riguardo alla qualità dei servizi prestati e alla chiarezza e completezza delle informazioni fornite, Tiscali si impegna a comunicare informazioni commerciali corrette in modo chiaro e comprensibile.

L'Antitrust con comunicazione del 5 luglio 2018, ad esito di un procedimento istruttorio avviato nei primi mesi del 2018 ha individuato una pratica scorretta relativa all'aver realizzato campagne pubblicitarie senza fornire, o fornendo con insufficiente chiarezza, informazioni sui limiti geografici e tecnologici dei servizi ultra broadband. La pratica scorretta è stata sanzionata con l'irrogazione di una sanzione pari a trecentomila euro.

Tiscali ha provveduto prontamente a rimediare alle inottemperanze rilevate adeguando le proprie pagine di vendita alle previsioni normative e regolamentari.

Con riferimento alla sanzione da parte dell'Antitrust, riportata nel precedente Bilancio di Sostenibilità e relativa al giugno 2017, il procedimento si è concluso con il pagamento da parte di Tiscali di 1 milione di euro.

In particolare l'Antitrust ha contestato, tra l'altro, una condotta illecita relativamente alla conclusione dei contratti a distanza procedendo all'avvio del processo di attivazione della linea durante il periodo di recesso (14 giorni) senza contemplare la possibilità del consumatore di poter richiedere espressamente che la prestazione del servizio avvenga nella pendenza del termine per l'esercizio del diritto di ripensamento come richiesto dal novellato codice del consumo.

Rapporti con il MISE

Il Ministero dello Sviluppo Economico è il dicastero che ha tra le sue principali competenze le politiche di sviluppo industriale, energetico e delle comunicazioni. In particolare in quest'ultimo settore ha, tra le altre, la funzione di attuare il piano nazionale di ripartizione delle frequenze, gestire le risorse di numerazione, assegnare le autorizzazioni agli operatori, attuare il programma del Governo per lo sviluppo della banda larga e ultralarga.

Tiscali si interfaccia pertanto col Ministero per la richiesta delle autorizzazioni e delle risorse da questo amministrare, *in primis* numerazioni e frequenze, fornendo i piani tecnici e gli aggiornamenti richiesti secondo la normativa in vigore. Inoltre, collabora con il Ministero partecipando ai tavoli tecnici volti alla definizione delle specifiche tecniche di cui il Ministero è competente e contribuisce alla costituzione e all'aggiornamento dei database delle risorse (numerazioni, infrastrutture, ecc.) mediante fornitura dei dati secondo le specifiche richieste.

Rapporti con Associazioni di Categoria

Tiscali gestisce i rapporti associativi e coordina le attività di rappresentanza nei confronti di Confindustria e delle altre associazioni di categoria. Le iniziative, a livello nazionale e locale, consistono nello svolgimento di azioni e incontri relativi allo sviluppo del business e nel presidio degli interessi aziendali su temi economici, normativi sindacali e del lavoro. Tali iniziative si basano sul dialogo e confronto delle rispettive posizioni al fine di individuare, ove possibile, una posizione comune di settore da rappresentare in sede istituzionale nazionale.

Il Gruppo aderisce alle principali associazioni di categoria, tra cui:

- Confindustria Digitale (CD) e Associazione delle società di TLC;
- ASSTEL, l'Associazione degli Operatori di Telecomunicazione, che rappresenta e tutela le imprese che operano nel settore delle telecomunicazioni e della sicurezza. Inoltre, Tiscali è socio osservatore di AIIP (Associazione Italiana Internet Provider), l'organizzazione rappresentativa delle piccole e medie imprese italiane eroganti servizi basati su Internet Protocol e di connettività.

Rapporti con l'Organo di Vigilanza Telecom

L'Organo di Vigilanza Telecom è un organo indipendente, istituito nel 2009 con il compito di vigilare circa la corretta esecuzione dei dettami degli Impegni (ex Delibera n. 718/08/CONS) e di tutte le violazioni concernenti gli obblighi di non discriminazione (ex Delibera n. 623/16/CONS).

Tiscali si interfaccia con l'OdV in un'ottica di piena collaborazione partecipando ai tavoli tecnici e agli eventuali incontri istituzionali.

Rapporti con la Commissione Europea

Tiscali collabora con la Commissione Europea, in particolare con i Dipartimenti che hanno competenza in materia di comunicazioni, recependo la normativa in vigore e gli aggiornamenti disposti, partecipando alle consultazioni aperte, fornendo dati e informazioni richieste dalla CE tramite questionari. Collabora inoltre con la Direzione Generale della Concorrenza nell'ambito dei procedimenti che riguardano il mercato italiano fornendo informazioni e pareri su richiesta della Direzione Generale stessa.

Le norme volontarie: la politica delle Certificazioni

Al fine di garantire e salvaguardare la privacy e la sicurezza delle informazioni dei clienti, e nel pieno rispetto della legislazione applicabile ai propri processi e servizi, Tiscali ha ottenuto e mantiene la certificazione **ISO/IEC 27001:2013**.

L'adeguamento allo standard e l'ottenimento della relativa certificazione garantiscono la tutela delle informazioni e la sicurezza dei sistemi per quanto riguarda gli aspetti tecnologici, operativi, procedurali e ambientali.

II.5 – Mappatura degli stakeholder e analisi di materialità

Mappatura degli Stakeholder

Tiscali è particolarmente attenta all'identificazione dei propri stakeholder e alla definizione di modalità di coinvolgimento e confronto con gli stessi.

Tali attività di coinvolgimento sono mirate a sviluppare un rapporto basato su fiducia, trasparenza e condivisione, permettendo a Tiscali di comprendere quali siano le necessità e le aspettative degli stakeholder. Interagire con i propri stakeholder per Tiscali significa rafforzare la comprensione delle istanze e delle priorità rispetto ai temi rilevanti della propria strategia e raccogliere contributi sui possibili ambiti di sviluppo della strategia stessa, al fine di incrementare la capacità di creare valore condiviso tra l'Azienda e gli stakeholder. A lato, sono riportati i principali Stakeholder del Gruppo:



Vista la particolare situazione patrimoniale finanziaria del Gruppo al 31.12.2018 e i relativi rischi e incertezze, come riportato nel paragrafo 5.8 della Relazione Finanziaria Annuale, si sottolinea il ruolo svolto sino ad oggi dagli Azionisti di riferimento, banche finanziatrici e società di leasing nonché dei fornitori nel garantire il sostegno finanziario alle attività d'impresa con iniezioni di liquidità o concessioni di dilazioni di pagamento dei debiti, che sono state il presupposto dell'equilibrio finanziario propedeutico alla continuità aziendale; il recente Accordo Strategico con Fastweb, finalizzato a novembre 2018, e gli accordi di rinegoziazione dei debiti finanziari con Istituti Finanziatori e Pool Leasing, firmati il 28 marzo 2019, portano Tiscali ed il Gruppo ad una condizione di equilibrio finanziario autonomo che consentirà di ristabilire relazioni ed attive nella gestione dei rapporti contrattuali.

Modalità di coinvolgimento

Tiscali ha definito modalità di coinvolgimento mirate all'interazione con i propri stakeholder, facendo riferimento a diversi meccanismi di comunicazione, ascolto e dialogo.

Di seguito sono riportate, per stakeholder, le diverse modalità di coinvolgimento:

Stakeholder	Dettaglio	Modalità di coinvolgimento
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> • Clienti • Associazioni dei consumatori 	<ul style="list-style-type: none"> • Canali internet • Canali social • Indagini di customer satisfaction
Dipendenti	<ul style="list-style-type: none"> • Dipendenti • Collaboratori • Associazioni sindacali 	<ul style="list-style-type: none"> • Intranet • Valutazione delle performance • Sondaggi di clima interno
Fornitori	<ul style="list-style-type: none"> • Fornitori di beni, prodotti e servizi • Subfornitori • Rete di vendita 	<ul style="list-style-type: none"> • Codice etico
Pubblica Amministrazione e Istituzioni	<ul style="list-style-type: none"> • Pubblica Amministrazione • Enti regolari (Authority, Privacy, Antitrust, ecc.) • Istituzioni del Governo nazionale e locale • Magistratura • Organismi di Autorità Giudiziaria 	<ul style="list-style-type: none"> • Consultazioni pubbliche e tavoli di lavoro
Collettività	<ul style="list-style-type: none"> • Comunità locali • Università e centri di Ricerca • Media e opinion leader 	<ul style="list-style-type: none"> • Iniziative a favore del territorio e della comunità
Azionisti e comunità finanziaria	<ul style="list-style-type: none"> • Shareholder • Banche • Investitori • Analisti finanziari • Agenzie di rating 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicati stampa • Comunicazione periodica relativa alla gestione aziendale

Analisi di materialità

In conformità con i *GRI Standards* e con le richieste del D.lgs. 254/2016, Tiscali ha focalizzato i contenuti del Bilancio di Sostenibilità sugli aspetti risultati rilevanti a seguito dell'analisi di materialità svolta nel corso del 2017.

L'analisi di materialità consente di individuare gli aspetti materiali, ovvero quegli aspetti che esprimono gli impatti economici, sociali e ambientali significativi dell'organizzazione, anche considerando le valutazioni degli stakeholder.

Il top management, insieme all'Amministratore Delegato, ha individuato, attraverso un'analisi di scenario e una ricognizione delle aspettative degli stakeholder, una serie di temi chiave per il settore delle telecomunicazioni e per gli stakeholder stessi. Nel corso di tale analisi sono state considerate, inoltre, le linee guida internazionali in ambito di sostenibilità, il contesto normativo, il settore di riferimento e i principali competitor.

La validazione delle tematiche materiali è avvenuta in occasione dell'approvazione del Bilancio di Sostenibilità stesso, in data 29 marzo 2019 dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo.

Attraverso l'analisi di materialità sono stati identificati 5 pilastri che definiscono l'approccio alla sostenibilità di Tiscali:



I capitoli del presente Bilancio sono stati definiti sulla base dei pilastri di sostenibilità e dei temi materiali identificati, in modo da focalizzare la rendicontazione sui temi rilevanti e descrivere i maggiori risultati raggiunti in relazione agli stessi.

II.5.1 – Principali rischi di sostenibilità

CYBER RISK

Considerato l'aumento dell'utilizzo della rete, i rischi legati alla privacy e alla sicurezza dei clienti, e conseguentemente i temi della protezione dei dati personali o sensibili, risultano sempre più rilevanti.

Modalità di gestione e mitigazione del rischio

Tiscali ha posto in essere i meccanismi di protezione dei dati dei propri clienti, operando nello stretto rispetto della normativa vigente in materia di protezione dati e privacy (si rinvia al paragrafo "IV.2.1 La protezione dei dati del cliente").

EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE

E IMPATTI SULLA SALUTE

Include i rischi legati ai fenomeni di elettromagnetismo connessi ai servizi offerti da Tiscali. Tale categoria di rischio risulta particolarmente significativa specialmente sulla base dei possibili impatti sulla salute dell'uomo.

Modalità di gestione e mitigazione del rischio

Tiscali gestisce tale rischio attraverso l'effettuazione di misurazioni periodiche del livello delle proprie emissioni (si rinvia al Paragrafo "VI.3 Emissioni Elettromagnetiche").

CATENA DI FORNITURA

Le società che offrono servizi di comunicazione non presentano particolari rischi legati a possibili danni ambientali al di fuori di quelli collegati alla gestione della catena di fornitura. Tali rischi sono strettamente correlati alla selezione dei fornitori, con particolare riferimento alle forniture di energia e all'acquisto e smaltimento di prodotti tecnologici.

Modalità di gestione e mitigazione del rischio

Tiscali monitora tale rischio selezionando attentamente i propri fornitori sulla base delle loro competenze tecniche e livello di professionalità.

La maggioranza dei fornitori di Tiscali è costituita da fornitori di standing elevato (big player nel settore delle telecomunicazioni), sia dal punto di vista tecnico-professionale, sia dal punto di vista dei principi di sostenibilità adottati. Mantenendo stabili e corretti rapporti con tali fornitori, il Gruppo riduce in tal modo il rischio in oggetto (si rinvia al Paragrafo "II.7 Catena di Fornitura").

CONTINUITÀ DEL BUSINESS

Include i rischi legati all'interruzione del servizio e dell'operatività aziendale causata da condizioni ambientali estreme (es. terremoti) o eventi meteorologici straordinari dovuti ai cambiamenti climatici (es. inondazioni). Tali eventi, tra le altre cose, possono incidere significativamente sull'integrità delle infrastrutture necessarie alla corretta erogazione dei servizi di comunicazione.

Modalità di gestione e mitigazione del rischio

Tale rischio, che costituisce una minaccia all'operatività aziendale, è attentamente monitorato attraverso apposite strategie di business continuity.

In particolare, Tiscali mette in atto misure preventive e controlli finalizzati a mantenere l'operatività della propria rete e dei propri sistemi informativi e, in particolare, la continuità e la sicurezza della stessa nonché dei propri server, hardware e software.

Il Gruppo investe adeguate risorse al fine di prevenire il danneggiamento o il malfunzionamento degli strumenti e dei processi informatici sui quali si basa la gestione del business.

I sistemi core business sono tutti altamente affidabili: il *Data Center*, ad esempio, presente nella sede di Cagliari, è munito di sistemi di sicurezza quali antincendio e antiallagamento. Inoltre le copie di back-up dei dati, effettuate dal personale di esercizio, sono mantenute in una sede differente rispetto al CED, e garantiscono un buon livello di affidabilità. Si segnala infine che le società del Gruppo hanno in essere specifiche polizze assicurative a copertura dei danni che le proprie infrastrutture potrebbero subire in conseguenza dei predetti eventi.

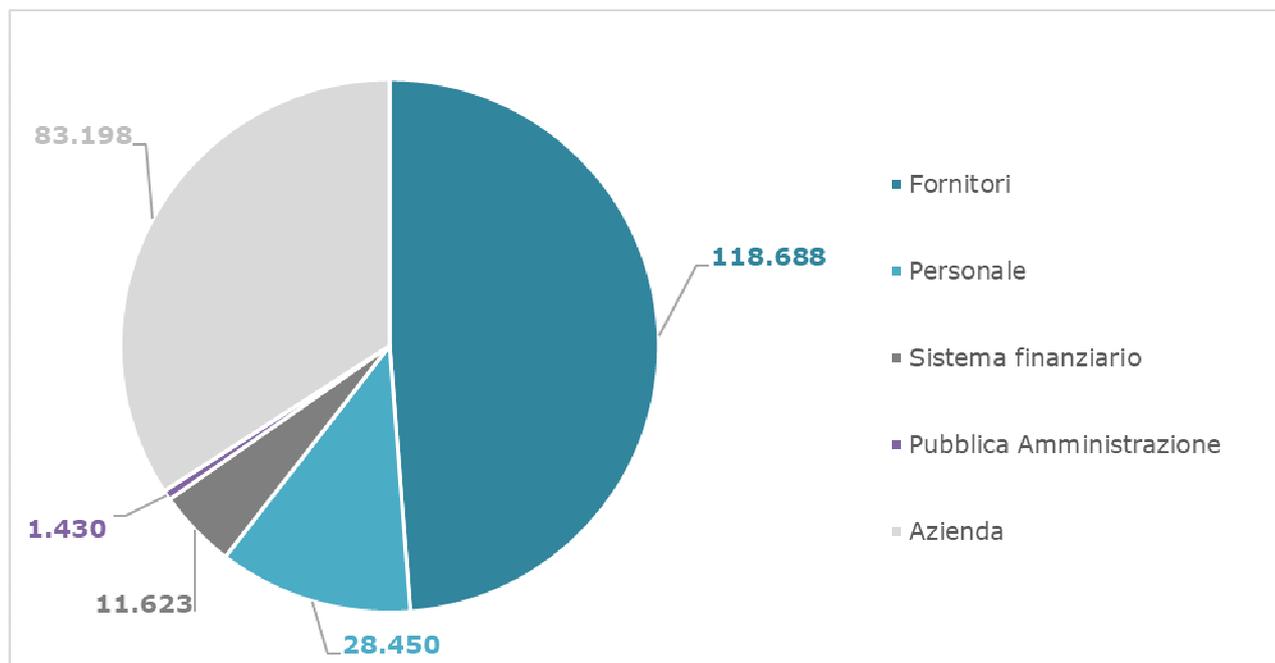
II.6 – Valore economico generato e distribuito

I ricavi del Gruppo Tiscali nel corso del 2018 si sono attestati a 165,2 milioni di Euro, in riduzione del 18% rispetto ai 201,4 milioni di Euro registrati nell'esercizio 2017. La variazione netta, pari a 36,2 milioni di Euro rispetto al 2017, è imputabile principalmente ai seguenti fattori:

- riduzione di circa 13,1 milioni di Euro (-9%) dei ricavi da Broadband Access, in seguito principalmente alla riduzione del portafoglio dei clienti BroadBand Fisso ridottisi da 451,2 mila unità a 382,8 mila unità al 31 dicembre 2018. La riduzione è imputabile principalmente alla riduzione dell'attività commerciale avvenuta nel corso di tutto l'esercizio 2018 a causa delle scarse risorse finanziarie a disposizione della società prima della sottoscrizione definitiva dell'Accordo strategico con Fastweb;
- riduzione dei ricavi MVNO per circa 1,7 milioni di Euro (-11,9%) a causa del decremento del portafoglio clienti Mobile passato da circa 230,4 mila unità di dicembre 2017 ai circa 198,5 mila al 31 dicembre 2018. La riduzione rispetto al 31 dicembre 2017 è connessa ad un aumento generale della pressione competitiva anche a seguito dell'ingresso di Iliad come nuovo entrante sul mercato Mobile italiano;
- forte riduzione dei ricavi "Servizi alle imprese e Wholesale" per circa 19,1 milioni di Euro (-71,7%). Tale riduzione è imputabile soprattutto alla mutata strategia sulla vendita di prodotti ai clienti business a bassa marginalità e alla riduzione dei ricavi da vendita wholesale riscontrate nel corso del 2018;
- i ricavi "Media & VAS" si riducono di 1 milione di Euro (-13,3%);
- i ricavi "Other", pari a 5,5 milioni di Euro decrescono di 1,3 milioni di Euro.

Il valore aggiunto globale netto generato da Tiscali nel 2018 (al netto di ammortamenti e svalutazioni) è pari a 243,4 milioni (in aumento di circa 53,1 milioni di euro rispetto al 31 dicembre 2017). L'incremento è prevalentemente imputabile all'incremento del risultato delle attività cedute e/o destinate alla cessione per 88,3 milioni di euro, grazie alla cessione della licenza e del ramo FWA a Fastweb avvenuta nel 2018 (per maggiori dettagli si rinvia al par. I.6).

Distribuzione del valore economico del Gruppo Tiscali nel 2018



Tale valore è relativo a:

- Fornitori, attraverso l'acquisto di beni e servizi;
- Dipendenti, attraverso la corresponsione delle retribuzioni e benefit;
- Sistema finanziario, attraverso gli interessi e commissioni sui finanziamenti concessi;
- Pubblica Amministrazione attraverso gli oneri fiscali;
- Azienda e collettività, attraverso donazioni e liberalità.

Nel 2018, Tiscali ha generato e distribuito valore agli stakeholder sopra indicati nel contesto di incertezza sulla continuità aziendale riportato in precedenza, in cui si sottolinea il ruolo di Azionisti di riferimento, banche finanziatrici e società di leasing nonché dei fornitori nel garantire il sostegno finanziario alle attività d'impresa con iniezioni di liquidità o concessioni di dilazioni di pagamento dei debiti che sono il presupposto dell'equilibrio finanziario, propedeutico alla continuità aziendale. L'Accordo strategico con Fastweb e gli Accordi di Ristrutturazione del Debito Finanziario con Istituti Bancari e Pool Leasing consentono a Tiscali di riprendere nel 2019 ad operare in condizioni di equilibrio autonomo e di potere quindi approcciare alla generazione di valore in modo attivo.

II.7 – Catena di fornitura

I fornitori del Gruppo Tiscali, nel 2018, sono 1944. Nel 98% dei casi si tratta di società di diritto italiano concentrate essenzialmente sulla fornitura di servizi e infrastrutture legate alla rete.

Per garantire la miglior qualità possibile e la piena soddisfazione delle aspettative dei clienti, Tiscali richiede ai propri fornitori impegno, affidabilità e flessibilità, instaurando con essi relazioni di lungo periodo basate su integrità, trasparenza e oggettività.

La selezione dell'offerta di fornitura si basa sul concetto del miglior acquisto alle migliori condizioni possibili, secondo principi inderogabili di trasparenza, efficienza economica e conformità alle normative vigenti.

Tabella 2 - Composizione della spesa complessiva annuale per categoria merceologica

Categoria merceologica	31.12.2017		31.12.2018	
	Nr. fornitori per categoria	Valore della spesa annua complessiva per categoria [€]	Nr. fornitori per categoria	Valore della spesa annua complessiva per categoria [€]
Infrastruttura di rete	57	€ 185.209.733	48	€ 121.935.480
Operazione di cessione e affitti rami	1	€ 17.714.254	-	-
Investimenti	69	€ 53.010.080	73	€ 19.785.529
Sale Partners	987	€ 26.980.995	714	€ 16.995.005
Marketing, Sales, Distribuzione	245	€ 15.559.226	177	€ 17.013.799
Leasing	11	€ 13.031.725	8	€ 24.847.658
Altri servizi di rete	577	€ 11.347.184	590	€ 25.185.215
Servizi professionali	132	€ 8.848.792	149	€ 11.584.953
Affitti e Utenze	88	€ 9.026.595	113	€ 10.168.994
Manutenzioni	19	€ 1.936.483	22	€ 3.461.562
Altro	50	€ 746.749	50	€ 741.503
TOTALE	2236	€ 343.411.814	1944	€ 251.719.698

Come indicato, una quota parte rilevante della spesa viene sostenuta per la categoria "Infrastruttura di rete" e, nello specifico, verso Telecom Italia che rappresenta il principale fornitore di Tiscali.

Lo scostamento tra il 2018 e il 2017 è riconducibile al fatto che, nel corso dell'ultimo anno, sono venute meno le operazioni straordinarie e alla contrazione delle attività legate agli investimenti sulla componente LTE, ceduta a Fastweb a fine anno. Un ulteriore contributo alla minore spesa si ha dai minori oneri dovuti a Telecom Italia per effetto degli accordi commerciali con Fastweb e Open Fiber.

Tabella 3 - Composizione della spesa complessiva annuale per area geografica

Paese/area di provenienza	2017		2018	
	N.fornitori per Paese	Valore della spesa annua complessiva per Paese in euro	N.fornitori per Paese	Valore della spesa annua complessiva per Paese in euro
Estero	63	€ 7.658.617	31	€ 5.106.576
Italia	2173	€ 335.753.196	1913	€ 246.613.121
di cui sardegna	283	€ 24.824.576	218	€ 18.600.175
Totale complessivo	2236	€ 343.411.814	1944	€ 251.719.698

In relazione alla distribuzione geografica dei fornitori, si può affermare che Tiscali opera sostanzialmente con fornitori nazionali (98%) e con una quota parte di fornitori locali⁴ (11%), asserviti con riferimento alle necessità della sede di Cagliari.

⁴ Con il termine locali si fa riferimento ai fornitori provenienti dalla Sardegna.

III – Innovazione tecnologica

III.1 – Sviluppo rete fisso-mobile: copertura e accessibilità alla rete ultrabroadband

Agenda digitale e digitalizzazione del Paese

Le telecomunicazioni costituiscono un pilastro fondamentale per la crescita economica e lo sviluppo sociale.

Il digitale rappresenta il nuovo fattore di progresso collettivo: le tecnologie digitali e mobili stanno cambiando il modo di vivere e lavorare, e costituiscono un cambiamento non solo per l'intero sistema economico e produttivo, ma anche sociale.

Dall'accesso alle nuove tecnologie dipende in gran parte lo sviluppo del sistema Paese, sia in termini di potenziamento infrastrutturale, sia di competenze digitali per un loro efficace utilizzo.

Sviluppare un'infrastruttura di telecomunicazione significa creare impatti positivi su famiglie, imprese ed enti appartenenti alla filiera produttiva (contributi diretti) e alle filiere del settore di appartenenza (contributi indiretti), oltre ad impatti complessivi sull'intero sistema economico (contributi indotti).

Per tutti questi motivi, i policy-maker europei e nazionali, da diversi anni, hanno individuato strategie volte alla digitalizzazione.

L'Agenda Digitale Europea, in particolare, definisce una strategia a livello comunitario per il superamento delle "barriere" digitali e la creazione di opportunità per il conseguimento di benefici economici, sociali e ambientali.

L'agenda Digitale Europea

L'Agenda Digitale Europea è uno dei 7 progetti chiave di Europa 2020, e definisce la strategia decennale per la crescita sviluppata dall'Unione Europea.

Articolata in 7 aree chiave, l'Agenda Digitale parte dall'idea che l'uso più diffuso ed efficiente delle tecnologie digitali possa contribuire a migliorare la vita dei cittadini, stimolando la creazione di posti di lavoro.

Lo sviluppo infrastrutturale è uno dei temi chiave in questo senso: l'obiettivo è raggiungere nel 2020 il 100% dei cittadini europei con rete a 30 Mbps e fornire un servizio di connessione pari o superiore ai 100 Mbps ad almeno il 50% delle famiglie.

In Italia il compito di garantire la realizzazione degli obiettivi dell'Agenda Digitale è stato affidato all'Agenzia per l'Italia Digitale (AgID), che definisce linee guida, regolamenti e standard, e svolge attività di progettazione e coordinamento di iniziative strategiche per un'efficace erogazione di servizi online della Pubblica Amministrazione a cittadini e imprese, assicurando, fra l'altro, l'uniformità tecnica dei sistemi informativi pubblici.

Nonostante i traguardi raggiunti, la strada da percorrere è ancora lunga.

Lo sviluppo di infrastrutture in banda larga e ultra-larga e la diffusione delle competenze digitali tra cittadini e imprese sono due delle principali aree di intervento nel prossimo futuro.

Contributo di Tiscali alla digitalizzazione del Paese

Coerentemente con la politica nazionale ed europea, Tiscali intende continuare a svolgere un ruolo di facilitatore dei processi di sviluppo digitale a livello nazionale.

In coerenza con tale obiettivo, nel corso del 2018 Tiscali ha continuato a focalizzarsi sulla diffusione di soluzioni broadband e ultrabroadband nelle seguenti modalità:

- da un lato, Tiscali ha continuato a fornire servizi **ultrabroadband di qualità** (con capacità fino a 100Mbps) nelle aree "Digital Divide" non raggiunte dal servizio ADSL o in cui sono disponibili solamente servizi di scarsa qualità. Si tratta di aree estese del territorio italiano dove attualmente non è tecnicamente possibile (e/o economicamente conveniente) fornire il servizio via cavo. In tali zone, l'utilizzo della tecnologia LTE fixed wireless di Tiscali diventa uno strumento fondamentale per la loro progressiva digitalizzazione e per il raggiungimento anche in queste zone degli obiettivi fissati dall'Agenda Digitale Europea. Tiscali, grazie all'implementazione della tecnologia fixed wireless LTE in tali zone, può quindi offrire alle famiglie e alle imprese residenti la possibilità di accedere a Internet;
- dall'altro, il Gruppo Tiscali ha continuato a distribuire offerte in Fibra ad altissima capacità fino a 1Gbps ad una quota sempre crescente della popolazione: ciò ha permesso di offrire una maggiore qualità di servizio (maggior velocità), l'accesso pieno a tutte le applicazioni presenti e future che si basano su un elevato consumo di banda (i.e. videostreaming HD; scambio dati sicuri ad altissima velocità) e una migliore esperienza di navigazione.

Al fine di raggiungere questi obiettivi, Tiscali ha anche stipulato alcuni fondamentali accordi con fornitori di servizi abilitanti tale strategia:

- l'accordo di partnership sottoscritto con Fastweb alla fine del 2018 porterà significativi benefici in questo senso perché:
 - da un lato amplierà le aree di copertura LTE anche alle aree che fino alla fine del 2018 potevano fruire solo di servizi Fixed Wireless su tecnologia WiMax obsoleta e di minore qualità;
 - dall'altro contribuirà ad ampliare significativamente le aree in cui Tiscali potrà distribuire offerte in Fibra ad altissima capacità fino a 1Gbps dai circa 8 milioni di Famiglie e Aziende di fine 2017 fino a circa 18 milioni nella prima metà del 2019;
- l'accordo stipulato con Open Fiber, che ha consentito a Tiscali di avere accesso alla rete in fibra ottica FTTH (*Fiber To The Home*) di Open Fiber e di poter lanciare servizi ai clienti finali con capacità fino a 1Gbps.

Attuale copertura

1) Rete fixed wireless: nel corso del 2018, Tiscali ha ceduto a Fastweb lo spettro in frequenza 3.5GHz di cui era titolare e la relativa rete Fixed Wireless che operava su tale spettro. All'interno di tale accordo Tiscali ha il diritto di continuare ad utilizzare tale rete per fornire servizi ai propri clienti (esistenti e nuovi). Alla fine del 2018, la copertura di tale rete fixed wireless raggiunge circa il 22% della popolazione italiana (con circa 1.800 Comuni serviti), per un totale di circa 6,5 milioni di famiglie potenzialmente coperte dal servizio.

Come sopra esposto, la copertura della rete fixed wireless si focalizza in particolare sulle aree Digital Divide ove è maggiormente carente la disponibilità di infrastrutture alternative idonee alla fornitura di servizi broadband e ultrabroadband. Attualmente la rete fixed wireless supporta due tecnologie Banda Larga:

- **la tecnologia LTE** abilita, come sopra descritto, servizi ultrabroadband ad altissima capacità fino a 100Mbps, portando servizi per certi versi simili alla Fibra in aree ove tecnicamente non è possibile e/o economicamente non vantaggioso veicolare i servizi broadband via cavo. Alla fine del 2018, la rete Fixed Wireless con tecnologia LTE copre circa il 14% della popolazione italiana (con circa 1.200 Comuni serviti), per un totale di circa 4 milioni di famiglie potenzialmente coperte dal servizio;
- **la tecnologia WiMax** rappresenta invece la tecnologia di accesso wireless precedente, che Tiscali ha progressivamente sostituito con le soluzioni LTE ad altissima capacità. La tecnologia WiMax abilita alla fornitura di servizi fino a 7/10Mbps di tipo simile all'ADSL ed è ancora idonea per portare servizi Banda Larga nelle aree dove non esistono sostanziali soluzioni tecniche alternative a quelle wireless. La rete Fixed Wireless con tecnologia WiMax copre circa l'8% della popolazione italiana (con circa 600 Comuni serviti), per un totale di circa 2,5 milioni di famiglie potenzialmente coperte dal servizio.

2) Rete broadband fissa e copertura servizi in Fibra: grazie all'accordo sottoscritto a novembre 2018 con Fastweb, Tiscali ha la possibilità di accedere a tutte le infrastrutture di accesso in Fibra di Fastweb, ampliando la copertura delle soluzioni Fibra fino a 18 milioni di famiglie e aziende, dalle circa 8 milioni coperte prima di tale accordo.

Inoltre, nel corso del 2018 Tiscali, ha consolidato il proprio portafoglio di offerte in Fibra, ora disponibile con soluzioni Fibra FTTC (Fiber To The Cabinet) con capacità fino a 100Mbps e fino a 200Mbps, oltre che con soluzioni FTTH (Fiber To The Home) con capacità fino a 1Gbps sia su rete TIM che su rete Open Fiber.

A partire dal primo trimestre 2019, Tiscali potrà commercializzare le offerte FTTH con capacità fino a 1Gbps anche su rete Fastweb, ampliando così la qualità e la gamma dei servizi offerti ai propri clienti finali.

Tali servizi permettono un notevole incremento della qualità del servizio e della capacità disponibile per l'utente rispetto alle tradizionali soluzioni xDSL e garantiscono piena accessibilità a tutte le applicazioni innovative che richiedono grandi disponibilità di banda per un loro pieno utilizzo.

Alla fine del 2018, Tiscali può fornire servizi in Fibra a circa 8 milioni di famiglie e aziende: in tecnologia FTTC/FTTS a circa 5,6 milioni di famiglie e aziende e in tecnologia FTTH a circa 2,4 milioni di famiglie e aziende.

A valle degli accordi sottoscritti nel corso del 2017 e 2018, a partire dal 2019, Tiscali focalizzerà la propria attività nella distribuzione di servizi UltraBroadBand Fibra e LTE alla propria clientela, sfruttando appieno la copertura che le infrastrutture UltraBroadBand messe a disposizione dai principali operatori in Italia (TIM, Open Fiber, Fastweb) garantiscono, garantendo in questo modo l'accesso dei clienti alle migliori soluzioni disponibili in tutte le aree del Paese.

IV – I Clienti

IV.1 – Offerta commerciale e marketing responsabile

La soddisfazione dei bisogni dei clienti rappresenta un elemento chiave della strategia di Tiscali ed un valore fondante del suo operare. Questo aspetto è ancora più importante in una fase caratterizzata da forti pressioni competitive, in cui la comprensione, l'anticipazione e la risposta alle esigenze dei cittadini, delle famiglie e delle imprese rappresenta la leva fondamentale su cui rafforzare la competitività di lungo periodo dell'azienda.

“Customer centricity” significa per Tiscali porre il cliente al centro della catena del valore, rivolgendo ad esso ogni azione e decisione, rispondendo con rapidità alle sue richieste di servizio e anticipando in maniera innovativa e proattiva le sue necessità e desideri.

Fornire ai cittadini servizi di connettività rapidi e di qualità, così come sviluppare soluzioni che soddisfino le esigenze specifiche di ogni cliente, innovative e sicure sono elementi prioritari nella strategia del Gruppo.

Nel corso dell'esercizio 2018, Tiscali ha puntato all'ampliamento dell'offerta tradizionale internet e voce, in favore di una gamma di servizi ultrabroadband sempre più orientata al cliente.

Inoltre, Tiscali ha lavorato per offrire soluzioni che sfruttassero le sinergie con partner capaci di valorizzare e integrare la propria offerta. Nel corso del 2018, Tiscali ha stretto due ulteriori partnership di rilievo, presentate di seguito:

- **Sky**: nel quadro di un più ampio accordo strategico, la partnership commerciale ha consentito alla customer base Tiscali di accedere a offerte promozionali dedicate;
- **AVM**: Tiscali, da sempre attenta al tema della libertà e neutralità della rete, ha offerto ai propri clienti la possibilità di scegliere, acquistare e utilizzare alcuni modem AVM disponibili sul libero mercato.

In aggiunta, è stato stretto un accordo con **Satispay**, l'innovativa soluzione di pagamento, incoraggiando una continua innovazione del servizio e offrendo soluzioni che semplificano la vita al cliente finale.

IV.1.1 – Offerta commerciale trasparente e conforme alla normativa

Le offerte commerciali di Tiscali rispecchiano i valori aziendali di sempre: chiarezza, trasparenza, semplicità.

Nel corso del 2018, è stato mantenuto e rinforzato il posizionamento d'offerta senza vincoli, legami e penali.

Tutte le offerte di rete fissa e wireless (fixed e mobile) sono semplici, chiare, trasparenti ed intuitive.

Sono state rimosse tutte le barriere all'ingresso e all'uscita, eliminando così i vincoli di permanenza minima o obblighi di restituzione promozioni, e sono stati ridotti sensibilmente i costi di disattivazione per cessazione o migrazione. Il Cliente è sempre informato in maniera corretta, completa ed esaustiva: tutti i materiali pubblicitari ed il sito di vendita, il sito

Assistenza, l'Area Clienti personale MyTiscali ed i materiali post-vendita contengono delle sezioni informative e di approfondimento.

Carta dei Servizi

La Carta dei Servizi⁵, che intende semplificare e rendere più diretto il rapporto con la clientela, espone i principi di comportamento e gli impegni assunti da Tiscali in materia di qualità dei servizi offerti, fornendo inoltre indicazioni per quanto riguarda il miglioramento degli standard di qualità e dei canali di contatto a disposizione dei clienti.

Tramite la Carta dei Servizi, nell'ambito di un programma fondato su trasparenza e qualità dei servizi offerti, Tiscali fornisce ai propri Clienti le informazioni utili per inoltrare segnalazioni, proposte, richieste di chiarimento e reclami. Allo stesso modo, il Gruppo garantisce gli standard dei servizi, così come richiesti dalla vigente normativa in materia di telecomunicazioni, quali la continuità, la regolarità d'erogazione della fornitura e la tempestività del suo ripristino in caso di disservizio (da intendersi validi in condizioni normali d'esercizio).

La Carta dei Servizi va letta congiuntamente con le condizioni contrattuali dei singoli servizi ed è disponibile sul sito internet della Società all'indirizzo <http://info.tiscali.it/cartaservizi/>.

La Carta viene periodicamente aggiornata, qualora la normativa in materia subisca modifiche di carattere regolamentare, e nei casi di mutamenti nelle soluzioni tecnologiche, organizzative e procedurali.

Obiettivo del documento è informare in maniera trasparente il cliente sui propri diritti e sugli impegni di qualità assunti dall'azienda in relazione alla fornitura. 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.

Trasparenza riguardo alle condizioni contrattuali

Sul sito internet di Tiscali, nella sezione "Assistenza", è possibile controllare e scaricare le condizioni generali di tutti i contratti Tiscali, internet e voce, sia per i clienti privati sia business.

Trasparenza tariffaria

In conformità a quanto previsto nell'allegato 1 della Delibera AGCOM 252/16/CONS in tema di "Misure a tutela degli utenti per favorire la trasparenza e la comparazione delle condizioni economiche dell'offerta dei servizi di comunicazione elettronica", sul sito internet di Tiscali, nella sezione "Trasparenza tariffaria" sono riportate le caratteristiche di tutte le offerte del Gruppo.

Trasparenza – altri elementi contrattuali

Nella sezione "Assistenza" del sito Tiscali sono inoltre consultabili e scaricabili da parte del cliente numerose informazioni riguardanti le offerte Tiscali, quali ad esempio:

- Costi di disattivazione dei servizi;

⁵ Redatta secondo lo schema della Direttiva del Presidente del Consiglio dei Ministri del 27 gennaio 1994 e secondo le direttive di cui alla Delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni n. 179/03/CSP, 254/04/CSP, 131/06/CSP e 244/08/CSP.

- Codice di condotta per la fornitura di servizi di messaggistica aziendale contenenti codici alfanumerici (Alias) come mittenti e per la tutela dell'utenza;
- Diritto di Recesso ex art. 52 del Codice del Consumo;
- Penali per mancata restituzione Modem.

IV.1.2 – Offerta commerciale innovativa, competitiva e in linea con esigenze del cliente

Tiscali ha scelto il posizionamento “*value for money*”: allo stesso prezzo offre più degli operatori concorrenti oppure lo stesso servizio a un prezzo inferiore rispetto ai competitor.

Il ricorso a prezzi e promozioni estremamente vantaggiosi e concorrenziali consente a Tiscali di mantenere la propria quota di mercato anche in assenza di investimenti pubblicitari o di costi commerciali paragonabili a quelli dei propri competitor.

Questo orientamento strategico è mantenuto anche per i servizi ultrabroadband (servizi in fibra ottica e fibra mista a rame), che sono il fulcro del portafoglio prodotti di rete fissa.

I servizi Tiscali non prevedono più una durata minima né la restituzione degli sconti promozionali: il cliente è libero di recedere dal contratto quando preferisce onorando i soli costi di disattivazione del servizio, recentemente ridotti al valore di una mensilità di canone, sostenuti da Tiscali ove previsti.

IV.1.3 – Informazione pubblicitaria corretta e trasparente

Tutte le campagne di comunicazione dell'azienda sono preventivamente vagliate dalla Direzione Affari Legali, 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. Ogni messaggio pubblicitario viene sottoposto ad una valutazione preliminare che comporta, tra l'altro, la verifica dell'assenza di termini ingannevoli o fuorvianti.

IV.1.4 – Iniziative di co-marketing

Nel corso del 2018, Tiscali ha portato avanti un'iniziativa di comarketing con **AltroConsumo**. Dando seguito alla partnership avviata nel 2017 con la campagna “Abbassa la tariffa”, Tiscali ha veicolato offerte esclusive nella nuova campagna rivolta ai consumatori scontenti della fatturazione a 28 giorni. Vale la pena ricordare infatti che **Tiscali** è stato l'unico operatore di rete fissa a **non aver mai introdotto la fatturazione a 28 giorni**.

In tal modo, Tiscali ha tutelato gli interessi dei propri clienti, rinunciando ad un iniquo e non trasparente incremento delle tariffe. Tiscali ha continuato a fatturare su base mensile, non modificando unilateralmente i contratti, a differenza degli altri operatori del settore.

Per tali ragioni, Tiscali non è stata passibile delle sanzioni applicate dall'Autorità Garante delle Comunicazioni, non dovendo quindi sopportare oneri straordinari sul proprio conto economico.

Con riferimento alla rete mobile, Tiscali è stato l'unico operatore a ripristinare la tariffazione a cadenza mensile per le sue offerte senza adeguare il prezzo di vendita, garantendo così un risparmio dell'8,6% all'anno.

IV.2 – Customer satisfaction

La customer satisfaction rappresenta per Tiscali uno dei parametri principali del sistema di programmazione e controllo della Qualità dei servizi. Il processo mette al centro il cliente, le sue percezioni, le valutazioni sul servizio ricevuto ed il grado di soddisfazione a livello globale, dei servizi Tiscali.

Sino a tutto il 2017, le rilevazioni della Customer Satisfaction sono state commissionate su progetti specifici.

A partire dal 2018 la Società ha definito due metodologie di rilevazione campionaria, continue nel tempo, per migliorare il grado di presidio di questo indicatore.

Una prima rilevazione ha l'obiettivo di misurare il grado di soddisfazione over-all dei servizi erogati da Tiscali. Il processo prevede l'invio di SMS ai clienti Tiscali a cui è possibile rispondere indicando il grado di soddisfazione. I clienti insoddisfatti saranno ricontattati da un operatore con l'obiettivo di valutare e gestire le cause.

La seconda rilevazione ha l'obiettivo di misurare il grado di soddisfazione dei servizi erogati dai Caring Commerciali e Tecnici. In questo caso la Società ha previsto che tutti i clienti abbiano la possibilità di esprimere la loro soddisfazione sull'assistenza ricevuta al termine di ogni chiamata gestita. Il giorno successivo al contatto, gli operatori procederanno all'estrazione dei dati e i clienti insoddisfatti verranno contattati per verificarne il motivo e possibilmente risolverlo.

Il progetto di rilevazione sopra descritto non è ancora operativo, in quanto la Società, nel 2018, ha dovuto dedicare le proprie risorse (umane e finanziarie) alla gestione di altre tematiche prioritarie per la propria continuità aziendale.

È indubbio, in ogni caso, che per l'azienda il monitoraggio della Customer Satisfaction è un obiettivo prioritario e come tale si ripromette di attivarlo durante il 2019.

IV.2.1 – La protezione dei dati del cliente

L'aumento dell'utilizzo di internet e la transizione digitale stanno portando alla proliferazione di dati e di informazioni potenzialmente rilevanti rilasciati dagli utenti poiché associati agli stessi, soprattutto attraverso l'utilizzo di smartphone e device mobili.

Il nuovo Regolamento europeo in materia di protezione dei dati personali (GDPR) è diventato definitivamente applicabile in via diretta in tutti i Paesi dell'Unione Europea a partire da maggio 2018. Il Regolamento è parte del cosiddetto Pacchetto protezione dati, l'insieme normativo che definisce un nuovo quadro comune in materia di tutela dei dati personali per tutti gli Stati membri dell'Unione Europea.

Il nuovo Regolamento europeo sulla privacy

A distanza di circa 20 anni dall'entrata in vigore della prima legge italiana in materia di privacy, lo scorso 4 maggio 2016 è stato pubblicato in Gazzetta Ufficiale Europea il regolamento UE n. 2016/679 definito come "Pacchetto europeo protezione dati".

Le novità introdotte con il Regolamento riguardano sia le aziende "titolari" del trattamento dei dati personali – vale a dire tutte le realtà che trattano dati personali nella UE – sia le persone fisiche (c.d. "interessati"). Tra i principali punti di innovazione è possibile citare, per le aziende titolari, l'istituzione di un nuovo funzionario, il Data Protection Officer ("DPO")

indipendente, responsabile della protezione dei dati in tutte le aziende pubbliche e in tutte quelle realtà dove i trattamenti presentino specifici rischi, tra cui appunto il settore Telco. Il DPO ha il compito di informare, verificare e coordinarsi anche con il Garante nazionale per applicare il Regolamento.

Un ulteriore requisito, in capo alle aziende titolari del trattamento dati, è l'introduzione dell'obbligo di tenere un registro delle attività di trattamento svolte sotto la propria responsabilità, nonché quello di effettuare una valutazione di impatto sulla protezione dei dati, in relazione a trattamenti automatizzati come la profilazione, ai trattamenti su larga scala di categorie particolari di dati sensibili, nonché relativamente ai dati ottenuti dalla sorveglianza sistematica, sempre su larga scala, di zone accessibili al pubblico.

Per quanto riguarda le persone fisiche, inoltre, il Regolamento riconosce espressamente il "diritto all'oblio", ovvero la possibilità per l'interessato di decidere che vengano cancellati (e non sottoposti ulteriormente a trattamento) i propri dati personali, non più necessari per le finalità per le quali sono stati raccolti. Il Regolamento stabilisce, inoltre, il diritto alla portabilità dei dati, secondo cui l'interessato ha diritto di ricevere in un formato strutturato, di uso comune e leggibile da dispositivo automatico, i dati che lo riguardano forniti a un titolare del trattamento e ha diritto di trasmettere tali dati a un altro titolare del trattamento, senza impedimenti.

In ultimo, il nuovo testo sancisce due ulteriori principi: il principio di accountability, per cui il titolare deve dimostrare l'adozione di politiche per la privacy e misure adeguate in conformità al Regolamento e il principio della "privacy by default", che riprende il principio di necessità, stabilendo che i dati siano trattati solamente per le finalità previste e per il periodo strettamente necessario a tali fini.

Tiscali sta portando avanti un progetto interno, anche con il supporto di consulenti terzi e del proprio DPO, per integrare nel proprio modello di gestione della privacy le modifiche rese necessarie dalle novità apportate dal regolamento europeo. Tale progetto si inserisce in un processo di completa ridefinizione del processo di gestione della compliance alla normativa privacy, che coinvolge numerosi processi aziendali.

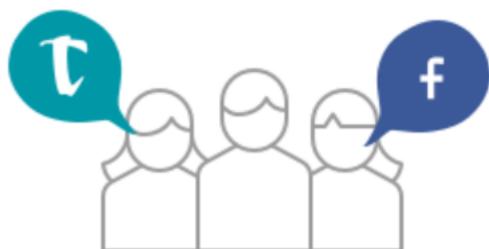
Tiscali, infatti, svolge un'azione continua sui propri processi per assicurare la protezione dei dati personali dei clienti. Attenta al trattamento dei dati e delle informazioni di clienti, dipendenti e di tutte le parti interessate, il Gruppo ha posto in essere tutti i meccanismi di protezione e le attività per rispondere ai requisiti cogenti e alle norme volontarie.

Tiscali, al fine garantire ai propri clienti la massima affidabilità del sistema di sicurezza e conservazione dei dati, si è volontariamente sottoposta alla certificazione ISO 27001, conseguita nel 2011 (si veda a questo proposito il paragrafo II.4).

Rapporti con Garante per la protezione dei dati personali

A livello nazionale, Tiscali è soggetta alla regolamentazione e al controllo del Garante per la Protezione dei dati personali, che interviene in tutti i settori, pubblici e privati, nei quali occorre assicurare il corretto trattamento dei dati e il rispetto dei diritti fondamentali delle persone in relazione all'impiego di informazioni personali.

L'azienda si impegna a dare risposta alle segnalazioni poste dagli interessati e risponde ad eventuali rilievi presentati dalla stessa Autorità Garante. Le segnalazioni o richieste di cancellazione di dati devono essere indirizzate a Tiscali Italia S.p.A., Loc Sa Illetta, km 2.300 Cagliari 09123 – Ufficio gestione reclami.



Nel 2018, sono pervenute 3 richieste sulla privacy da parte del Garante per la Protezione dei Dati Personali, di cui:

- 2 ricorsi ex art. 145 e ss. del d.lgs. 196/2003;
- 1 richiesta di informazioni relativa alla segnalazione ricevuta da un cliente.

Tutte le suddette richieste sono state prese in carico e riscontrate nei termini. A nessuna richiesta ad oggi ha fatto seguito una contestazione formale dell’Autorità e per nessuna di esse è pervenuto un atto formale di chiusura e archiviazione da parte dell’Autorità.

IV.2.2 – I canali di assistenza e il contenzioso con i clienti

Assistenza alla clientela

Tiscali permette ai propri clienti di interagire con la Società attraverso una molteplicità di canali, interattivi e non.

La struttura di *call center*, in parte internalizzata, è suddivisa in assistenza per i servizi di rete mobile e fissa dove per quest’ultima sono previsti i settori di assistenza tecnica e commerciale. La struttura è operativa 7 giorni su 7 e supporta sia la clientela residenziale (*consumer*) che aziendale (*business*) di fascia bassa e non.

Con il portale Tiscali Assistenza, la Società fornisce un ulteriore supporto attraverso: (i) la risposta anticipata alle domande formulate più frequentemente (*FAQ*); (ii) la bacheca informatica, mettendo a disposizione tutte le informazioni e procedure necessarie per gestire il proprio abbonamento, la configurazione dei Modem e dei Router per la connessione a internet, la posta elettronica, e la configurazione di ulteriori parametri. Inoltre sono erogati tutti i servizi VAS – *Value Added Services* (es. Hosting, Domini, Virtual server, Cloud, Pec, etc.) e le informazioni tecnico-amministrative necessarie ai clienti per utilizzare al meglio i servizi.

É inoltre attiva una sezione MyTiscali che permette ai clienti di gestire il proprio abbonamento attraverso numerose attività quali: (i) sottoscrizione di servizi aggiuntivi; (ii) modifiche sui propri dati e sui propri servizi, come modifiche *password*; (iii) possibilità di pagare online le proprie fatture.



I clienti Tiscali hanno a disposizione anche un’app gratuita, costantemente aggiornata ed integrata con nuove funzionalità, con cui è possibile accedere a tutti i servizi precedentemente menzionati, inoltre viene fornito supporto anche attraverso i canali social quali Twitter e Facebook.

La qualità dei servizi di assistenza forniti è continuamente monitorata attraverso un *pool* di indicatori, costantemente aggiornati, in modo da poter essere sempre in linea con le necessità del momento. Il processo di monitoraggio, nel suo complesso, ha permesso di ridurre la necessità di interventi per cliente (propensione di chiamate) del 27% rispetto al 2017. Per quanto concerne il canale WEB di Tiscali, è stato concluso un processo di profonda

riorganizzazione al fine di migliorare la "customer experience". A tal proposito, nel periodo analizzato, il numero dei visitatori unici ha superato quello relativo al sito vetrina di Tiscali. In conclusione, il canale WEB ha registrato buone performance, nonostante queste non siano misurabili attraverso il confronto dei valori di "page impression" a causa delle attività menzionate.

Rapporti con Associazioni dei Consumatori

Tiscali è consapevole che nella progettazione delle proprie offerte è sempre più essenziale ascoltare il mondo dell'associazionismo, che interpreta e rappresenta i bisogni dei clienti.

Per questo motivo, Tiscali intrattiene rapporti con le Associazioni dei Consumatori e risponde puntualmente, con chiarezza e trasparenza, a qualsiasi eventuale segnalazione o richiesta formulate dalle Associazioni.

Come già descritto in precedenza, Tiscali è spesso citata da parte delle Associazioni e delle Autorità di settore come operatore di riferimento per comportamenti virtuosi e per le best-practice in termini di correttezza e trasparenza.

V – Le Persone

Tiscali considera i propri dipendenti un elemento fondamentale della propria identità: le persone rivestono un ruolo centrale nello sviluppo del Gruppo e nello svolgimento dell'attività d'impresa. Tiscali si impegna costantemente a garantire il rispetto dei diritti dei lavoratori,



attraverso la piena valorizzazione, lo sviluppo e la crescita professionale degli stessi in un contesto difficile dal punto di vista occupazionale. Allo stesso modo, Tiscali è sempre attenta alle tematiche relative alla salute e alla sicurezza dei propri dipendenti attraverso iniziative di formazione sulla sicurezza e sullo sviluppo della consapevolezza dei rischi. Al fine di favorire il successo del business ed incrementare il senso di

appartenenza al Gruppo, i dipendenti vengono inoltre coinvolti in prima persona nella cultura aziendale, affinché si sentano parte di essa e condividano gli stessi valori.

V.1 – Ristrutturazione aziendale e salvaguardia dell'occupazione

Tiscali è da sempre stata caratterizzata da un forte radicamento sul territorio della propria sede: la quasi totalità della forza lavoro di Tiscali ha sede a Cagliari.

Nel corso di oltre 20 anni di attività (dal 1998 ad oggi), Tiscali ha rappresentato per la popolazione dell'area di Cagliari un'opportunità di impiego significativa sia in termini quantitativi (nella fase di espansione paneuropea Tiscali è arrivata a impiegare circa 3.000 risorse) che qualitativi, offrendo alle persone opportunità professionali di valore in un ambiente altamente dinamico e, per un periodo significativo della storia di Tiscali, di respiro internazionale.

È possibile affermare, in questo senso, che Tiscali ha contribuito in modo significativo allo sviluppo economico del Sud della Sardegna, considerando l'indotto creato dalla Società sul territorio, in termini di personale impiegato dalle imprese economicamente connesse al Gruppo. Obiettivo del management di Tiscali, nel corso degli anni, è infatti sempre stato di salvaguardare il livello di occupazione.

Tuttavia, la Società ha attraversato, nel corso del 2016 e 2017 una profonda fase di ristrutturazione aziendale e di razionalizzazione del portafoglio delle attività gestite, al fine di sviluppare attività strategiche legate allo sviluppo del core business. Nell'ambito di tale razionalizzazione, Tiscali ha realizzato alcune operazioni straordinarie, le quali hanno comportato riduzioni massive di personale cercando, per quanto possibile, di dare continuità all'occupazione.

Il 2018 ha confermato i trend gestionali del precedente biennio, basati sulla costante attenzione alla minimizzazione degli impatti sociali derivanti dagli esuberi correlati al contesto economico e di mercato.

È importante evidenziare che, con l'accordo sindacale del 29 giugno 2018, sono stati gestiti gli esuberi di risorse attraverso l'uso combinato di due strumenti:

1. Un piano di esodi incentivati su base volontaria che ha riguardato 9 persone;
2. Un contratto di Solidarietà con riduzione oraria del 15% per 633 risorse di Tiscali Italia S.p.A. nel periodo compreso tra il 1°luglio e 31 dicembre 2018.

Inoltre, dal 1°dicembre 2018 per effetto della cessione alla società Fastweb della licenza per 42 Mhz nella frequenza 3.5 GHz e del ramo d'azienda Fixed Wireless Access (FWA), (come ampiamente descritto nel par. I.6), sono stati trasferiti a quest'ultima azienda 33 risorse rispettivamente sulle sedi di:

- Torgiano 19 unità;
- Milano 5 unità;
- Cagliari 9 unità.

Tale cessione è stata concertata con attenzione alla salvaguardia dei livelli occupazionali e delle sedi di lavoro interessate.

V.2 – Composizione del personale e pari opportunità

Tiscali considera le persone come un patrimonio di competenze, esperienze ed attitudini da valorizzare e potenziare.

L'azienda ha scelto di dotarsi di personale eterogeneo dal punto di vista delle esperienze formative e dei background culturali.

Inoltre, Tiscali, al fine di guardare alla sostenibilità complessiva dell'impresa, si impegna a creare le condizioni migliori per un ambiente di lavoro collaborativo e motivante, capace di cogliere le esigenze di ciascun individuo e di valorizzare i differenti profili professionali.

Al 31 dicembre 2018, Tiscali conta un totale di 628 dipendenti, in diminuzione di 59 unità rispetto al 2017.

La maggioranza dei dipendenti è residente in Sardegna, a conferma del forte radicamento territoriale che caratterizza da sempre Tiscali.

Tabella 4 - Totale personale del Gruppo Tiscali

n. persone	Al 31 Dicembre 2017	Al 31 Dicembre 2018
	Totale	Totale
Dipendenti	687	628
Altri collaboratori	4	3
Totale	691	631

Le altre forme di rapporto includono 3 collaborazioni coordinate e continuative, mentre non sono presenti forme di lavoro interinale.

Tabella 5 - Ripartizione del personale del Gruppo Tiscali per genere

n. persone	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	341	346	687	301	327	628
Altri collaboratori	4	-	4	3	0	3
Totale	345	346	691	304	327	631

In Tiscali, il 52% dei dipendenti sono donne (pari a 327 lavoratori), in aumento di 2 punti percentuali rispetto al 2017, nonostante il generale decremento delle persone del Gruppo.

Tabella 6 - Ripartizione del personale del Gruppo Tiscali per area geografica e genere

n. persone	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	341	346	687	301	327	628
<i>di cui Sardegna</i>	289	323	612	275	312	587
Estero	0	0	0	0	0	0
Totale	341	346	687	301	327	628

I dati riportati nella tabella 7 confermano il forte radicamento territoriale di Tiscali in Sardegna.

Tabella 7 - Ripartizione del personale del Gruppo Tiscali per tipologia contrattuale (determinato vs indeterminato) e genere

n. persone	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	1	0	1	0	0	0
Tempo Indeterminato	340	346	686	301	327	628
Totale	341	346	687	301	327	628

L'intera popolazione aziendale ha un contratto a tempo indeterminato.

Tabella 8 - Ripartizione del personale del Gruppo Tiscali per tipologia professionale (full time vs part time) e genere

n. persone	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full time	307	199	506	268	180	448
Part time	34	147	181	33	147	180
Totale	341	346	687	301	327	628

Oltre il 28% dei lavoratori, pari a 180 unità (di cui 147 donne), usufruisce di un contratto part-time. La significativa percentuale nell'utilizzo del rapporto di lavoro part-time risponde sia alle esigenze organizzative, collegate ad orari di lavoro articolati per turno nei settori del Customer Care, sia alle esigenze di conciliazione vita-lavoro, tipiche di molti nuclei familiari.

Composizione % dell'organico per genere e fasce d'età



Tabella 9 - Ripartizione del personale del Gruppo Tiscali per inquadramento e genere

n. persone	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	17	2	19	15	2	17
Quadri	41	12	53	33	12	45
Impiegati	279	332	611	252	313	565
Operai	4	0	4	1	0	1
Totale	341	346	687	301	327	628

Tabella 10 - Ripartizione del personale del Gruppo Tiscali per inquadramento e fasce di età

n. persone	Al 31 Dicembre 2017				Al 31 Dicembre 2018			
	<30	30-50	50>	Totale	<30	30-50	50>	Totale
Dirigenti	0	11	8	19	0	10	7	17
Quadri	0	36	17	53	0	30	15	45
Impiegati	5	564	42	611	0	512	53	565
Operai	0	4	0	4	0	1	0	1
Totale	5	615	67	687	0	553	75	628

La maggior parte dei dipendenti del Gruppo si colloca nella fascia d'età compresa tra 30 e 50 anni, con un'età media di 43 anni, in linea con l'anno precedente.

Tabella 11 - Categorie protette

n. persone	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	0	0	0	0	0	0
Quadri	0	0	0	0	0	0
Impiegati	10	17	27	10	16	26
Operai	0	0	0	0	0	0
Totale	10	17	27	10	16	26

Rispetto all'anno 2017, la quota di categorie protette è rimasta sostanzialmente invariata, nonostante la riduzione generale dell'organico.

Tabella 12 - Turnover in entrata per genere e fascia d'età

n. persone	Al 31 Dicembre 2017					Al 31 Dicembre 2018				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	0	5	1	6	1,76%	0	1	0	1	0,33%
Donne	0	0	1	1	0,29%	0	0	0	0	0,00%
Totale	0	5	2	7	1,02%	0	1	0	1	0,15%

Nel corso del 2018, si è registrata un'assunzione: Tiscali ha deciso di dare continuità al contratto di stage del 2017, assumendo la persona con contratto a tempo indeterminato.

Tabella 13 - Turnover in uscita per genere e fascia d'età

n. persone	Al 31 Dicembre 2017					Al 31 Dicembre 2018				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	4	197	31	232	68,04%	3	33	5	41	13,62%
Donne	2	80	5	87	25,14%	0	17	2	19	5,81%
Totale	6	277	36	319	46,43%	3	50	7	60	9,55%

La diminuzione della forza lavoro nel 2018 rispetto al 2017 è stata determinata, come descritto nel paragrafo V.5, dalla cessione del ramo d'azienda FWA e da politiche di incentivazioni all'esodo, in linea con quanto previsto dal Business Plan.

Il flusso delle uscite ha risposto alla necessità di rendere più competitiva e flessibile la struttura dei costi dell'azienda (di cui il costo del lavoro rappresenta una delle componenti maggiori) per far fronte alle sfide del mercato e alla crescente competizione tra gli operatori.

CCNL

Tiscali opera nel settore delle telecomunicazioni e fa riferimento a due contratti collettivi di lavoro: il CCNL Telecomunicazioni per gli impiegati e il middle management e il CCNL Dirigenti Industria per dirigenti. Inoltre, essendo in Tiscali presente una redazione con 13 giornalisti,

viene applicato a questo segmento di personale il CCNL Giornalistico. Ogni dipendente è rappresentato in una di queste categorie e rientra pertanto in uno dei contratti collettivi di lavoro secondo quanto previsto dalla legislazione nazionale in materia di occupazione.

Oltre al CCNL di riferimento, è prevista una contrattazione di secondo livello relativa ad accordi che possono riguardare la regolamentazione dei turni di lavoro, la fruibilità dei permessi retribuiti e l'accessibilità ad altre misure di welfare o di miglioramento del benessere delle persone.

In base al CCNL, tutti i dipendenti facenti parte dell'organico di Tiscali possono usufruire, qualora se ne verifichino le condizioni, del **congedo parentale**, costituito per le donne da un periodo di astensione obbligatoria dal lavoro e da uno di astensione facoltativa, mentre per gli uomini l'adesione è sempre facoltativa.

Nel corso del 2018, 83 lavoratori hanno usufruito del congedo parentale (di cui 64 donne e 19 uomini) con un tasso di rientro pari al 100% (nel 2018 sono rientrate al lavoro 77 persone) e un tasso di retention, ovvero di lavoratori che sono ancora in forze 12 mesi dopo aver usufruito del congedo parentale, pari all'83%, in crescita di oltre 7 punti percentuali rispetto al 2017.

Tabella 14 - Congedi parentali⁶

n. persone	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Congedi parentali durante l'anno	16	76	92	19	64	83
di cui:	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
Dipendenti che sono tornati al lavoro a conclusione del congedo parentale	16	74	90	15	62	77
Dipendenti che erano ancora in congedo alla data indicata	-	2	2	4	2	6
Dipendenti che sono tornati al lavoro a conclusione del congedo parentale e che erano ancora impiegati 12 mesi dopo il ritorno al lavoro	10	56	66	9	66	75

⁶ I congedi parentali fanno riferimento a congedi obbligatori e facoltativi.

Tabella 15 - Tasso di rientro al lavoro e retention rate

Percentuali %	Al 31 dicembre 2017			Al 31 dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tasso di rientro al lavoro	100	100	100	100	100	100
Retention rate	48	85	76	56	89	83

Parità di trattamento e remunerazione

Tiscali ritiene che le diversità rappresentino un valore aggiunto per il proprio business perciò rifiuta categoricamente qualsiasi forma di discriminazione basata su genere, orientamento sessuale, nazionalità, disabilità fisica o mentale, provenienza etnica, fede religiosa, stato civile, lingua o condizione sociale ed economica, opinioni politiche o sindacali. Le diversità non vengono considerate tali dall'azienda, che applica gli stessi strumenti di gestione e le stesse politiche per tutto il personale.

Le relazioni interpersonali e i rapporti di lavoro tra colleghi e collaboratori, nonché verso clienti e fornitori, sono improntati al rispetto reciproco, al fine di non ledere la dignità delle persone e a non esercitare alcun tipo di molestia fisica, verbale o psicologica.

Non sono perciò tollerati da Tiscali atteggiamenti intimidatori e di mobbing nei confronti di colleghi e collaboratori nonché pressioni individuali applicate per condizionare i comportamenti e le attività lavorative dei singoli o di gruppi di persone.

Con l'obiettivo di assicurare una corretta comunicazione e gestione degli eventuali episodi di discriminazione, Tiscali ha introdotto regole di comportamento e strumenti *ad hoc*. I dipendenti di Tiscali hanno l'obbligo di segnalare eventuali episodi, alternativamente, al proprio manager, alla funzione HR, a un ente terzo (che può raccogliere segnalazioni anche da fonti esterne) o direttamente all'Organismo di Vigilanza. Le persone o gli enti coinvolti hanno il compito di valutare le informazioni ricevute e di identificare le appropriate modalità di gestione, mentre la funzione HR ha la responsabilità di garantire che non ci siano ripercussioni di alcun tipo nei confronti di chi effettua una segnalazione in buona fede, a prescindere dal fatto che la segnalazione non trovi riscontro a valle del processo di investigazione.

Tiscali, inoltre, ritiene importante una **remunerazione equa e paritaria** per gli uomini e le donne appartenenti al proprio organico. Per tale ragione, il sistema di gestione e remunerazione di Tiscali si ispira ai principi di meritocrazia e di trasparenza: le performance individuali, le competenze manageriali e le competenze professionali rappresentano i principali driver che guidano le politiche retributive.

Attenzione alle persone

Tiscali è promotrice di prassi gestionali a favore delle persone: nel Gruppo trovano applicazione tutti gli istituti normativi che salvaguardano maternità, permessi e congedi finalizzati all'esigenza di conciliare la vita professionale con quella familiare.

Il Gruppo si impegna a salvaguardare le esigenze di work-life balance, anche grazie ad una flessibilità contrattuale che permette passaggi da contratti full time a part time.

Inoltre, all'interno del Campus Tiscali è attivo un asilo che accoglie i figli in età prescolare dei dipendenti.



Il modello di rewarding

Tiscali persegue i principi di equità e meritocrazia nella gestione e nello sviluppo delle persone, dall'analisi e valutazione delle competenze, alla definizione dei riconoscimenti, all'identificazione dei percorsi di carriera e di sviluppo professionale.

Nel corso del 2018, si è data continuità all'implementazione del modello di rewarding aziendale, consolidato nel 2017, nonostante le difficoltà e ai cambiamenti affrontati nel corso dell'anno. Il modello, come per l'anno precedente, prevede un processo di assegnazione di riconoscimenti per ragioni di merito individuale, sia in termini di compensation che in termini di avanzamento di carriera.

V.3 - Formazione

Nel corso del 2018, il Gruppo ha erogato oltre 13.000 ore di formazione: 2.500 relativamente a salute e sicurezza e oltre 11.000 dedicate a formazione tecnica.

Tabella 16 - Ore medie di formazione per genere e area professionale⁷

Categoria professionale	2017			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	16	16	16	0	0	0
Quadri	15	16	15	37	110	57
Impiegati	10	9	10	22	19	20
Operai	0	0	0	0	0	0
TOTALE	11	9	10	22	22	22

V.4 - Il welfare di Tiscali

Per quanto riguarda le iniziative di assistenza, sanità e previdenza, Tiscali ha stipulato polizze assicurative a copertura del rischio extraprofessionale per tutti i dipendenti.

⁷ La suddivisione dei dati relativi alle ore medie di formazione per genere erogate dal Gruppo Tiscali nel corso del 2018 sono in parte frutto di stime effettuate secondo le migliori metodologie disponibili.

Polizza morte, invalidità permanente e infortunio per quadri e dirigenti

La polizza morte, invalidità permanente e infortuni è stata introdotta nel 2012 e riguarda 62 dipendenti, tra quadri e dirigenti.

Unisalute

La polizza sanitaria Unisalute è stata introdotta nel 2009 ed è una forma di assistenza sanitaria integrativa al Servizio Sanitario Nazionale. Ad essa aderiscono 432 dipendenti, tra operai, impiegati e quadri.

I dipendenti possono usufruire della polizza sanitaria sia in forma diretta (nessun esborso di denaro – fatte salve le franchigie previste dal piano), sia in forma indiretta (tramite rimborso – fatte salve le franchigie previste dal piano). Il piano prevede la copertura di prestazioni di ricovero per grande intervento chirurgico, ospedalizzazione domiciliare extraricovero a seguito di malattia e infortunio, prestazioni diagnostiche di alta specializzazione, visite specialistiche, pacchetto gravidanza, cure odontoiatriche, terapie conservative e protesi odontoiatriche.

FASI

Il FASI (Fondo Assistenza Sanitaria Integrativa) eroga ai dirigenti, volontariamente iscritti, ed ai loro nuclei familiari prestazioni integrative all'assistenza fornita dal Servizio Sanitario Nazionale, nella forma diretta, sulla base di convenzioni amministrative con strutture sanitarie che concordano con il FASI condizioni economiche di favore rispetto a quelle normalmente applicate (in questo caso la parte di spesa rimborsata dal FASI non viene anticipata dall'assistito) e nella forma indiretta, in relazione alle spese effettivamente sostenute in qualsiasi struttura, in Italia e all'estero, e nei limiti previsti dalle tariffe indicate nell'apposito nomenclatore-tariffario. Al FASI aderiscono 17 dirigenti.

Anticipi TFR

Tiscali consente di poter utilizzare l'anticipo del TFR, per l'acquisto e la ristrutturazione della prima casa (per il dipendente stesso o per i figli) e per spese mediche straordinarie, fatti salvi i requisiti di legge per accedervi.

Piani pensionistici

In riferimento al piano pensionistico, in accordo con il CCNL, i dipendenti versano i contributi mensilmente alla Tesoreria dello Stato gestita dall'INPS, oppure possono aderire (anche parzialmente) al fondo di categoria (Telemaco).

Come previsto dalla normativa in materia, qualora il dipendente (impiegato o quadro) aderisca al fondo di categoria Telemaco e versi, oltre al TFR, un contributo aggiuntivo (minimo dell'1%), l'azienda versa a sua volta un contributo fisso dell'1,2% sulla retribuzione utile alla determinazione del TFR.

I dirigenti, invece, aderiscono al Fondo Previdai, con un contributo minimo pari al 4% a cui l'azienda aggiunge un contributo fisso del 4% sulla retribuzione utile alla determinazione del TFR.

V.5 – Valutazione delle performance

Tiscali ha avviato nel 2017 un processo di valutazione delle performance dei propri dipendenti, indirizzato a tutte le risorse (esclusi i dirigenti); tale processo ha visto alcune fasi di realizzazione nel corso del 2018 e la sua conclusione nel primo semestre 2019.

Gli step del processo sono i seguenti:

- **assegnazione obiettivi aziendali:** in questa fase è stata compilata una scheda per ogni dipendente in cui sono stati definiti comportamenti da mettere in atto per il raggiungimento di obiettivi prefissati. Tale fase si è svolta fino a novembre 2018 e ha riguardato sperimentalmente 100 unità. Un avvio limitato ad un campione di risorse si è reso necessario per testare la funzionalità della piattaforma "assessment delle performance" interamente realizzata in Azienda;
- **certificazione degli obiettivi e valutazione della performance:** saranno valutati e certificati i risultati raggiunti dai dipendenti interessati alla fase sperimentale di assegnazione degli obiettivi tra aprile 2019 e maggio 2019. Contestualmente, nello stesso periodo, sarà avviato il processo di assegnazione degli obiettivi per l'esercizio 2019 che riguarderà tutto il personale del Gruppo Tiscali ad eccezione del gruppo dirigente specificamente incentivato con programma MBO;
- **restituzione feedback:** tramite un colloquio capo/collaboratore, verrà restituito e condivisa con il dipendente la valutazione della sua performance. Tale fase si concluderà entro aprile 2019 per il personale inserito in via sperimentale nella valutazione delle performance del 2018 ed entro aprile 2020 per tutto il personale inserito nel processo di valutazione delle performance riferite all'esercizio 2019.

V.6 – La salute e la sicurezza dei lavoratori

Tiscali pone massima attenzione al tema della sicurezza sul lavoro, ricercando soluzioni gestionali adatte a ridurre il rischio di incidenti in azienda e mettendo a disposizione sedi sicure sia per i propri dipendenti sia per i fornitori esterni che operano presso uffici, locali tecnologici e negozi Tiscali.

Le attività di Tiscali sono condotte nel pieno rispetto della normativa vigente e delle direttive aziendali in materia di salute e sicurezza tramite interventi di prevenzione e protezione. A livello interno, la struttura organizzativa della sicurezza di Tiscali ha il compito di garantire il rispetto di quanto stabilito, occupandosi del monitoraggio e della definizione delle procedure di prevenzione e protezione sui temi concernenti la salute e sicurezza in ambito occupazionale, valide per l'intera azienda e per tutte le sedi in cui è dislocato personale operante per Tiscali.

Fanno parte di questa struttura le seguenti figure: il Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) e 3 Addetti al Servizio di Prevenzione e Protezione.

I lavoratori di Tiscali, a parte poche eccezioni, sono sottoposti a sorveglianza sanitaria (D.lgs. 81/08 art. 176) per l'uso sistematico di attrezzature munite di Videoterminale.

Il protocollo sanitario prevede visite con periodicità di norma quinquennale per i lavoratori che non abbiano compiuto i 50 anni e ogni due anni per i lavoratori con più di 50 anni o che siano risultati idonei con prescrizioni. I dati sanitari, riguardanti il singolo lavoratore, sono protetti dalla privacy e quindi accessibili unicamente dal medico competente, che ha però l'obbligo di fornire i risultati anonimi collettivi al datore di lavoro, al RSPP e ai RLS (Rappresentante dei

Lavoratori per la Sicurezza) durante la riunione periodica annuale (D.lgs. 81/08 art. 35 c. 1 lett. i).

Indicatori della sicurezza

Per avere una misura sintetica del livello complessivo dello stato di salute e di benessere dei lavoratori, uno degli indicatori utilizzati è il tasso di assenteismo, che rapporta le ore di assenza registrate nel corso dell'anno al totale delle ore lavorabili previste.

In presenza di significative problematiche concernenti la salute o più in generale lo stato di benessere dei dipendenti, infatti, statisticamente si registra un aumento della frequenza e/o della durata delle assenze nel corso dell'anno.

Nel 2018, Tiscali ha registrato 3 infortuni sul luogo di lavoro e 9 infortuni in itinere, registrando un aumento del 50% rispetto al 2017.

Gli infortuni più significativi in termini di gravità sono stati registrati in itinere, in occasione di spostamenti da o verso i clienti, confermando come le pratiche di salute e sicurezza attuate all'interno di Tiscali siano valide ed efficaci. Gli infortuni registrati presso i siti Tiscali sono infatti attribuibili a disattenzione o a piccoli incidenti non riconducibili a eventuali mancanze dell'azienda nella tutela della sicurezza dei lavoratori.

In generale, in Tiscali, non vi è presenza di lavoratori dipendenti coinvolti in attività lavorative con un elevato tasso o rischio di malattie specifiche.

Di seguito sono rappresentati gli indicatori inerenti i temi della salute e della sicurezza, per l'anno 2018 e 2017.

Tabella 17 - Giorni di assenza e giorni persi suddivisi per genere⁸

n.giorni	Al 31 Dicembre 2017 ⁹			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Assenze	4.591	4.778	9.369	4.396	4.758	9.155
Giorni Persi	0	61	61	202	80	282

Tabella 18 - Infortuni e malattie professionali suddivisi per genere

n.casi	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Malattie professionali	0	0	0	0	0	0
Infortuni	0	8	8	6	6	12
<i>di cui mortali</i>	0	0	0	0	0	0

⁸ I giorni persi riportati in tabella derivano dai valori riportati nel cruscotto infortuni INAIL 2017 e 2018. Non sono quindi considerati, nel calcolo del totale giorni persi, i primi 3 giorni successivi all'infortunio.

⁹ In virtù di un perfezionamento nel processo di raccolta e calcolo, i dati relativi al 2017 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati all'interno della DNF 2017.

Tabella 19 - Tipologia di infortuni per genere

n.casi	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul luogo di lavoro	0	2	2	2	1	3
Infortuni in itinere	0	6	6	4	5	9
Totale	0	8	8	6	6	12

Tabella 20 - Ore lavorabili e ore lavorate per genere¹⁰

n.ore/giorni	Al 31 Dicembre 2017			Al 31 Dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Ore Lavorabili	630.943	656.696	1.287.639	544.469	589.841	1.134.310
Ore Lavorate	540.176	562.224	1.102.399	433.291	469.399	902.690
Giornate lavorabili	90.135	93.814	183.948	77.781	84.263	162.044

Tabella 21 - Indicatori salute e sicurezza per genere

Indicatori	Al 31 dicembre 2017 ¹¹			Al 31 dicembre 2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di gravità ¹²	-	0,09	0,05	0,37	0,14	0,25
Tasso di malattia professionale ¹³	-	-	-	-	-	-
Tasso di assenteismo ¹⁴	5,09	5,09	5,09	5,65	5,65	5,65
Tasso d'infortunio ¹⁵	-	14,23	7,26	13,85	12,78	13,29

¹⁰ I dati relativi alla suddivisione per genere delle ore lavorabili e lavorate dai dipendenti del Gruppo Tiscali sono frutto di stime effettuate secondo le migliori metodologie disponibili.

¹¹ In virtù di un perfezionamento nel processo di raccolta e calcolo, i dati relativi al 2017 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati all'interno della DNF 2017.

¹² L'Indice di gravità degli infortuni è il rapporto tra il totale dei giorni di lavoro persi a causa degli infortuni e il totale di ore lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000

¹³ Il Tasso di malattia professionale è il rapporto tra il numero di casi di malattia professionale e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000

¹⁴ Il Tasso di assenteismo è il rapporto tra il totale dei giorni di assenza e il totale dei giorni lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 100

¹⁵ Il Tasso di infortunio è il rapporto tra il numero totale di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000.000

VI – L’impatto ambientale

VI.1 – I consumi energetici e le emissioni di CO₂

Le attività antropiche hanno una crescente influenza sul clima e sulla temperatura terrestre, alimentando l’effetto serra e il riscaldamento globale. Poiché le aziende ICT e delle telecomunicazioni generano consumi di energia elettrica molto elevati, il tema dei cambiamenti climatici risulta essere molto rilevante per il settore.

Tiscali si impegna a salvaguardare l’ambiente programmando le proprie attività in una continua ricerca di equilibrio tra sviluppo dell’infrastruttura e salvaguardia dell’ambiente. Le azioni specifiche messe in atto sono volte a ridurre gli impatti ambientali e a proporre soluzioni tecnologiche rivolte alle persone e alle imprese per la realizzazione di una società digitale, più inclusiva e vivibile.



Consumo energetico

Il principale impatto ambientale di Tiscali è dovuto ai consumi energetici. Nel corso del 2017, il Gruppo ha condotto un piano di efficientamento in termini di risorse economiche ed organizzative per continuare a ridurre i propri impatti in questo ambito.

Il consumo di **energia elettrica** in Tiscali è determinato principalmente dai consumi dell’**infrastruttura di rete e del Data Center** per l’erogazione dei servizi: server, apparati e

impianti ausiliari posti nei locali tecnologici e nei siti wireless presenti su tutto il territorio italiano.

I consumi degli apparati tecnologici dei siti tecnici hanno registrato una significativa riduzione grazie ai progetti di efficientamento messi in atto sul Data Center di Cagliari, la cui realizzazione si è completata nel corso del 2017, mostrando effetti a regime dall'inizio del 2018.

I consumi dei siti wireless che, nel corso del 2017, avevano registrato un incremento legato all'evoluzione dalla tecnologia WiMax a quella LTE, si sono sostanzialmente attestati nel 2018 ai valori di fine 2017. A seguito della cessione a Fastweb del Ramo d'Azienda FWA, con il conseguente passaggio di gestione dei siti Wireless e delle Antenne installate, a partire dalla metà del mese di novembre 2018, i relativi consumi non rientrano più nel perimetro Tiscali; ciò comporta una sostanziale riduzione dei consumi energetici complessivi sulle sedi tecniche.

Tra i consumi energetici del Gruppo figura anche un limitato consumo di gasolio per l'autotrazione, legato alle attività di dirigenti e dipendenti il cui ruolo prevede contatti diretti con enti esterni con il conseguente utilizzo di vetture aziendali.

Il consumo di gasolio per il funzionamento dei gruppi elettrogeni presenti sui siti tecnici, necessari per garantire la continuità del servizio sulla rete in caso di temporanea interruzione della fornitura di energia elettrica, per la natura occasionale del funzionamento, si può ritenere trascurabile.

Tabella 22 – Totale consumi energetici per fonte del Gruppo Tiscali (GJ)

Fonti energetiche (GJ)	Al 31 dicembre 2017	Al 31 dicembre 2018
	Totale	Totale
Gasolio per autotrazione ¹⁶	5.175	4.420
Energia elettrica ¹⁷	85.554	77.747
<i>di cui acquistata</i>	85.554	77.747

Emissioni

Le emissioni nell'ambiente sono rappresentabili nelle seguenti categorie:

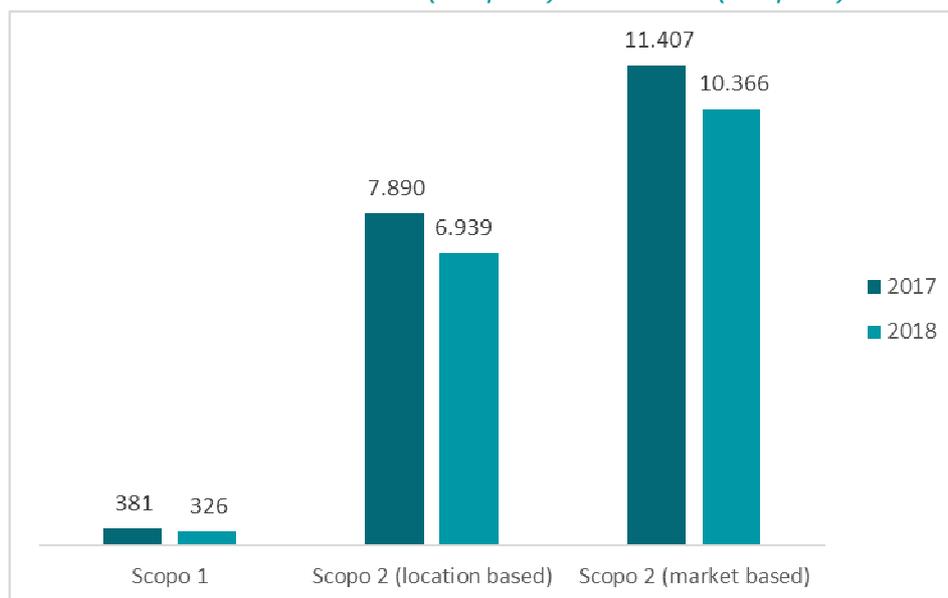
- **Emissioni dirette (Scopo 1):** emissioni dirette dovute ad attività di Tiscali o da essa controllate (ad esempio l'utilizzo di combustibili per riscaldamento/raffreddamento e per il trasporto);
- **Emissioni energetiche indirette (Scopo 2):** emissioni indirette derivanti dall'acquisto di energia elettrica.

¹⁶ Il dato relativo al consumo di gasolio è frutto di stima. In particolare si sono considerate le auto aziendali ipotizzando una percorrenza media di 40.000 km annui, con un consumo medio di un litro di gasolio per 15 km.

¹⁷ I consumi riportati in tabella si riferiscono all'energia elettrica direttamente acquistata dal distributore di energia elettrica; per completezza, si precisa che al funzionamento della Rete Tiscali concorrono anche i siti tecnici ospitati presso PoP di altri operatori, i cui assorbimenti sono inclusi forfettariamente nei canoni di locazione corrisposti e la cui entità non è nota a Tiscali.

Grazie alle iniziative di efficientamento energetico implementate dal Gruppo nel corso del 2017, e continuate nel 2018, le emissioni di CO₂ (Scopo 1) hanno registrato un calo del 15% rispetto all'anno precedente, per un totale di circa 326 tonnellate¹⁸. Allo stesso modo, le emissioni indirette (Scopo 2), applicando la metodologia di calcolo location based, hanno subito un calo del 12%, passando da 7.890 a 6.939 tonnellate di CO₂, mentre con il metodo market based¹⁹ si attestano a 10.336 tonnellate di CO₂ equivalente (-9% rispetto al 2017).

Totale emissioni dirette (Scopo 1) e indirette (Scopo 2)²⁰



Fattori di emissione utilizzati			
Energia elettrica (location based)	gCO ₂ /kWh	321,3	Fonte: ISPRA 2018
Energia elettrica (market based)	gCO ₂ e/kWh	480,0	Fonte: AIB – European Residual Mixes, 2017
Gasolio per autotrazione	Kg/l	0,84	Fonte: ABI Lab 2018
Gasolio per autotrazione	tCO ₂ /t	3,151	Fonte: ISPRA 2018

VI.2 – Iniziative di efficientamento energetico

Tiscali monitora i rischi per l'ambiente e per la comunità locale derivanti dallo svolgimento della propria attività, e, per gli impatti maggiormente significativi, ha messo in atto politiche e progetti di miglioramento e di mitigazione dei rischi stessi.

Progetti di efficientamento energetico sulla rete: il Data Center

Il completamento del progetto di **trasformation** del Data Center di "Sa Illetta", realizzato nel corso del 2017, nell'ambito del contratto di Information Technology Outsourcing, ha permesso di registrare da fine 2017 una forte riduzione sui consumi energetici, grazie ad interventi di

¹⁸ In virtù di un perfezionamento nel processo di calcolo, i dati relativi al 2017 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati all'interno della DNF 2017. Ai fini del calcolo delle emissioni di Scopo 1 del 2017 e del 2018, sono stati utilizzati i fattori di conversione segnalati all'interno dei documenti 2018 ABI Lab e ISPRA.

¹⁹ Ai fini del calcolo delle emissioni di Scopo 2 Market based del 2018, sono stati utilizzati i fattori di conversione segnalati all'interno del documento 2017 AIB European Residual Mixes. Si segnala che al fine di assicurare la comparabilità con i dati 2018, i valori relativi all'esercizio 2017 sono stati riesposti utilizzando la medesima fonte. Per i valori riportati nella DNF del 2017, si rinvia al documento pubblicato sul sito Internet del Gruppo investors.tiscali.it.

²⁰ Si segnala che, all'interno del grafico, i valori relativi a Scopo 1 e Scopo 2 Location based sono espressi in tonnellate di CO₂ mentre per lo Scopo 2 Market based sono espressi in tonnellate di CO₂ equivalente.

ammodernamento degli apparati, efficientamento e razionalizzazione degli stessi con l'adozione massiva di soluzioni di virtualizzazione.

Tale riduzione, che nel 2017 è stata del 5% su base annua rispetto al 2016, nel 2018, con l'entrata a regime della nuova soluzione, è stata più evidente, attestandosi al 10,4% rispetto al 2017 e al 15% rispetto al valore pre-intervento del 2016.

Tabella 23 – Riduzione del consumo energetico del Data Center²¹

Iniziativa	Al 31 dicembre 2018				
	Unità di misura	Consumo 2018	Baseline (consumi) 2017	Risparmio ottenuto	% Risparmio ottenuto
Progetto Data Center	kWh	14.035.403	15.657.087	1.621.684	10,4%
	GJ	50.527	56.366	5.838	

Mobilità sostenibile – Car sharing

Al fine di ridurre i consumi di energia, l'attenzione dell'azienda si è concentrata sulla gestione intelligente della mobilità: dal 2016 Tiscali ha promosso la riduzione dei viaggi facendo ricorso, ad esempio, alle videoconferenze per le riunioni e le attività di formazione.

Nel corso del 2018, l'azienda si è inoltre impegnata a **ridurre il numero di auto** della flotta aziendale privilegiando soluzioni di car pooling per gli spostamenti dei propri dipendenti dalla sede in ambito locale.

A tal proposito, a decorrere dalla metà di novembre 2018, Tiscali e la **società Paycar** hanno stipulato una convenzione atta a promuovere l'utilizzo del **car sharing** nell'ambito del Tiscali Campus.

Il parco macchine di Playcar, composto da autovetture, furgoni e minivan, è disponibile in vari quartieri della città di Cagliari. Sono attivi complessivamente 57 veicoli in 30 stazioni, di cui due presso la sede di Sa Illetta.

La convenzione prevede delle condizioni agevolate per i dipendenti di Tiscali S.p.A.

Il Car Sharing di Playcar è di tipo Station Based – Round Trip. L'utente può prenotare il veicolo tramite il sito web o l'applicazione per Android e iOS: al momento della prenotazione si deve indicare l'orario di inizio e quello di fine della prenotazione. Con questo sistema, al termine della propria prenotazione è necessario riportare il veicolo nella stazione dalla quale lo si è preso. Il costo orario è molto più basso rispetto al sistema di Free Floating (si lascia il mezzo dove si vuole) e consente di utilizzare il servizio anche per spostarsi fuori dall'area urbana. Inoltre, le auto Playcar possono entrare in qualsiasi momento della giornata nelle aree a traffico limitato (ZTL) e non sono soggette al pagamento dei parcheggi (stalli blu gratis) in tutta l'area del comune di Cagliari.

Tramite la collaborazione con Playcar, Tiscali si ripropone di sensibilizzare i dipendenti riguardo la mobilità sostenibile, nell'ottica di una maggiore tutela ambientale.

²¹ I valori riportati in tabella fanno riferimento ai consumi energetici della sede di Sa Illetta. Il Data Center impatta sul consumo totale circa l'83%, mentre i restanti edifici il 17%.

I vantaggi del car sharing derivano dalla maggiore razionalità nell'uso dei veicoli. Un'auto di proprietà rimane mediamente inutilizzata per 22 – 23 ore al giorno. In questo tempo, oltre ad occupare spazio, il possesso dell'auto determina dei costi fissi (acquisto e ammortamento, manutenzione, parcheggio, ecc.) che pesano per circa due terzi sul costo totale di gestione. Il car sharing permette di utilizzare i veicoli più razionalmente e per una quantità di tempo giornaliero maggiore. Con ciò diminuisce il numero di auto pro capite e lo spazio necessario per la loro sosta; inoltre, i costi fissi vengono suddivisi tra più utenti, con una conseguente riduzione delle spese individuali.

La tutela ambientale e la minimizzazione dello spazio occupato sono solo alcuni dei principali vantaggi ambientali. Le esperienze già consolidate hanno dimostrato come circa un quarto degli aderenti ha rinunciato ad un veicolo dopo essersi associato al servizio di car sharing e ciò significa che mediamente ogni veicolo condiviso sostituisce almeno quattro auto private.

Il pagamento correlato al reale uso, i servizi di mobilità gestiti dalle società di car sharing e i collegamenti con i servizi di trasporto pubblico, permettono agli aderenti di fare scelte più razionali e oggettive su quale sia il mezzo di trasporto adatto per ogni tipo di spostamento. Ciò produce, nelle esperienze ad oggi condotte, una riduzione dei chilometri annui percorsi del 40 – 80%, anche per coloro che, seppure in misura diversa, non possedevano un'auto ed erano soggetti trasportati o con auto in prestito.

Questo, evidentemente, si traduce in un minore inquinamento atmosferico e acustico e in una limitazione delle emissioni di anidride carbonica, il gas principale responsabile dell'effetto serra. Questi vantaggi in termini ambientali e di spazio urbano risparmiato producono quindi benefici economici per la collettività.

VI.3 – Emissioni elettromagnetiche

L'emissione di campi elettromagnetici può essere considerata una conseguenza del progresso e dello sviluppo tecnologico.

In natura è presente un basso livello di radiazioni non ionizzanti prodotto dal sole, dall'atmosfera e dalla terra stessa.

Le attività umane che prevedono l'utilizzo dell'elettricità hanno introdotto nell'ambiente apparati ed impianti che, quando in esercizio, sono sorgenti di campo elettromagnetico, il cui valore deve essere valutato affinché vengano rispettati i limiti di legge.

Le principali sorgenti di campo elettromagnetico in ambiente esterno ad alta frequenza sono rappresentate dagli impianti radiotelevisivi e da quelli sempre più avanzati per la telefonia cellulare; sorgenti di campo a bassa frequenza sono, invece, il complesso delle linee e delle cabine elettriche, i videoterminali e gli elettrodomestici, ovvero tutti gli apparecchi alimentati dalla corrente elettrica. Il tema delle emissioni elettromagnetiche è considerato molto importante per Tiscali.

Tutti i servizi offerti da Tiscali sono ammessi dalla normativa vigente e i valori delle sue emissioni sono inferiori ai limiti di legge.

Ad ogni installazione di una nuova antenna LTE, Tiscali fornisce una relazione con la documentazione tecnica necessaria alle Pubbliche Amministrazioni di competenza per l'emissione del parere sanitario preventivo nel rispetto delle vigenti norme e leggi in materia di impatto elettromagnetico, in quanto ogni impianto deve essere conforme ai limiti di esposizione, alle misure di cautela ed agli obiettivi di qualità di cui al Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri dell'8 luglio 2003 ed ai limiti di esposizione, ai valori di attenzione ed agli obiettivi di qualità di cui alla legge n.36 del 22/02/2001. Tiscali monitora costantemente il

livello delle proprie emissioni, le quali hanno sempre fatto registrare valori al di sotto della normativa vigente, che prescrive limiti decisamente più restrittivi di quelli applicati in Europa. Nel corso del 2018, Tiscali non ha riscontrato segnalazioni da parte dell'ARPA, l'ente incaricato di effettuare controlli periodici a campione o sulla base di eventuali segnalazioni.

LA SOSTENIBILITÀ DELLA SEDE DI SA ILLETTA

La progettazione della sede di Tiscali, costruita tra il 2002 e il 2003, è stata improntata a principi di sostenibilità ambientale anticipando la crescente attenzione al tema che si sarebbe poi sviluppata nel decennio successivo.

Gli uffici della sede principale di Tiscali, ubicata a ridosso di Cagliari in un contesto paesaggistico di pregio, sono stati oggetto di applicazione, grazie a un progetto di tesi universitaria, del protocollo LEED nel 2014, a distanza di più di dieci anni dalla loro costruzione. Con la sola introduzione di alcune buone pratiche, quali ad esempio il controllo sulla percezione del benessere microclimatico o l'installazione di stalli per biciclette, gli uffici di Tiscali otterrebbero un punteggio idoneo a qualificarli come complesso edilizio sostenibile dal punto di vista dell'impiego e del consumo delle risorse nonché della salubrità per i fruitori degli ambienti.



VII – Analisi di materialità – Definizione dei temi materiali

Tema materiale	Ambito	Principale stakeholder interessato	Boundary	Riconciliazione con GRI Standards
Copertura della rete e qualità del servizio	Innovazione tecnologica	Clienti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 203: Impatti economici indiretti
Digitalizzazione	Innovazione tecnologica	Clienti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica
Privacy e sicurezza dei dati	Clienti	Clienti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 418: Privacy dei consumatori
Trasparenza, affidabilità e marketing responsabile	Clienti	Clienti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica
Salute e sicurezza	Persone	Dipendenti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro
Occupazione e valorizzazione delle persone	Persone	Dipendenti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 401: Occupazione GRI 404: Formazione e istruzione
Diversità e pari opportunità	Persone	Dipendenti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 405: Diversità e pari opportunità
Rapporti con il territorio e le comunità locali	Persone	Dipendenti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 203: Impatti economici indiretti
Elettromagnetismo	Impatto ambientale	Collettività, Pubblica Amministrazione e Istituzioni	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica

Consumi energetici ed emissioni	Impatto ambientale	Collettività, Pubblica Amministrazione e Istituzioni	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 302: Energia GRI 305: Emissioni
Sostenibilità economica	Economici e di governance	Azionisti e comunità finanziaria	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 201: Performance economica
Etica e integrità	Economici e di governance	Tutti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 205: Anticorruzione GRI 419: Conformità socio-economica
Lotta alla corruzione	Economici e di governance	Tutti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 205: Anticorruzione
Gestione responsabile degli approvvigionamenti	Economici e di governance	Fornitori	Tutte le società comprese nel perimetro / fornitori, business partner	GRI 103: Gestione della tematica GRI 204: Pratiche di approvvigionamento

VIII – GRI Content Index

GENERAL STANDARD DISCLOSURE			
GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	PAGINA	NOTE/RAGIONI DI OMISSIONE
Profilo dell'organizzazione			
102-1	Nome dell'organizzazione	1	
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	8-9	
102-3	Sede principale	1	
102-4	Aree geografiche di operatività	9-11	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	1,8,23	
102-6	Mercati serviti	9-11	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	8,12,23	
102-8	Caratteristiche della forza lavoro	45-46	
102-9	Catena di fornitura dell'organizzazione	31-32	
102-10	Cambiamenti significativi dell'organizzazione e della catena di fornitura	5-6,16-18	
102-11	Applicazione dell'approccio prudentiale alla gestione dei rischi	29	
102-12	Iniziative esterne		Non presenti
102-13	Partecipazione ad associazioni	24-26,42	
Strategia			
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	3-4	
Etica e integrità			
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione	8-9	
Governance			
102-18	Struttura di governo dell'Organizzazione	19-23	
Stakeholder engagement			
102-40	Elenco degli stakeholder	26-27	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva		La totalità dei dipendenti è coperta da accordi collettivi di contrattazione
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	26-27	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	26-27	
102-44	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	26-27	
Pratica di reporting			
102-45	Entità incluse nel Bilancio Consolidato	5-6	

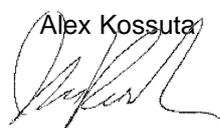
102-46	Definizione dei contenuti del report e del perimetro dei topic materiali	5-6	
102-47	Elenco dei topic materiali	28	
102-48	Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report	5-6	
102-49	Cambiamenti significativi in termini di topic materiali e loro perimetro		Nessun cambiamento di topic materiali e loro perimetro
102-50	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	5-6	
102-51	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	5-6	
102-52	Periodicità di rendicontazione	5-6	
102-53	Contatti per informazioni sul report	5-6	
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	5-6	
102-55	Indice dei contenuti GRI	63-66	
102-56	Attestazione esterna	67	
TOPIC-SPECIFIC STANDARD			
GRI 200: ECONOMIC SERIES (2016)			
Topic: Performance economica			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	30-31,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	30-31	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,30-31	
GRI-201: Performance economica (2016)			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	31	
Topic: Impatti economici indiretti			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	33-35,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	33-35	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,33-35	
GRI-203: Impatti economici indiretti (2016)			
203-2	Impatti economici indiretti significativi	33-35	
Topic: Pratiche di approvvigionamento			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	31-32,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	31-32	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,31-32	
GRI-204: Pratiche di approvvigionamento (2016)			
204-1	Porzione della spesa da fornitori locali	32	
Topic: Anticorruzione			

GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	22-23,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	22-23	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,22-23	
GRI-205: Anticorruzione (2016)			
205-3	Casi di corruzione accertati e azioni intraprese		Non si sono verificati episodi di corruzione nel corso del 2018
GRI 300: ENVIRONMENTAL SERIES (2016)			
Topic: Energia			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	55-60,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	55-60	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,55-60	
GRI-302: Energia (2017)			
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	56	
302-4	Riduzione del consumo di energia	58	
Topic: Emissioni			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	56-57,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	56-57	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,56-57	
GRI-305: Emissioni (2016)			
305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra (Scopo 1)	57	
305-2	Emissioni indirette di gas a effetto serra (Scopo 2)	57	
GRI 400: SOCIAL SERIES (2016)			
Topic: Occupazione			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	43-49,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	43-49	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,43-49	
GRI-401: Occupazione (2016)			
401-1	Nuovi assunti e turnover del personale	47	
401-3	Congedo parentale	48-49	
Topic: Salute e sicurezza sul lavoro			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	52-54,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	52-54	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,52-54	

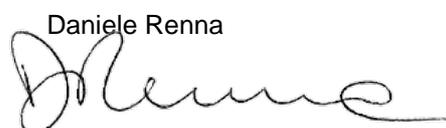
GRI-403: Salute e sicurezza sul lavoro (2016)			
403-2	Tipologie di infortuni e tassi di infortunio, malattie professionali, giorni persi e assenze e numero di decessi correlati al lavoro	53-54	
Topic: Formazione e istruzione			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	50,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	50	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,50	
GRI-404: Formazione e istruzione (2016)			
404-1	Ore medie di formazione per anno e per dipendente	50	
Topic: Diversità e pari opportunità			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	19,43-52,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	19,43-52	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,19,43-52	
GRI-405: Diversità e pari opportunità (2016)			
405-1	Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	19,43-52	
Topic: Privacy dei consumatori (2016)			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	39-41,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	39-41	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,39-41	
GRI-418: Privacy dei consumatori (2016)			
418-1	Reclami riguardanti la violazione della privacy e la perdita dei dati dei clienti	41	
Topic: Conformità socio-economica (2016)			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	24-26,61-62	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	24-26	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6,24-26	
GRI 419-1: Conformità socio-economica (2016)			
419-1	Non compliance a regolamenti e leggi in materia sociale ed economica	25	

Cagliari, 29 marzo 2019

L'Amministratore Delegato

Alex Kossuta


Il Dirigente Preposto alla Redazione
 dei Documenti Contabili Societari

Daniele Renna


IX – Relazione della Società di revisione
