



# TISCALI

## **Bilancio di Sostenibilità 2019**

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

**Gruppo Tiscali**

Data di emissione: 31 dicembre 2019

Il presente documento è disponibile sul sito internet della Società all'indirizzo [www.tiscali.it](http://www.tiscali.it)

**Tiscali S.p.A.**

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

Capitale Sociale € 46.355.159,37

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

## SOMMARIO

Lettera dell'Amministratore Delegato agli stakeholder .....	4
Nota Metodologica .....	7
I – Gruppo Tiscali: profilo, mission e valori .....	9
I.1 – I servizi offerti .....	9
I.2 – La struttura del Gruppo.....	10
I.3 – Mission e valori .....	11
I.4 – I mercati di riferimento di Tiscali .....	12
I.5 – Highlights.....	16
I.6 – La storia e l'attuale strategia di business .....	17
II – Governance e sostenibilità .....	27
II.1 – Governance.....	27
II.2 – Sistema di controllo interno e gestione dei rischi.....	29
II.3 – Azionariato.....	32
II.4 – Il contesto regolamentare e competitivo .....	33
II.5 – Le norme volontarie: la politica delle certificazioni.....	35
II.6 – Mappatura degli stakeholder e analisi di materialità.....	37
II.6.1 – Principali rischi di sostenibilità.....	40
II.7 – Valore economico generato e distribuito.....	42
II.8 – Catena di fornitura .....	44
III – Innovazione tecnologica .....	46
III.1 – Sviluppo rete fisso-mobile: copertura e accessibilità alla rete ultrabroadband .....	46
III.2 – Progetto di trasformazione digitale interna Tiscali 4.0 .....	49
IV – I Clienti .....	51
IV.1 – Offerta commerciale e marketing responsabile .....	51
IV.2 – Customer satisfaction .....	54
V – Le Persone .....	60
V.1 – Ristrutturazione aziendale e salvaguardia dell'occupazione .....	61
V.2 – Composizione del personale e pari opportunità.....	62
V.3 - Formazione .....	69
V.4 - Il welfare di Tiscali .....	70
V.5 – Valutazione delle performance .....	71
V.6 – La salute e la sicurezza dei lavoratori.....	72
VI – L'impatto ambientale.....	75
VI.1 – La certificazione ambientale ISO 14001.....	75
VI.2 – I consumi energetici e le emissioni di CO <sub>2</sub> .....	77

VI.3 – Iniziative di efficientamento energetico .....	80
VI.4 - Azioni intraprese nel 2019 aventi impatto sulla sostenibilità ambientale.....	83
VII – Analisi di materialità – Definizione dei temi materiali.....	85
VIII – GRI Content Index.....	87
IX – Relazione della Società di revisione .....	92

## ***Lettera dell'Amministratore Delegato agli stakeholder***

---

Gentilissime/i,

Quest'anno il Bilancio di Sostenibilità di Tiscali segna un importante traguardo, che ci rende molto orgogliosi: il 17 dicembre scorso abbiamo infatti ottenuto la certificazione ISO 14001 per la Gestione Ambientale, a conclusione di un percorso virtuoso premiante.

Tiscali considera la gestione degli **Impatti ambientali** una delle aree principali del proprio impegno, unitamente all'**Innovazione tecnologica**, ai **Clienti**, alle **Persone** ed alla **Governance**, che insieme rappresentano i 5 punti cardine del nostro Bilancio di Sostenibilità.

**La gestione ambientale**, secondo la certificazione ISO 14001, rappresenta il passaggio dal semplice rispetto delle leggi ad una gestione integrata delle attività, volta alla prevenzione e al miglioramento di tutto ciò che riguarda l'impatto ambientale.

Consapevoli della crescente influenza sul clima e sulla temperatura terrestre delle attività antropiche e dell'impatto che hanno in particolare le aziende ICT e delle telecomunicazioni in termini di consumi di energia elettrica, stiamo perseguendo con determinazione la strada per trovare un equilibrio tra sviluppo dell'infrastruttura e salvaguardia dell'ambiente.

Tale impegno si esprime attraverso molteplici iniziative avviate negli anni passati, ma intensificatesi nel 2019: progetti di efficientamento del Data Center di Cagliari, azioni di forte sensibilizzazione del personale con l'introduzione della raccolta differenziata e la distribuzione gratuita di acqua potabile e borracce in alluminio, la graduale dismissione della plastica ovunque possibile, a partire dai servizi di refezione interna (bar, mensa, distributori automatici), la promozione di sistemi di mobilità sostenibile con l'incentivazione dell'utilizzo dei mezzi pubblici e con la sottoscrizione di partnership per il car sharing e il car pooling, utilizzo di video conference per limitare gli spostamenti esterni.

All'inizio del 2020 abbiamo firmato un accordo con una importante realtà italiana per la realizzazione di un impianto fotovoltaico sui tetti del nostro Campus a Sa Illetta, che permetterà un risparmio di circa 291 tonnellate di CO<sub>2</sub> all'anno.

Nel 2019 Tiscali ha confermato la sua vocazione di **società appassionata di innovazione tecnologica**, avviando al suo interno diversi processi di trasformazione digitale. Questi processi riguardano in special modo le attività di acquisizione clienti e le modalità di risposta al cliente, nell'ottica di assicurare un'esperienza di acquisto e fruizione ancora più semplice e affidabile.

La nostra ultraventennale missione di offrire a tutti uguale e libero accesso alla vita digitale si è ulteriormente concretizzata, grazie alla possibilità di disporre di una delle più ampie coperture di rete sul territorio italiano, frutto degli accordi con tutti gli operatori proprietari di rete fissa e wireless. Molti di questi accordi sono stati perfezionati o ampliati nel corso del 2019.

L'anno passato ci ha visto confermare uno degli altri obiettivi che ci siamo prefissati: porre la libertà e la trasparenza al centro di ogni proposta commerciale, lasciando appunto liberi i **clienti** di disdire in qualsiasi momento, senza vincoli e penali.

La stessa attenzione e predisposizione all'ascolto la poniamo nei confronti delle **persone** che lavorano con noi, all'interno e all'esterno del perimetro della nostra organizzazione. Abbiamo per esempio intensificato le politiche di sostegno alla genitorialità, grazie ad un contributo per la frequenza del nido aziendale dei figli dei nostri dipendenti, nido aperto anche alle altre aziende che operano nel campus di Sa Illetta.

Da sempre siamo contro ogni forma di discriminazione ed esprimiamo questo valore fondante non solo nelle attività quotidiane, ma anche nella nostra comunicazione, sempre improntata al rispetto di tutte le diversità, che noi consideriamo una ricchezza.

Siamo particolarmente orgogliosi, inoltre, di sottolineare che siamo l'unica azienda italiana quotata in Borsa ad aver nominato, nel giugno di quest'anno, un Consiglio di Amministrazione a prevalenza femminile.

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

Da ultimo, alcune considerazioni sull'emergenza Covid19.

A partire dal mese di gennaio 2020, lo scenario nazionale e internazionale è stato caratterizzato dalla diffusione del Coronavirus ("Covid 19") e dalle conseguenti misure restrittive per il suo contenimento, poste in essere da parte delle autorità pubbliche dei diversi Paesi. Tale emergenza ha avuto, e sta ancora avendo impatti significativi sulla vita delle persone, sulla salute pubblica e sui sistemi economici in ognuno dei Paesi colpiti dal coronavirus.

Così come il resto del Paese, anche Tiscali è stata impattata dalla pandemia.

La Società si è attivata fin dalla fine di febbraio per contenere i rischi adottando una serie di misure e di provvedimenti finalizzati al contenimento della possibile diffusione del virus e alla salvaguardia della salute dei propri dipendenti, una priorità assoluta per la Società.

In particolare, si è proceduto all'adozione massiva dello smartworking, introducendo rapidamente tale misura per la quasi totalità dell'organico, incluse le risorse del customer care.

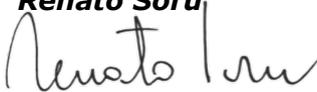
Gli Amministratori hanno effettuato un'analisi dei possibili impatti economico finanziari di tale emergenza sulla Società e hanno predisposto un documento di gestione e risposta a tali rischi. Pur in presenza di una situazione di incertezza connessa all'esistenza di variabili esogene non controllabili - che potrebbero fare realizzare risultati peggiori di quelli previsti - gli Amministratori ritengono che l'equilibrio patrimoniale e finanziario di breve termine e la continuità aziendale ad esso connessa non sia a rischio, data la strategicità dei servizi offerti dalla Società.

Per ulteriori dettagli in merito all'approccio intrapreso dalla Società rispetto all'emergenza Covid e relativo impatto su Tiscali si rinvia alla Relazione Finanziaria Annuale 2019, pubblicata contestualmente alla presente Dichiarazione Non Finanziaria, e al Capitolo V - *Le Persone*, del presente documento.

Con queste poche righe abbiamo voluto riassumere i punti salienti del nostro Bilancio di Sostenibilità 2019, che potrete leggere integralmente nelle pagine seguenti.

L'Amministratore Delegato

**Renato Soru**



## ***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 2019 (dal 1 gennaio al 31 dicembre).

Il presente documento rappresenta la terza Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario ("DNF" o "Bilancio di Sostenibilità") del Gruppo Tiscali (di seguito anche "Tiscali" o il "Gruppo").

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 2019 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 e 2019, 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 2019 risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato 2019 del Gruppo Tiscali. Si segnala che in data 31

gennaio 2020 le controllate Vevisible S.r.l. e Aria S.r.l. sono state fuse per incorporazione in Tiscali Italia S.p.A.. Per maggiori informazioni si rimanda alla Relazione sulla gestione del Gruppo.

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 2019. 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.

Il Bilancio di Sostenibilità è stato presentato e approvato dal Consiglio di Amministrazione di Tiscali S.p.A. in data 27 aprile 2020.

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 [tiscali.com](http://tiscali.com), nella sezione "Documenti" - "Bilanci e relazioni". Copie cartacee del Bilancio di Sostenibilità 2019 sono disponibili presso la Società, e possono essere richieste via mail al seguente indirizzo: [iloi@tiscali.com](mailto:iloi@tiscali.com) (Investor Relator).

## ***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**

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

Attraverso una rete basata su tecnologia IP, Tiscali fornisce ai suoi clienti un’ampia gamma di servizi: accesso Internet in modalità Broadband Fisso e Broadband Fixed Wireless, servizi mobile (voce e dati) e servizi digitali a valore aggiunto, servizi B2B, attività media attraverso il portale Tiscali.it. L’offerta dati include anche servizi voce (VOIP).

Tiscali ha continuato a commercializzare i servizi Broadband Fixed Wireless in continuità con gli esercizi precedenti in seguito all’Accordo Wholesale stipulato con Fastweb successivamente alla cessione alla stessa Fastweb del ramo d’azienda LTE nel novembre 2018

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*<sup>1</sup>;
- 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:

---

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

- Il portale [www.tiscali.it](http://www.tiscali.it), uno dei principali portali italiani che nel 2019 ha avuto un traffico complessivo medio mensile di oltre 206,2 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.

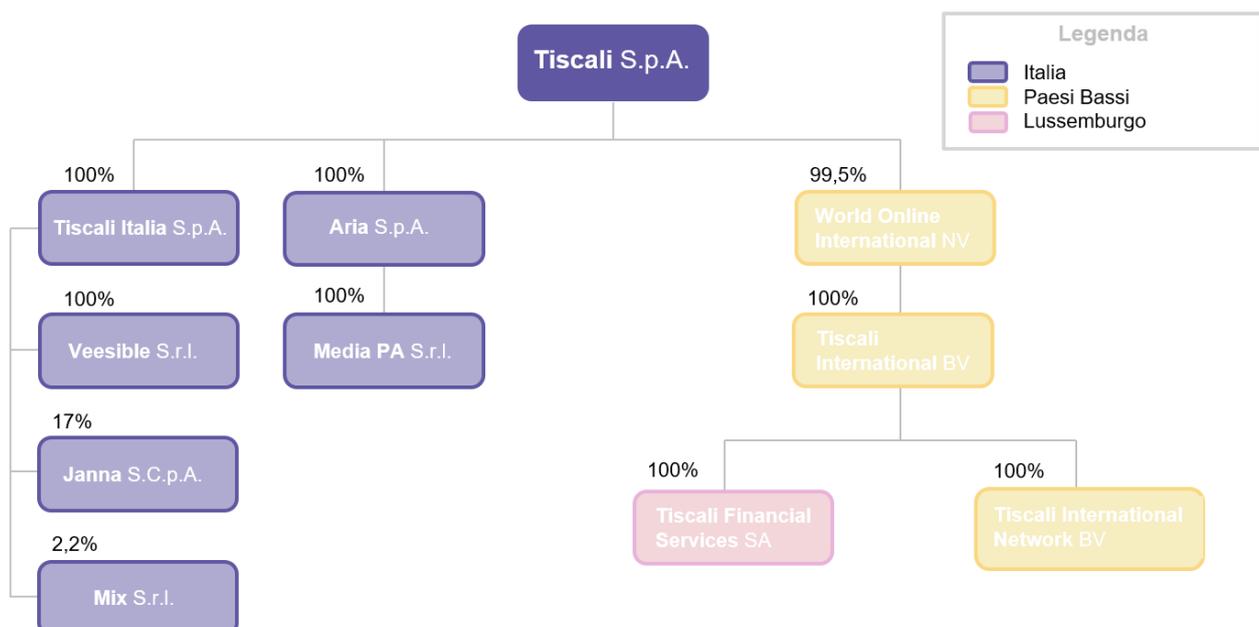
Tiscali distribuisce i propri prodotti e servizi dedicati al mercato residenziale e *business* attraverso l'integrazione di diversi canali di vendita:

- 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;
  - 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 2019, il Gruppo Tiscali risulta così strutturato:



Si segnala che in data 31 gennaio 2020 le controllate Vevisible S.r.l. e Aria S.r.l. sono state fuse per incorporazione in Tiscali Italia S.p.A..

### I.3 – Mission e valori

In relazione al cambio di governance avvenuto nel maggio 2019, grazie all'acquisizione da parte di Amsicora s.r.l. del 22,059% del capitale sociale, e della conseguente nomina di Alberto Trondoli quale Presidente del Consiglio di Amministrazione e di Renato Soru quale Amministratore Delegato della Società, Tiscali è tornata ad essere una società italiana, ed il suo fondatore è tornato alla guida della Società (per maggiori dettagli relativi al cambio di governance si veda il par. *Principali eventi e risultati ottenuti nel corso del 2019 e attuale strategia di business*).

Dopo l'assunzione della carica di AD, Renato Soru ha provveduto a lanciare il nuovo logo della Società, il quale torna al colore viola, che ha contraddistinto il logo Tiscali fin dalle origini, aggiungendo un nuovo simbolo "//" che ricorda la scrittura delle URL degli indirizzi internet, allo scopo di evocare il ruolo di protagonista che Tiscali ha avuto nella storia di Internet in Italia.

Anche il sito [www.tiscali.com](http://www.tiscali.com) ha una veste grafica completamente rinnovata, che rispecchia la nuova identità visiva della Società e si propone di raccontare ad azionisti, investitori e a tutti gli stakeholders qual è la mission di Tiscali e i nuovi valori della Società.

La **Mission** di Tiscali è quella di **offrire a tutti uguale e libero accesso alla vita digitale**, e i nuovi valori della Società sono i seguenti:

Amiamo i nostri clienti

Diamo valore alle  
diversità

Ci appassiona  
l'innovazione

Lavoriamo insieme per  
migliorare il mondo

Forti dell'ultraventennale bagaglio di esperienza come pionieri di Internet e first mover, Tiscali intende proseguire da protagonista della rivoluzione digitale che con sempre maggiore forza investirà l'Italia nei prossimi anni. Libertà e trasparenza sono da sempre al centro della proposta commerciale del Gruppo, accompagnate da semplicità e innovazione.

Per questo, Tiscali si impegna ad offrire ogni giorno un servizio clienti sempre più attento e puntuale, promuovendo al contempo stili di vita e di lavoro sostenibili, a partire dalla gestione della propria sede di Sa Illetta (si veda il **Capitolo VI – Impatto ambientale**).

#### **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 31,6 miliardi<sup>2</sup>. In particolare, Tiscali opera nel mercato dei servizi a banda larga fisso e mobile e nel mercato advertising online.

##### **Mercato banda larga fisso**

Il mercato del broadband fisso, principale mercato di riferimento per Tiscali, a settembre 2019 (fonte Autorità per le garanzie nelle comunicazioni – AGCOM ultimi dati disponibili per il mercato) ha raggiunto i 17,4 milioni di accessi con un aumento su base annua di 0,4 milioni di unità. L'aumento continua ad essere trainato dagli accessi Broadband sviluppati su tecnologie alternative all'ADSL tradizionale, in particolare Fibra e Broadband Fixed Wireless, che hanno raggiunto, a settembre 2019, 9,9 milioni di accessi, in crescita di 2,1 milioni rispetto a settembre 2018 e rappresentano il 57% delle linee broadband complessive, mentre nello stesso periodo risulta diminuita la componente DSL tradizionale di 1,75 milioni di unità. In questo settore si evidenzia la dinamica degli accessi NGA (in tecnologia FTTC e FTTH): gli accessi in tecnologia FTTC (fibra su rete mista rame) crescono in un anno del 29,2% raggiungendo 7,48 milioni di unità grazie all'aumento dei servizi wholesale di TIM mentre gli accessi in FTTH aumentano in misura maggiore pari al 46,1% e a fine settembre hanno superato 1,1 milione di unità con una crescita di 350 mila accessi su base annua grazie in particolare alla crescita dei servizi offerti da Open Fiber ed ai processi di migrazione verso soluzioni di accesso FTTH proposte da TIM. Crescono anche gli accessi FWA che a fine settembre si attestano a 1,29 milioni di linee con una crescita del 9,6% su base annua.

Sulla base dei dati AGCOM, la quota di mercato nell'ultra broadband al 31 settembre 2019 di Tiscali è al 2,6%, sostanzialmente stabile su base annua mentre la quota di mercato di TIM (43,3%) si riduce di 1,1 punti percentuali su base annua, segue Vodafone con il 16,3% in crescita di 0,9 p.p., Fastweb (15%) e Wind Tre (14,2%).

<sup>2</sup> Fonte: Relazione Annuale sull'attività svolta e sui programmi di lavoro, AGCOM 2019.

Tiscali, nel corso del 2019 ha proseguito con la strategia di sviluppo del mercato in Fibra sopra descritto attraverso la focalizzazione sulle offerte alto performanti, fino a 1.000 Mbit/s (FTTH), e sulle offerte in Fibra mista rame (FTTC). Il numero dei clienti in Fibra è aumentato in misura significativa nel corso dell'anno, più che raddoppiato, passando da circa 79,1 mila unità a dicembre 2018 a 163,7 mila unità a dicembre 2019 (+107%), a conferma della focalizzazione della Società sullo sviluppo dei servizi in Fibra. Tali offerte oggi rappresentano la quasi totalità delle nuove acquisizioni. Si mantiene la presenza nel mercato Broadband Fixed Wireless con offerte fino a 100 Mbit/s e previsione di ampliamento della copertura grazie all'accordo wholesale con Linkem.

La crescita delle linee Ultrabroadband si riflette anche nella tipologia degli accessi Tiscali: nel segmento con velocità superiori ai 100 Mbit/s -che a settembre 2019 su base annua aumenta di 1,8 milioni di unità per un totale di 6,5 milioni (pari al 37,5% del totale) - Tiscali ha una market share che registra una sensibile crescita su base annua passando da 1,3% a 2,8% a settembre 2019. Questo segmento è inoltre quello che conta un maggior tasso di crescita, pari al 37,4% su base annua.

In linea con la strategia di sviluppo del mercato in Fibra e con la missione dell'Azienda di garantire a tutti i cittadini il diritto all'accesso a servizi internet ultra veloci si inquadrano gli importanti accordi volti ad ampliare il mercato potenziale, di cui si forniscono i dettagli nel successivo paragrafo 4.2..

### **Mercato banda larga mobile**

Il mercato italiano dei servizi mobile a settembre 2019 (fonte AGCOM) registra una crescita nel numero totale di linee di 0,5 milioni di unità su base annua: 104,1 milioni di SIM contro i 103,6 milioni di settembre 2018 di cui 22,6 milioni di unità sono sim "M2M" (Machine To Machine) pari al 21,7% del totale, con una crescita di 3,3 milioni su base annua; 77,4 milioni sono sim "human" che effettuano traffico "solo voce" e "voce+dati", e risultano in flessione di 2,7 milioni di unità su base annua e in flessione di 0,9 milioni su base trimestrale.<sup>3</sup>

Con riferimento alle sim complessive Tim, pur in flessione assieme a Vodafone e Wind Tre di poco staccate, si conferma market leader a quota 30%. Iliad e Poste Mobile detengono quote significativamente inferiori e rispettivamente pari al 4,4% e al 4,2%, mentre le offerte low cost di "Kena Mobile" e "ho" (offerte low cost dei gruppi Tim e Vodafone) nel complesso hanno superato i 2,6 milioni di clienti. Con riguardo al segmento "human" Wind3 pur rimanendo il principale operatore con il 30,7% perde 2,5 punti percentuali.

---

<sup>3</sup> Fonte: osservatorio sulle comunicazioni, AGCOM n4/2019.

Nel segmento MVNO in cui opera Tiscali e che rappresenta l'11,2% delle sim Human pari a circa 8,7 milioni, il primo operatore è Poste Mobile con una quota del 47,3%.

Sul mercato mobile Tiscali ha registrato una crescita del portafoglio dei clienti che si attesta a circa 244,7 mila unità al 31 dicembre 2019, con un incremento del 23,3% rispetto al 31 dicembre 2018 (circa 198 mila clienti). L'incremento dei clienti mobile si è realizzato nonostante l'aumento generale della pressione competitiva in seguito all'ingresso del nuovo operatore Iliad, nonché alla concorrenza degli operatori virtuali Kena e Ho.

Il traffico dati complessivo da inizio anno a settembre su rete Mobile, risulta in aumento del 60,4% rispetto ai primi nove mesi del 2018. Su base annua i consumi medi unitari mensili crescono più del 60% e sono pari a 6,31 Giga/mese a settembre 2019, trainati dal crescente utilizzo di applicazioni video, streaming e on-demand.

Per competere in questo mercato, Tiscali è passata dal mese di dicembre 2019 dal 3G al 4G con velocità fino a 150 Mbps differenziandosi da operatori mobile low cost che offrono una tecnologia 4G "Basic" con velocità fino a 30 Mbps. Le offerte introdotte consentono di competere sul mercato in termini di traffico dati e voce mantenendo un posizionamento di trasparenza verso i clienti finali grazie all'assenza di vincoli e costi nascosti.

La nuova offerta mobile è disponibile in 7.465 Comuni italiani, che rappresentano il 98,2% della copertura nazionale, la più estesa d'Italia.

### **Mercato Advertising online**

Il mercato della pubblicità online ha registrato nel 2019 un risultato complessivo in crescita dell'+3,5% generato, come negli anni precedenti, dalla crescita degli investimenti della componente smartphone (questo device secondo quanto rilevato da FCP, passa da un peso del 26,78% nel 2018 a un peso del 33,62% nel 2019 con un valore assoluto che supera i 164 milioni di euro su un totale mercato di quasi 490 milioni di euro).

La raccolta sul segmento web tradizionale desktop e tablet continua a registrare anche quest'anno una flessione dell'-6,6%.

Il *Mobile advertising* rimane uno dei principali *driver* futuri di crescita del mercato, anche se gli investimenti non rispecchiano la crescita del tempo speso dagli utenti e dell'audience generata dallo smartphone rispetto ai pc tradizionali (Audiweb dicembre 2019: 29,7 milioni di utenti unici mobile nel giorno medio contro 9,4 milioni di utenti unici pc, sempre nel giorno medio).

Nella prima parte del 2019 gli investimenti pubblicitari hanno risentito dell'assenza di eventi sportivi di rilievo presenti invece nel 2018, mentre gli ultimi mesi dell'anno hanno recuperato le perdite dei primi mesi e avuto un andamento sempre in crescita rispetto al 2018. Le crescite mese su mese sono state rispettivamente pari a: agosto +12,6%, settembre +2%, ottobre +2,8%, novembre +8,1% e dicembre +5,4%.

La previsione di lungo periodo auspica una crescita nei prossimi anni, soprattutto grazie alla crescita attesa per i segmenti del mobile advertising e all'ingresso sul mercato di nuovi investitori del mondo dell'e-retail e del mondo delle startup. Per quel che riguarda in particolare i formati pubblicitari, gli investimenti sui formati video e mobile hanno ancora margine di crescita e nuovi investimenti potrebbero essere generati dallo sviluppo della convergenza tra smart tv e Internet.

Per quanto riguarda l'attività del portale, si segnala che durante il 2019 Tiscali ha iniziato un'attività di ricerca di potenziali partner editoriali con in quali attivare delle collaborazioni sulla creazione di contenuti tematici per arricchire l'offerta editoriale del portale. Questa attività si sta concretizzando nel 2020, in particolare si partirà con una collaborazione nell'ambito dei Motori. L'obiettivo è ampliare sempre di più queste collaborazioni nell'arco dei prossimi mesi.

## I.5 – Highlights

### Copertura rete dalla fine del 2019:

**rete fixed wireless access:** 20,9 milioni di famiglie e imprese coperte

**Fibra:** 20 milioni di famiglie e imprese coperte

**1.838** punti vendita attivi

sull'intero territorio nazionale

**di cui 22 monomarca**

**668 mila** utenti, di cui:

**381** mila con accesso broadband fisso

**42** mila con accesso fixed wireless

**245** mila clienti mobili MVNO

**536** dipendenti

di cui 528 in **Sardegna**

**€ 142,6** milioni\*

ricavi totali

**€ 25,6** 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

2004-2007

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

## 2019

Nel maggio 2019 la quota di maggioranza relativa della Società viene acquisita da Amisicora s.r.l e Renato Soru, fondatore di Tiscali, torna alla guida della Società come Amministratore Delegato. Le principali funzioni organizzative vengono ristrutturare, viene lanciato il nuovo logo, e dato impulso all'attività commerciale e di marketing. Vengono stipulati nuovi accordi con Linkem e Tim che, insieme all'estensione dell'accordo con Open Fiber, consentono a Tiscali di ottenere un significativo incremento della copertura di rete e di offrire nuovi servizi più performanti alla clientela. Tiscali rafforza la propria struttura finanziaria e patrimoniale, grazie all'incasso del corrispettivo dell'Operazione Fastweb, alla stipula gli Accordi di Ristrutturazione del Debito Senior e del Debito Sa Illetta, all'emissione di un bond convertibile per 10,6 milioni di Euro.

## Principali eventi e risultati ottenuti nel corso del 2019 e attuale strategia di business

Nel 2018 e sino a marzo 2019 il Gruppo Tiscali è stato impegnato in una serie di attività quali i) l'ottenimento della proroga sulla licenza relativa allo spettro di frequenza 3.5 Ghz di cui era titolare, ii) la conclusione di un accordo di cessione in favore di Fastweb (l'“Operazione Fastweb”) della licenza per il diritto d'uso per 42 Mhz nella banda 3.5 Ghz e del ramo di azienda Fixed Wireless Access (FWA”), iii) la negoziazione con gli istituti bancari (Intesa San Paolo e BancoBPM) controparti del finanziamento Senior in essere e le società di leasing controparti del contratto di leasing su “Sa Illetta” (Mediocredito Italiano e Unicredit Leasing) volta all'ottenimento di un accordo di ristrutturazione del debito senior e del leasing “Sa Illetta” (gli “Accordi di Ristrutturazione del Debito Finanziario”) effettivamente ottenuta con la sigla degli Accordi di Ristrutturazione del Debito Finanziario stipulati in data 28 marzo. Tali attività, unitamente alla scarsità delle risorse finanziarie a disposizione e all'incertezza sull'evoluzione futura del Gruppo, hanno limitato l'azione operativa nei primi mesi del 2019.

Con l'incasso dell'ultima parte di prezzo legata all'Operazione Fastweb (nel luglio 2019) e con la firma degli Accordi di ristrutturazione del Debito Finanziario (marzo 2019), che hanno determinato una significativa immissione di risorse finanziarie e un **rafforzamento complessivo della struttura finanziaria** del Gruppo, la Società ha ridefinito e avviato l'attuazione di un nuovo percorso di sviluppo, basato **sulla rifocalizzazione della Società sul proprio Core Business, ovvero la vendita di servizi BroadBand e UltraBroadband Fissi, Fixed Wireless e Mobili** alla clientela retail Consumer, SOHO e SME, adottando un modello operativo che si focalizza sulla capacità di sviluppo di nuovi servizi, sulle attività di Marketing e Vendita e sull'eccellenza nella gestione del cliente, efficientando le attività di gestione delle infrastrutture di rete e conseguentemente gli impegni di investimento in coerenza con dimensioni e capacità di investimento dell'azienda e mutato contesto tecnologico e di mercato (Fibra, 5G).

Il nuovo modello operativo è stato ulteriormente implementato e promosso dalla nuova compagine manageriale che ha assunto la guida della Società in seguito al **cambio di governance** avvenuto nel maggio 2019. È stato lanciato un nuovo logo e sono stati effettuati investimenti pubblicitari a sostegno del brand e delle **nuove offerte commerciali**, orientate alla missione della Società di garantire a tutti i cittadini il diritto all'accesso a servizi internet ultra veloci, tramite lo sviluppo del mercato in **Fibra**. La piena attuazione degli accordi commerciali con Fastweb stipulati nel novembre 2018 e altri accordi stipulati con altri operatori nel luglio e dicembre 2019 (Tim, Open Fiber e Linkem), hanno consentito, infatti, di ampliare e rafforzare il mercato indirizzabile e l'offerta commerciale di Tiscali, in particolare

nelle offerte di servizi Fibra ad altissime prestazioni (offerta *Ultrabroadband Fibra* con velocità fino a 1 Giga) e Mobile 4G (con velocità fino a 150 Mbps). Per dettagli sugli accordi stipulati si rinvia al punto A) del presente paragrafo.

Inoltre, nel secondo semestre 2019, il significativo apporto di risorse finanziarie determinato dall'Operazione Fastweb, ha consentito alla Società di negoziare importanti accordi con fornitori strategici, consentendo una complessiva riduzione dei debiti scaduti.

Infine, ad inizio 2020 Tiscali ha avviato una politica di diversificazione e ampliamento dei ricavi generati dal portale attraverso la sottoscrizione di accordi commerciali con diversi operatori specializzati (e-commerce, pagamenti, lead generation).

Di seguito si riporta un'analisi dettagliata delle maggiori attività intraprese da Tiscali nel 2019, le quali vanno nella direzione del percorso di sviluppo sopracitato:

#### **A) Ampliamento del mercato indirizzabile tramite l'implementazione dell'Operazione Fastweb e la negoziazione di nuovi accordi con operatori di telecomunicazione**

##### *A.1) Implementazione operativa dell'Operazione Fastweb*

Nel 2019 Tiscali ha proceduto nell'implementazione dell'Operazione **Fastweb**, siglata in data 16 novembre 2018, grazie alla quale Tiscali ha ottenuto il pieno accesso alla rete in Fibra di Fastweb e all'infrastruttura FWA ceduta a Fastweb stessa. In data primo luglio 2019 Tiscali ha incassato l'ultima parte di prezzo pattuito e pari a 80 milioni di Euro e, nel corso del 2019, Tiscali ha utilizzato la componente di prezzo in natura ("Voucher") originariamente pari a Euro 55 milioni, che ha consentito la riduzione dei flussi di cassa operativi in uscita nel periodo. Il credito residuo, pari a 24,7 milioni di Euro al 31 dicembre 2019 sarà utilizzato, sulla base delle stime gestionali disponibili, entro l'anno 2020.

Dal punto di vista operativo, l'Accordo Wholesale ha consentito a Tiscali di:

- accedere alla rete in Fibra ad alte prestazioni di Fastweb, consentendo a Tiscali, senza ulteriori investimenti incrementali, di aumentare la propria copertura di rete fissa a livello nazionale. La crescita degli utenti in fibra verificata nel 2019, pari a circa il 106,8% rispetto al 31 dicembre 2018, passando da 79,1 mila utenti a 163,7 mila, conferma i positivi risultati avuti dalla Società nell'attività di rilancio e sviluppo delle offerte in fibra;
- continuare a commercializzare i servizi LTE Fixed Wireless nelle aree "Extended Digital Divide", continuando ad accedere all'infrastruttura Fixed Wireless ceduta a Fastweb

alle condizioni contenute nell'accordo sottoscritto. Inoltre Tiscali ha beneficiato, nel corso del 2019, del fatto che Fastweb si è impegnata ad effettuare la migrazione delle antenne residue da WiMax a LTE a proprie spese. Tale impegno era inserito nell'Accordo stesso. Nel secondo semestre 2019 è continuata l'attività di upgrade tecnologico delle antenne da WiMAX a LTE: sono stati effettuati 35 swap tra luglio e dicembre, e l'obiettivo è di concludere lo swap dei rimanenti 19 siti entro il primo trimestre del 2020. In tale modo Tiscali sarà in grado nel 2020 di raggiungere 4,9 milioni di famiglie e imprese, con tecnologia FWA fino a 100 Mb.

#### *A.2) Nuovi accordi con operatori di telecomunicazioni*

Nel corso del 2019 Tiscali, in linea con la strategia di rilancio e sviluppo del mercato in Fibra, ha negoziato e formalmente concluso nei primi giorni di luglio, degli accordi con altri operatori di telecomunicazione volti ad ampliare il mercato potenziale.

- A luglio 2019 Tiscali ha infatti esteso la partnership strategica con **Open Fiber** per la diffusione dei servizi ultrabroadband nei 7.635 comuni delle "C" e "D" (digital divide esteso).

L'accordo, che era già in essere in 271 città, si estende all'intero perimetro del piano di cablaggio di Open Fiber che prevede la copertura di oltre 19 milioni di unità immobiliari.

Open Fiber sta realizzando una rete integralmente in fibra ottica che consentirà di raggiungere velocità fino a 1 Gigabit al secondo.

A poche settimane dalla firma dell'accordo Tiscali è stata fra i primi operatori ad avviare la commercializzazione dei servizi in Fibra nei primi 70 comuni compresi nelle suddette aree (raggiungendo circa 95.000 famiglie e imprese, distribuite in 10 regioni italiane); ovvero in zone che, per ragioni legate alla morfologia del territorio o alle economicità di scala, non avevano finora accesso alla banda ultralarga.

A fine 2019 la copertura Open Fiber raggiunge circa 312 comuni con circa 5,29 milioni di unità immobiliari coperte.

- A luglio 2019, inoltre, Tiscali ha siglato un importante accordo commerciale con **Linkem** per ampliare la propria offerta di connettività Fixed Wireless Access grazie alla rete nazionale 4.5G di Linkem e, quindi, di implementare la propria strategia di espansione verso le più moderne e performanti infrastrutture tecnologiche disponibili nel Paese.
- Grazie al nuovo accordo con Linkem, che diventerà pienamente operativo nel 2020, Tiscali sarà in grado di raggiungere 16 milioni di famiglie e imprese con tecnologia fino

a 30Mb.

In sintesi, grazie alle strategie e nuovi accordi stipulati dalla fine del 2018 e nel corso del 2019 con Fastweb, Open Fiber e Linkem, Tiscali sarà in grado, a partire dal 2020 di raggiungere 4,9 milioni di famiglie e imprese, con tecnologia FWA fino a 100Mb, grazie alla rete Fastweb e circa 16 milioni di famiglie e imprese fino a 30Mb grazie alla copertura di Linkem.

Inoltre, dalla fine del 2019, Tiscali può fornire servizi a famiglie e imprese con tecnologia in Fibra a circa 20 milioni di utenti potenziali, di cui circa 13,5 milioni di utenti potenziali in tecnologia Fibra misto rame e 6,5 milioni in tecnologia FTTH.

Grazie ai suddetti accordi Tiscali è oggi l'operatore di telecomunicazioni italiano con la maggior copertura di Fibra a disposizione.

Nel dicembre 2019, inoltre, Tiscali ha concluso un accordo con TIM che le consente offrire ai propri clienti Mobile la tecnologia 4G con velocità fino a 150 Mbps differenziandosi da operatori mobile low cost che offrono una tecnologia 4G "Basic" con velocità fino a 30 Mbps. La nuova offerta mobile è disponibile in 7465 Comuni italiani, che rappresentano il 98,2% della copertura nazionale, la più estesa d'Italia.

## **B) Rilancio del brand Tiscali attraverso investimenti in comunicazione**

A conferma del piano di rilancio e crescita della Società, rientra la realizzazione della campagna pubblicitaria lanciata nel marzo 2019, finalizzata alla rivitalizzazione del marchio Tiscali, a supporto del processo di acquisizione di nuovi clienti.

La campagna è stata trasmessa dal 24 marzo per 3 settimane sulla TV generalista, satellitare e digitale, nonché sulle principali Radio. Sul web è stata presente sui canali social, oltre che sui principali siti nazionali.

Nel secondo semestre 2019 Tiscali ha intrapreso un percorso di rebranding e rafforzamento dell'immagine e della comunicazione aziendale: è stato lanciato il nuovo logo e ridefinite la Mission e i Valori. Dopo l'anteprima del nuovo posizionamento con la campagna web e radio di luglio 2019 Tiscali è tornata in TV a fine settembre con una campagna avente l'obiettivo di ampliare l'awareness e il riconoscimento del brand, promuovere l'offerta in Fibra fino a 1 Gbps e incrementare la reputazione di Tiscali come operatore Ultrabroadband che opera su tutto il territorio nazionale con una copertura di rete fra le più estese e ad elevate performance.

La campagna è stata on air in TV per 2 settimane dal 29 settembre 2019 sulle reti generaliste e sui canali satellitari e digitali e in radio per 2 settimane, su tutti i principali network nazionali e sul web su Google, sui canali social Facebook, Instagram e Youtube.

Inoltre, a supporto delle azioni sul brand, Tiscali ha promosso anche alcune sponsorizzazioni in ambito sportivo con il rinnovo dell'accordo con la Dinamo Basket, serie A maschile, in qualità di Gold Sponsor e la nuova collaborazione con il Cagliari Calcio in qualità di *Main Training Sponsor*.

### **C) Rafforzamento della struttura patrimoniale e finanziaria del Gruppo**

Nel corso del 2019, il Gruppo ha proceduto alla sottoscrizione di alcuni accordi volti al rafforzamento della struttura patrimoniale, di seguito rappresentati.

C.1) Sottoscrizione in data 31 gennaio 2019, da parte dei soci di riferimento ICT e Sova Disciplined Equity Fund **dell'Obbligazione Convertibile 2019-2020** per un importo nominale pari a 10,6 milioni di euro, corrispondenti a n. 106 obbligazioni convertibili entro il 31 gennaio 2020. Nel luglio, settembre e ottobre 2019 Sova Disciplined Equity Fund ha interamente convertito la propria quota di obbligazioni per nominali 5,3 milioni di Euro. In data 30 gennaio 2020 il Consiglio di Amministrazione e l'Assemblea degli Azionisti di Tiscali hanno deliberato la modifica della scadenza del prestito obbligazionario, prorogandola dal 31 gennaio 2020 al 30 giugno 2020.

C.2) Firma, in data 28 marzo 2019, degli **Accordi di Ristrutturazione del Debito**, ed in particolare, l'ottenimento dell'accordo di ristrutturazione del debito senior con gli Istituti Bancari e dell'accordo transattivo con il Pool Leasing ("Accordo Transattivo del Leasing Sa Illetta").

Gli accordi in oggetto, la cui negoziazione partita nel 2018 si è conclusa nel primo trimestre 2019, hanno confermato le ipotesi contrattuali già prospettate nel corso del 2018 e incluse nel piano industriale approvato dall'organo amministrativo in data 19 febbraio 2019 (il "Piano Industriale 2019-21") e di cui la Società aveva dato piena informativa nella Relazione Finanziaria Annuale al 31 dicembre 2018 alla quale si rimanda.

In particolare, i principali elementi dell'Accordo di Ristrutturazione del debito senior con Intesa San Paolo e Banco BPM sono i seguenti:

- Allungamento della scadenza del debito al 30 settembre 2024 con conseguente miglioramento della struttura finanziaria;
- Nuovo piano di rimborso così definito:
  - prepagamento di 20 milioni di Euro da effettuarsi il 1 luglio 2019;
  - periodo di preammortamento fino a marzo 2022 senza ulteriori rimborsi;
  - 5 rate semestrali pari a 5 milioni di Euro a partire dal 31 marzo 2022 al 31 marzo 2024;
  - saldo del debito residuo da corrisondersi integralmente il 30 settembre 2024;
- Significativa riduzione del costo complessivo del finanziamento, con un tasso di interesse che passa da un nominale del 4,5% sul precedente debito, ad un tasso del 1% sulla quota di debito che verrà ammortizzata nel periodo 2022-2024 (25 milioni di Euro), e un tasso del 1,25% sulla quota di debito da ripagare integralmente il 30 settembre 2024 (circa 40 milioni di Euro).

In data 1 luglio 2019 è stato eseguito il rimborso di 20 milioni di Euro previsto dall'Accordo.

Con riferimento al debito **Sale & Lease Back Sa Illetta**, l'Accordo sottoscritto il 28 marzo 2019 prevede le seguenti condizioni:

- ritorno dell'immobile nel possesso delle società di leasing;
- pagamento di un indennizzo di 10 milioni di Euro da effettuarsi il 1 luglio 2019 a fronte della cancellazione del relativo debito leasing pari a circa 53 milioni di Euro;
- contestuale sottoscrizione da parte di Tiscali Italia S.p.A. di un contratto di affitto dell'immobile della durata di 9 anni per un importo pari a circa 2,15 milioni di Euro all'anno con facoltà di sublocazione degli spazi.

In data 1 luglio 2019 è stato eseguito il rimborso di 10 milioni di Euro previsto dall'accordo.

#### **D) Cambio della Governance del Gruppo Tiscali, a decorrere da maggio 2019**

Nel primo semestre 2019 è avvenuto un cambiamento riguardante la governance del Gruppo Tiscali, che ha iniziato a produrre i suoi effetti dalla fine del semestre stesso.

In data 10 maggio 2019 Amsicora S.r.l., società di investimento italiana fondata e gestita da Claudio Costamagna, Alberto Trondoli, Manilo Marocco e partecipata anche da altri investitori privati, ha sottoscritto un contratto con ICT Holding Ltd per l'acquisto dell'intera partecipazione detenuta in Tiscali, pari a circa il 20,79% del capitale sociale, nonché un contratto con SOVA Disciplined Equity Fund SPC per l'acquisto di una partecipazione pari a

circa il 1,269% circa del capitale sociale di Tiscali, per un totale di circa il 22,059% del capitale sociale di Tiscali.

Amsicora e Renato Soru hanno sottoscritto in data 21 maggio un patto parasociale (per ulteriori dettagli sul quale si rimanda alla sezione 5. Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari) che raggruppa una partecipazione complessiva pari al 29,99% del capitale della Società, finalizzato a dare un indirizzo unitario all'organizzazione e alla gestione di Tiscali. In data 27 giugno 2019, l'Assemblea degli Azionisti ha nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione, il quale ha proceduto alla nomina di Alberto Trondoli quale Presidente del Consiglio di Amministrazione, e alla conferma di Renato Soru in qualità di Amministratore Delegato.

Tiscali è dunque tornata ad essere una società italiana, ed il suo fondatore Renato Soru è tornato alla guida della Società. Nei mesi di maggio e giugno 2019 vi sono stati significativi mutamenti nella compagine manageriale del Gruppo, con una riorganizzazione e un forte ridimensionamento del numero dei dirigenti.

Renato Soru ha inoltre provveduto a lanciare il nuovo logo della Società, il quale torna al colore viola, che ha contraddistinto il logo Tiscali fin dalle origini, aggiungendo un nuovo simbolo "//" che ricorda la scrittura delle URL degli indirizzi internet, allo scopo di evocare il ruolo di protagonista che Tiscali ha avuto nella storia di Internet in Italia.

In data 27 aprile 2020 il Consiglio di Amministrazione della Società ha inoltre approvato un nuovo piano industriale per gli anni 2020-2022, che, pur non modificando le logiche di fondo del precedente piano industriale, ne aggiorna le ipotesi sulla base del mutato contesto economico e sulla base dei risultati ottenuti dalle azioni intraprese nel secondo semestre 2019.

Insieme alle sopracitate attività intraprese dal Gruppo nel corso del 2019, è importate segnalare come, nei primi mesi del 2020, l'emergenza COVID-19 abbia influito in maniera significativa sulle attività economiche e commerciali nazionali e internazionali. Così come il resto del Paese, anche Tiscali è stata impattata dalla pandemia; in particolare, gli effetti sul Gruppo ipotizzati negli scenari dagli Amministratori sono i seguenti:

- i) operativi, legati alle possibili restrizioni e limitazioni ai movimenti nazionali che potrebbero ritardare alcuni processi aziendali, fondamentali in un periodo di forte necessità e di maggior traffico di dati;

- ii) sul mercato, legati alla possibile contrazione dell'economia e della produzione mondiale, alla quale potrebbe corrispondere una più accentuata crisi del sistema economico italiano e, quindi, una depressione nella capacità di spesa degli utenti;
- iii) finanziari, legati al possibile deterioramento del grado di solvibilità delle controparti commerciali e/o alla riduzione degli incassi con modalità di pagamento manuale (bollettini postali o altro), già in parte riscontrata nel mese di marzo e aprile 2020;
- iv) sulla supply chain, a causa delle possibili difficoltà di approvvigionamento di apparecchiature.

Gli Amministratori hanno analizzato tali effetti possibili e hanno predisposto un documento di gestione e risposta a tali rischi. Pur avendo predisposto tali piani con estrema solerzia, gli effetti sopracitati potrebbero non essere mitigati, o solo parzialmente mitigati, dalle azioni degli Amministratori in quanto molteplici ipotesi considerate non sono sotto il controllo degli stessi.

### STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ



Il Gruppo Tiscali ha redatto, per il terzo anno consecutivo, il proprio Bilancio di Sostenibilità, dando così continuità alla strategia di sostenibilità e agli impegni definiti nel 2017 e agli ulteriori impegni assunti nel 2018 e nel 2019. Attraverso questo terzo documento, il Gruppo intende ribadire il proprio impegno verso tutti gli stakeholder e verso l'ambiente in cui opera.



Le iniziative implementate durante il 2019, 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 27 giugno 2019 ed è composto da sette membri, di cui quattro donne; attualmente, vi sono tre Amministratori indipendenti e solo Renato Soru, 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**

n. persone	Al 31 dicembre 2018			Al 31 dicembre 2019		
	30-50	>50	Totale	30-50	>50	Totale
Uomini	29%	28%	57%	0%	43%	43%
Donne	14%	29%	43%	28%	29%	57%
<b>Totale</b>	<b>43%</b>	<b>57%</b>	<b>100%</b>	<b>28%</b>	<b>72%</b>	<b>100%</b>

Il Consiglio è stato eletto sulla base dell'unica lista presentata congiuntamente da Renato Soru e da Amsicora S.r.l. e rimarrà in carica fino all'approvazione del Bilancio di esercizio per l'anno 2021.

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 all'interno del paragrafo 5.2.3 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 27 giugno 2019, ha provveduto a costituire al suo interno il Comitato per le Nomine e le Remunerazioni, il Comitato Controllo e Rischi ed il Comitato per le Operazioni con parti Correlate.

Da maggio 2018 è in vigore 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.6.1 – Principali rischi di sostenibilità" 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 stata 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 "Documenti".

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](mailto: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.

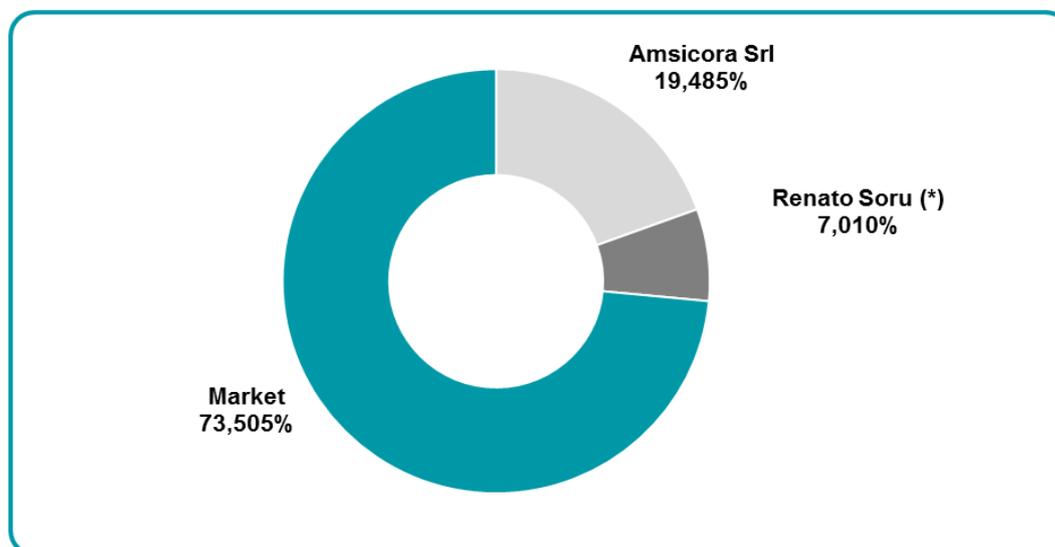
Tutte le legal entities del Gruppo dotate di un Modello 231 attivo nel 2019, hanno svolto attività di valutazione dei rischi di corruzione verso la pubblica amministrazione e verso i privati. A tutti i dipendenti del Gruppo è stato distribuito il Modello e, attraverso il loro coinvolgimento, è stata 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 2019, 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 2019 il capitale sociale è pari a 46,3 milioni di Euro corrispondente a 4.508.697.203 azioni prive di valore nominale; la capitalizzazione di mercato è pari a Euro 49.144.800, calcolata sul valore di Euro 0,0109 per azione su un totale azioni pari a 4.508.697.203. L'azionista di riferimento di Tiscali è Amsicora S.r.l., la quale possiede il 19,485% del capitale ordinario e dei diritti di voto.

Si riporta di seguito la composizione del capitale azionario al 31 dicembre 2019:



(\*) Direttamente per il 5,88% circa e, indirettamente, tramite le partecipate Monteverdi S.r.l. (0,39%), Cuccureddus S.r.l. (0,73%)

## 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, 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.

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.

### **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 amministrate, *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.

## **II.5 – Le norme volontarie: la politica delle certificazioni**

Tiscali Italia S.p.A. ha in essere i seguenti due Sistemi di gestione attivi e certificati:

- **Sistema di gestione della Qualità conforme alla norma ISO 9001** di cui Tiscali ha ottenuto il rinnovo della certificazione in data 16 gennaio 2020;
- Sistema di **Sicurezza dell'informazione conforme alla norma ISO 27001**, ottenuta nel 2017 e in scadenza nel settembre 2020.

In relazione a quest'ultima certificazione, Tiscali ha previsto le seguenti attività finalizzate al rinnovo:

- Assegnazione dell'attività di audit, precedentemente svolta da BSI, a Bureau Veritas, che si occupa di dell'audit di tutte le certificazioni del Gruppo, al fine di poter attivare un unico audit annuale. Tale attività sarà finalizzata entro marzo 2020;

- Svolgimento delle attività finalizzate all'emissione della certificazione, inclusiva dell'estensione ISO/IEC 27017 (linea guida che definisce controlli avanzati sia per fornitori, sia per i clienti di servizi cloud) e ISO/IEC 27018 (linea guida per i fornitori di servizi cloud pubblici che vogliono migliorare la gestione dei dati personali). L'emissione è prevista entro aprile 2020.

In affiancamento al Sistemi di gestione ISO 9001 e ISO 27001 sopracitati, Tiscali ha introdotto nella propria organizzazione due nuovi Sistemi di gestione:

- **Sistema di gestione della Continuità operativa conforme alla norma ISO 22301**, ottenuta nel gennaio 2020;
- **Sistema di gestione del servizio IT conforme alla norma ISO 20000-1**, ottenuta nel gennaio 2020.

Nello specifico, la certificazione **ISO 22301** è la dichiarazione, da parte dell'Organismo certificatore prescelto, che il sistema stesso è conforme alla norma di riferimento ("Sicurezza della società - Sistemi di gestione della continuità operativa - Requisiti e guida per l'uso") e che le procedure di gestione della continuità operativa vengono costantemente applicate da parte dell'Azienda. Lo standard adottato da Tiscali mira quindi a salvaguardare l'azienda da potenziali interruzioni causate ad esempio da condizioni meteorologiche estreme, incendi, alluvioni, calamità naturali, interruzioni dell'IT, attacchi terroristici, ecc. Inoltre, consente di identificare le minacce rilevanti per l'azienda e di individuare le funzioni critiche che potrebbero esserne coinvolte e di conseguenza poter pianificare in anticipo le soluzioni da implementare per garantire la continuità del business propria e dei propri clienti business e consumer. Grazie allo standard ISO 22301, Tiscali può indentificare e gestire le minacce aziendali con processi strutturati e collaudati e potrà quindi in maniera proattiva ridurre al minimo l'impatto sul business in caso di eventi avversi.

L'ottenimento della certificazione in oggetto, in sintesi, garantisce la tutela delle informazioni e la sicurezza dei sistemi per quanto riguarda gli aspetti tecnologici, operativi, procedurali e ambientali. Tiscali grazie all'adozione e attuazione dello standard ISO 22301 può così dimostrare la propria resilienza a clienti, fornitori e in fase di partecipazione alle gare.

La certificazione ISO 20000-1 è la dichiarazione, da parte dell'Organismo certificatore prescelto, che il sistema di gestione e controllo dei servizi IT è conforme alla norma di riferimento ("Information technology – Service Management- Service management system requirements and user guide") e che le procedure di gestione del servizio vengono costantemente applicate da parte dell'Azienda.

Tale certificazione è dedicata al concetto di "qualità" in ambito IT, garantendo il rispetto dell'azienda a requisiti internazionali volti a favorire l'affidabilità dei servizi e il livello di qualità degli stessi. Tiscali certifica la divisione vendite business, il Datacenter ICT e Cloud e i servizi IP e Telefonia.

L'ottenimento della certificazione ISO 20000-1 migliora l'identità aziendale di Tiscali e la propria reputazione nel settore di riferimento, assicurando in questo modo ai propri clienti l'uniformità dei processi e l'attenzione nella gestione delle attività IT, oltre alla minimizzazione dei rischi.

Al fine di poter gestire un processo di audit unitario Tiscali ha richiesto a Bureau Veritas di allineare le date per l'audit annuale per le certificazioni 27000, 20000-1 e 22301.

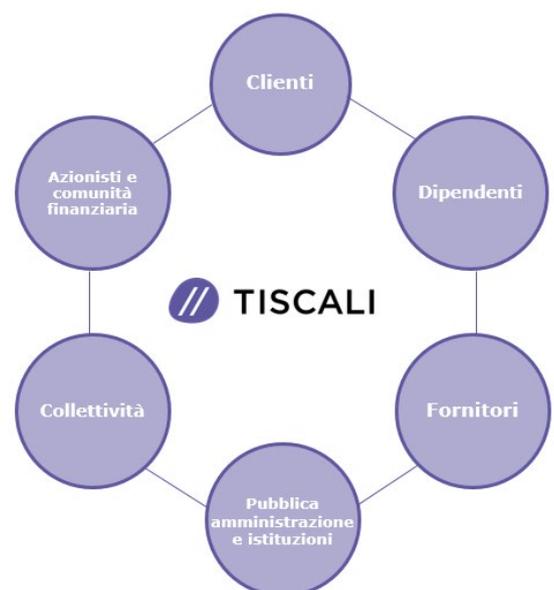
Inoltre, nel corso del 2019, Tiscali ha iniziato un percorso virtuoso, finalizzato all'ottenimento, della certificazione ISO 14001 che attesta l'adozione di un Sistema di gestione ambientale conforme alla norma in oggetto. La certificazione è stata ottenuta in data 16 dicembre 2019 a conferma l'attenzione e la sensibilità del Gruppo verso i temi ambientali. Per maggiori dettagli relativi a tale certificazione si rinvia al paragrafo "VI.1 – La certificazione ambientale ISO 14001".

## II.6 – Mappatura degli stakeholder e analisi di materialità

### Mappatura degli Stakeholder

Tiscali è particolarmente attenta ai 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, al fine di incrementare la capacità di creare valore condiviso tra l'Azienda e gli stakeholder.



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

## Analisi di materialità

In conformità con i *GRI Standards* e con le richieste del D.lgs. 254/2016, Tiscali ha focalizzato i contenuti del proprio 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 27 aprile 2020 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.

A decorrere dal maggio 2019, come descritto nel par. *Principali eventi e risultati ottenuti nel corso del 2019 e attuale strategia di business*, Tiscali ha avuto un cambio di governance che ha visto tornare alla guida della Società il fondatore Renato Soru, nominato Amministratore Delegato.

Il dott. Soru, da tempo particolarmente sensibile ai temi della sostenibilità ambientale, tra le attività svolte nel secondo semestre 2019, ha promosso e dato impulso ad alcune attività che vanno nella direzione di una sempre più marcata sostenibilità ambientale di Tiscali e della sua sede. Tali attività, tra cui l'ottenimento della certificazione ISO 14001, la stipula di un contratto per l'implementazione di un impianto fotovoltaico nella sede di Sa Illetta e le

attività di car pooling, raccolta differenziata e abolizione della plastica nella sede stessa, sono descritte nel Capitolo VI – L’impatto ambientale.

Rispetto a quanto pubblicato lo scorso anno, si segnala quindi un incremento generale della rilevanza degli impatti ambientali di Tiscali, con particolare riferimento a “Consumi energetici ed emissioni” e, al contempo, l’eliminazione della tematica “Elettromagnetismo” in quanto non più pertinente al business del Gruppo: infatti, a seguito della cessione a Fastweb del Ramo d’Azienda FWA, con il conseguente passaggio di gestione dei siti Wireless e delle antenne installate, i relativi consumi non rientrano più nel perimetro Tiscali da novembre 2018.

#### II.6.1 – 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 - *Customer satisfaction*”).

### CONTINUITÀ DEL BUSINESS

Include i rischi legati all’interruzione del servizio e dell’operatività aziendale causata da condizioni ambientali estreme (es. terremoti), eventi metereologici straordinari dovuti ai cambiamenti climatici (es. inondazioni) o pandemie. 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 anti-allagamento. 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. In materia di qualità del servizio e Continuità operativa, nel gennaio 2020 il Gruppo ha ottenuto, oltre al rinnovo delle certificazioni ISO 9001 e ISO 27001, due nuove certificazioni ISO 22301 (Sistema di gestione della Continuità operativa) e ISO 20000-1 (Sistema della Gestione del servizio). Per maggiori dettagli, si rinvia al paragrafo "II.5 – Le norme volontarie: la politica delle certificazioni".

Con riferimento alla diffusione del Covid-19, gli Amministratori hanno proceduto ad effettuare un'attenta analisi della situazione e, pur nell'incertezza intrinseca alla fattispecie, derivante, in primis, dalla mancata conoscenza anche da parte della comunità scientifica del virus stesso, hanno evidenziato, nello scenario attuale, le possibili ripercussioni legate alla diffusione del coronavirus e alle misure prese dai Governi per rallentare tale diffusione. Tali effetti, presentati nel paragrafo I.6 del presente Bilancio, verranno continuamente monitorati e aggiornati in quanto, molte delle ipotesi e degli scenari considerati non sono sotto il controllo del Gruppo.

## 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

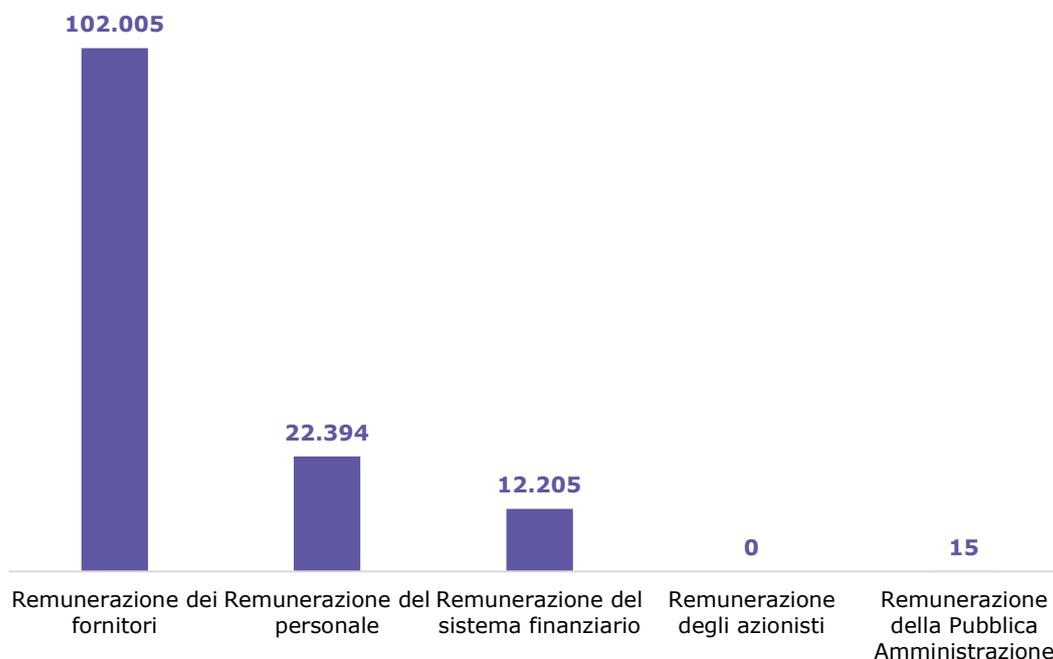
Tiscali monitora tale rischio selezionando attentamente i propri fornitori sulla base delle loro competenze tecniche e livello di professionalità. La maggioranza dei fornitori di Tiscali è costituita da fornitori di standing elevato (big player nel settore delle telecomunicazioni), sia dal punto di vista 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.8 - Catena di Fornitura").

## II.7 – Valore economico generato e distribuito

Il valore aggiunto globale netto generato da Tiscali nel 2019 (al netto di ammortamenti e svalutazioni) è pari a 120,2 milioni, in diminuzione rispetto al 2018. La riduzione è principalmente imputabile al venir meno, nel 2019, di risultati straordinari provenienti da cessioni di attività, che nel 2018 avevano determinato proventi straordinari, dovuti alla cessione della licenza e del ramo FWA a Fastweb. Il Gruppo ha distribuito € 22,4 mln al personale sotto forma di retribuzione per le attività svolte nel corso dell'anno, mentre € 102 mln sono stati destinati ai fornitori per coprire i costi operativi derivanti dall'acquisto di servizi, materie prime, materiali di consumo e merci. Sotto forma di pagamento di oneri finanziari, imposte e liberalità, sponsorizzazioni e collaborazioni, il Gruppo ha distribuito € 12,2 mln. Infine, € 15 mila sono stati destinati alla remunerazione della Pubblica Amministrazione.

### Distribuzione del valore economico del Gruppo Tiscali nel 2019



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.

Il Gruppo non ha quindi trattenuto valore, presentando per l'anno 2019 un risultato d'esercizio negativo pari a circa 16,4 milioni di Euro.

Il raggiungimento di un equilibrio patrimoniale, economico e finanziario di breve e medio lungo termine del Gruppo è infatti legato al conseguimento dei risultati definiti nel Piano Industriale 2020-2022, anche alla luce della competitività del mercato, del contesto macroeconomico di difficoltà legato ai recenti eventi legati alla diffusione in Italia del Covid-19, nonché alla capacità e alla possibilità del Gruppo di reperire le risorse finanziarie e patrimoniali necessarie.

Gli Amministratori, tuttavia, ritengono che le azioni intraprese nel 2019 consentano al Gruppo di proseguire il percorso virtuoso intrapreso e siano tali da far ritenere che - pur in presenza delle citate situazioni di incertezza sulla realizzazione del Nuovo Piano Industriale 2020-2022 nell'arco temporale dei prossimi dodici mesi e sull'ottenimento delle risorse finanziarie straordinarie connesse all'emergenza Covid, connesse all'esistenza di variabili esogene non controllabili che possono fare realizzare risultati peggiori di quelli previsti nei dati previsionali - l'equilibrio patrimoniale e finanziario di breve termine e la continuità aziendale ad esso connessa non è a rischio.

È su tale basi quindi che gli Amministratori hanno la ragionevole aspettativa che la continuità aziendale nell'orizzonte dei prossimi 12 mesi sia ricorrente e che il Gruppo possa utilizzare i principi contabili propri di una azienda in funzionamento nella redazione della presente Relazione.

Tale determinazione è naturalmente frutto di un giudizio soggettivo, che ha comparato, rispetto agli eventi sopra indicati, il grado di probabilità di un loro avveramento rispetto alla opposta situazione.

Deve essere sottolineato che il giudizio prognostico sotteso alla determinazione del Consiglio di Amministrazione è suscettibile di essere contraddetto dall'evoluzione dei fatti. Proprio perché consapevole dei limiti intrinseci della propria determinazione, il Consiglio di Amministrazione manterrà un costante monitoraggio sull'evoluzione dei fattori presi in

considerazione (così come di ogni circostanza ulteriore che acquisisse rilievo), così da poter assumere con prontezza i necessari provvedimenti.

## II.8 – Catena di fornitura

I fornitori del Gruppo Tiscali, nel 2019, sono stati oltre 1.600. 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	Al 31 dicembre 2018		Al 31 dicembre 2019	
	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	48	€ 121.935.480	39	€ 124.907.773
Operazioni di cessione e affitti rami		-	-	-
Investimenti	73	€ 19.785.529	74	€ 22.431.812
Sale Partners	714	€ 16.995.005	728	€ 18.706.061
Marketing, Sales, Distribuzione	177	€ 17.013.799	179	€ 13.067.871
Leasing	8	€ 24.847.658	6	€ 25.252.184
Altri servizi di rete	590	€ 25.185.215	361	€ 20.407.523
Servizi professionali	149	€ 11.584.953	130	€ 4.496.668
Affitti e Utenze	113	€ 10.168.994	84	€ 6.954.140
Manutenzioni	22	€ 3.461.562	23	€ 9.406.748
Altro	50	€ 741.503	48	€ 491.951
<b>TOTALE</b>	<b>1.944</b>	<b>€ 251.719.698</b>	<b>1.672</b>	<b>€ 246.122.730</b>

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.

**Tabella 3 - Composizione della spesa complessiva annuale per area geografica**

Paese/area di provenienza	2018		2019	
	N.fornitori per Paese	Valore della spesa annua complessiva per Paese [€]	N.fornitori per Paese	Valore della spesa annua complessiva per Paese [€]
Estero	31	€ 5.106.576	37	€ 5.505.309
Italia	1.913	€ 246.613.122	1.635	€ 231.618.849
di cui Sardegna	218	€ 18.600.175	191	€ 8.998.571
<b>Totale complessivo</b>	<b>1.944</b>	<b>€ 251.719.698</b>	<b>1.672</b>	<b>€ 246.122.730</b>

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 locali<sup>4</sup> (11%), asserviti con riferimento alle necessità della sede di Cagliari.

La Società ha, inoltre, svolto un'analisi dei tempi medi di pagamento dei maggiori fornitori di servizi, prendendo in considerazione i seguenti fornitori:

- un primario fornitore di servizi wholesale e MVNO;
- un primario fornitore di rete;
- un primario fornitore di servizi IT professionali.

Le risultanze della suddetta analisi sono riportate di seguito:

Tipologia fornitore	DPO medi al 31.12.2019	DPO pattuiti contrattualmente
Primario fornitore Wholesale	74	60
Primario fornitore MVNO	78	30
Primario fornitore rete <sup>5</sup>	154	60
Primario fornitore servizi IT professionali	80	30

<sup>4</sup> Con il termine locali si fa riferimento ai fornitori provenienti dalla Sardegna.

<sup>5</sup> Riguardo al primario fornitore di rete si segnala che i DPO effettivi sono molto maggiori rispetto ai DPO contrattuali in quanto nel 2019 oltre la metà dell'importo del debito scaduto è stato oggetto di una rischiodulazione dei pagamenti e/ o oggetto di verifica da parte della Società. Ciò ha contribuito all'allungamento dei tempi di pagamento.

### **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 2019 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", ovvero 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 a fine 2018, che ha portato significativi benefici quali:
  - l'ampliamento delle aree di copertura LTE, includendo anche le aree che fino alla fine del 2018 potevano fruire solo di servizi Fixed Wireless su tecnologia WiMax obsoleta e di minore qualità;
  - l'ampliamento significativo delle aree in cui Tiscali potrà distribuire offerte in Fibra ad altissima capacità fino a 1Gbps;
- L'estensione dell'accordo stipulato con Open Fiber nel luglio 2019, 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. A fine 2019 la copertura Open Fiber ha raggiunto circa 312 comuni con circa 5,29 milioni di unità immobiliari coperte.

- L'accordo stipulato con Linkem nel luglio 2019 per la rivendita del servizio FWA fino a 30Mb.

## Attuale copertura

### 1) Rete fixed wireless:

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** che 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.
- **la tecnologia WiMax** che rappresenta invece la tecnologia di accesso wireless precedente e che abilita alla fornitura di servizi fino a 7/10 Mb di tipo simile all'ADSL ed era idonea per portare servizi Banda Larga nelle aree dove non esistono sostanziali soluzioni tecniche alternative a quelle wireless. Tiscali ha progressivamente sostituito tale tecnologia con le soluzioni LTE ad altissima capacità.

Inoltre, nel corso del 2019 Tiscali ha incrementato in modo significativo il bacino dei potenziali clienti raggiungibili con la rete fixed wireless, grazie alle seguenti strategie messe in atto nel 2019.

In primo luogo, il Gruppo ha dato seguito all'accordo sottoscritto con Fastweb a fine 2018, il quale prevedeva anche lo sviluppo della nuova tecnologia LTE fino a 100Mb, in sostituzione di quella WiMAX, ormai obsoleta su quasi tutta la rete residua. Infatti, a valle della cessione a Fastweb dello spettro di frequenza 3.5 Ghz di cui Tiscali era titolare, in base all'accordo di wholesale, Tiscali ha il diritto di continuare ad utilizzare la rete per fornire ai propri clienti servizi LTE. Inoltre, nel corso del 2019, Tiscali ha beneficiato dell'impegno, sottoscritto nell'Accordo, di Fastweb nell'effettuare la migrazione delle antenne residue da WiMax a LTE a proprie spese. Nel secondo semestre 2019, è continuata l'attività di upgrade tecnologico delle antenne da WiMAX a LTE: sono stati effettuati 35 swap tra luglio e dicembre, e l'obiettivo è di concludere lo swap dei rimanenti 19 siti entro il primo trimestre del 2020.

In secondo luogo, il Gruppo ha stipulato nel corso dell'anno un nuovo accordo di partnership con Linkem per la rivendita del servizio FWA fino a 30Mb. Tale accordo diventerà pienamente operativo nel corso del 2020.

Grazie alle strategie messe in atto dalla fine del 2018 e nel corso del 2019, Tiscali sarà in grado così dal 2020 di raggiungere **4,9** milioni di famiglie e imprese, con tecnologia FWA fino a 100Mb e circa **16** milioni di famiglie e imprese fino a 30Mb grazie alla copertura di Linkem.

## **2) Rete broadband fissa e copertura servizi in Fibra:**

Nel corso del 2019, Tiscali ha consolidato il proprio portafoglio di offerte in Fibra, ora disponibile con soluzioni Fiber To The Cabinet fino a 200Mbps su rete Tim e Fastweb, oltre che con soluzioni Fiber To The Home con capacità fino a 1Gbps su rete TIM, Open Fiber e Fastweb. 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.

La crescita degli utenti in fibra verificata nel 2019, pari a circa il 106,8% rispetto al 31 dicembre 2018, passando da 79,1 mila a 163,7 mila utenti, conferma il trend di crescita prospettato.

Alla fine del 2019, Tiscali può fornire servizi in Fibra a circa **20** milioni di famiglie e aziende: in tecnologia Fibra misto rame a circa **13,5** milioni di famiglie e imprese e in tecnologia FTTH a circa **6,5** milioni di famiglie e imprese. Grazie agli accordi sottoscritti nel corso del 2018 e nel primo semestre 2019, Tiscali sta focalizzando 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, offrendo in questo modo l'accesso alle migliori soluzioni disponibili in tutte le aree del Paese.

## **III.2 – Progetto di trasformazione digitale interna Tiscali 4.0**

Tiscali 4.0 è il progetto di trasformazione digitale che si propone il rinnovo dei sistemi informativi con l'obiettivo di:

- modernizzare i processi aziendali;
- cambiare il modo di interagire con i clienti, portandoli su canali digitali;
- rendere più efficiente ed efficace l'azione del customer care;
- migliorare il time to market di nuovi prodotti;

- superare obsolescenza delle piattaforme BSS/OSS in ambito (principalmente Siebel, Tibco).

Il contratto è stato firmato il 25 settembre 2019 mentre il kickoff del progetto è avvenuto il 10 ottobre 2019. La durata del progetto è stimata in 24 mesi, e prevede un investimento di circa 2 milioni di euro, suddivisi in 24 mensilità. Il progetto è suddiviso in 3 fasi:

- **Fase 1**, della durata di 12 mesi, al termine della quale Tiscali avrà completato l'ambiente di sviluppo, test e produzione ed avrà avviato la migrazione della clientela di prodotti Fibra;
- **Fase 2**, della durata di 6 mesi, che prevede l'implementazione di prodotti LTE e Mobile, e conseguente migrazione dei clienti di tali prodotti;
- **Fase 3**, della durata di 6 mesi, che vedrà l'implementazione di tutti gli altri prodotti (es. ADSL) e conseguente migrazione dei clienti. Completata la fase 3, sarà possibile spegnere i sistemi non più in uso.

Engineering eseguirà il progetto in collaborazione con fornitori di tecnologia (es. Sigma Systems) e altre aziende del gruppo, ma la maggior parte dello sviluppo sarà realizzata dal personale Engineering Sardegna previsto nel contratto di outsourcing.

Una porzione del progetto è invece a carico di Tiscali, nello specifico la realizzazione dei nuovi canali digitali non assistiti: vetrina, vendita ed area personale web (myTiscali) e app mobile. In tal modo Tiscali avrà maggior controllo, rapidità e flessibilità nel definire il dialogo con i clienti. È a carico di Tiscali anche l'approvvigionamento di hardware e software commerciali necessari per il progetto.

## **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 2019, Tiscali ha confermato la strategia di ampliamento dell'offerta tradizionale internet e voce, in favore di una gamma di servizi ultrabroadband sempre più orientata al cliente grazie anche la crescita decisa della copertura dei servizi in fibra, misto rame e FWA.

#### **Offerta commerciale trasparente e conforme alla normativa**

Le offerte commerciali di Tiscali rispecchiano i valori aziendali di sempre: chiarezza, trasparenza, semplicità. Nel corso del 2019, è stato mantenuto e rinforzato il posizionamento d'offerta senza vincoli, legami e penali. Tutte le offerte di rete fissa, wireless e mobile sono semplici, chiare e trasparenti.

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 adeguandosi, tra i primi, alle direttive regolamentari che prevedono un costo massimo pari a 1 mensilità. 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 Servizi<sup>6</sup>, 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

---

<sup>6</sup> 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. Ultimo aggiornamento della Carta dei Servizi: 10 giugno 2019.

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.

### 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;
- 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.

### 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 stato mantenuto anche per i servizi ultrabroadband (servizi in fibra ottica fibra misto a rame e FWA), 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, ridotti al valore di una mensilità di canone, sostenuti da Tiscali ove previsti.

A dicembre 2019 sono state lanciate le offerte mobile con prestazioni sino a 150 Mbps (4G). Il lancio di questa tecnologia ha consentito a Tiscali di recuperare il gap prestazionale rendendo di fatto le proprie offerte ancora più competitive. La tecnologia 4G è stata resa disponibile in modo completamente gratuito a tutta la Customer base entro la fine dell'anno.

### 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.

### **Iniziative di co-marketing**

Nel corso del 2019, Tiscali ha rafforzato la partnership con Infinity. Dando seguito alla partnership avviata nel 2017, Tiscali ha veicolato offerte esclusive che includono dei periodi promozionali di visione gratuita di film, serie tv e documentari.

## **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.

L'anno 2019 ha confermato la customer satisfaction quale obiettivo prioritario e strategico. L'organizzazione delle attività è stata sistematicamente incentrata sul monitoraggio dei parametri di qualità dell'assistenza ai clienti e costantemente controllata per poter confermare che la programmazione dei processi e delle attività siano state effettivamente percepite dai clienti attraverso una valutazione della cortesia, dell'efficacia nella risoluzione dei problemi, della completezza delle risposte e della soddisfazione complessiva dei servizi Tiscali.

Le rilevazioni della Customer Satisfaction sono state puntuali per tutti i clienti che hanno avuto modo di interagire con l'assistenza telefonica e, dal mese di ottobre, la rilevazione è stata estesa ai clienti con interazione di tipo digitale, che quindi hanno utilizzato l'app Mytiscali o un canale social per contattare il Servizio Clienti.

La rilevazione è quotidianamente distribuita per avere modo di individuare eventuali scostamenti negativi e positivi importanti. Tutte le rilevazioni negative sono oggetto di verifica per poter intervenire in modo prioritario nei casi di insoddisfazione. La rilevazione consente di confrontare il risultato ottenuto dal servizio clienti gestito con il personale interno e dai fornitori esterni, ottenendo un importante benchmark utile allo scopo di intraprendere azioni di miglioramento di processi e procedure all'interno delle aree con punteggio inferiore.

L'ultimo trimestre evidenzia un miglioramento rispetto al primo trimestre del 8,7% nella valutazione media della cortesia, del 4,2% nella soddisfazione media della risposta e 2,8% nella soddisfazione media del prodotto. Il risultato ottenuto ha una valenza maggiore alla luce del numero raddoppiato di clienti che hanno interagito con il sistema automatico di valutazione.

### **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.

Nel corso del 2019 si è provveduto nello specifico a curare l'aggiornamento delle clausole degli standard contrattuali Tiscali nonché all'adozione delle seguenti procedure:

- "Procedura per l'esercizio dei diritti dell'interessato" che definisce le modalità e le misure per la gestione delle istanze per l'esercizio dei diritti degli interessati, e nello specifico: Diritto di Accesso ai dati, Diritto di Rettifica, Diritto di Cancellazione (Diritto all'Oblio), Diritto di Limitazione di trattamento, Diritto alla Portabilità dei dati, Diritto di Opposizione ai sensi degli articoli 15, 16, 17, 18, 20, 21 del Regolamento (UE) 2016/679;
- "Procedura per la gestione delle violazioni di dati personali (Data Breach)" che definisce le modalità di comportamento, le responsabilità e le azioni da attuare in caso di eventuali violazioni di riservatezza, d'integrità e disponibilità dei dati personali, in osservanza agli obblighi relativi alla notifica al Garante Privacy e alla comunicazione all'interessato, in ossequio alle previsioni di cui agli articoli 33 e 34 del Regolamento (UE) 2016/679.

- “Privacy by design e by default” in osservanza agli obblighi dell’art. 25 del Regolamento (UE) 2016/679, che impone la necessità di configurare il trattamento prevedendo, fin dalla sua progettazione, l’implementazione delle garanzie atte a soddisfare i requisiti del GDPR a tutela dei diritti degli interessati, in considerazione del contesto complessivo del trattamento e dei rischi per i diritti e le libertà degli interessati.

Tiscali ha inoltre provveduto alla creazione di un sistema per la mappatura e la gestione del Registro dei trattamenti, altro elemento di rilievo previsto dal GDPR

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.

Inoltre, al fine garantire ai propri clienti la massima affidabilità del sistema di sicurezza, protezione e conservazione dei dati, Tiscali si è volontariamente sottoposta alle certificazioni ISO 9001, ISO 27001, ISO 22301 e ISO 20000-1. Per ulteriori dettagli in merito a tali certificazioni si rinvia al paragrafo “II.5 – Le norme volontarie: la politica delle certificazioni”.

### **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 2019, sono pervenute 7 richieste da parte del Garante per la Protezione dei Dati Personali, di cui:

- 2 reclami ex art. 77 del regolamento 2016/679;
- 2 provvedimenti di limitazione del trattamento;
- 1 richiesta di informazioni relativa alla segnalazione ricevuta da un cliente;
- 1 procedimento ex art.166, comma 5 del codice in materia di protezione dei dati personali, ancora in fase di definizione, per il quale, ad oggi, Tiscali non ha ancora avuto riscontro sull’esito dello stesso da parte dell’Autorità;
- 1 richiesta di informazioni sulla titolarità di una numerazione telefonica.

Tutte le suddette richieste sono state prese in carico e riscontrate nei termini. Tiscali ha altresì provveduto a segnalare al garante 2 eventi di data breach nel 2019.

### **I canali di assistenza e il contenzioso con i clienti**

Tiscali continua a perseguire un percorso per facilitare ai propri clienti l'interazione con l'assistenza attraverso diversi canali, interattivi e non. Ai canali già attivi nel corso del 2019, è stato affiancato il canale Whatsapp, il cui accesso, inizialmente contingentato, è stato esteso a tutti i clienti Tiscali ad inizio 2020 vista la situazione emergenziale causata dall'epidemia Covid-19. Allo stesso modo, si è proceduto con l'apertura massiva dei canali digitali con messaggio dissuasivo sull'Interactive Voice Responce (IVR) di indicazione di operatori occupati e invito ai clienti all'utilizzo dei canali Whatsapp, Facebook, My Tiscali. Inoltre, è stata inserita su IVR l'opzione richiamata, ovvero la possibilità di essere ricontattati telefonicamente in caso di operatori occupati.

Nel corso dell'anno è stata comunque migliorata l'applicazione Mytiscali che, in virtù del riconoscimento automatico del cliente, fornisce informazioni automatiche precise e tempestive, oltre a garantire l'invio di comunicazioni importanti attraverso le notifiche push.



Su tutti i canali di assistenza digitale è stato, inoltre, implementato un automa che attraverso algoritmi di intelligenza artificiale interpreta il linguaggio naturale dei clienti. Questo robot è in grado di rispondere automaticamente alle richieste più semplici ed indirizza al personale competente quelle più complesse, consentendo un tempo di risposta più rapido per una esperienza cliente più semplice e soddisfacente.

La struttura del *call center*, parzialmente esternalizzata, resta suddivisa in assistenza per i servizi di rete mobile e fissa; quest'ultima è organizzata in 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. La gestione del traffico telefonico e delle attività di backoffice è monitorata dalla Gestione Operativa, un gruppo dedicato alle attività di regia che garantisce equilibrio, efficienza e tempestività complessive.

Il portale Tiscali di Assistenza, unitamente alla pagina Facebook di Helpdesk, contribuisce al supporto alla bacheca informatica contenente le domande formulate più frequentemente (*FAQ*): la bacheca fornisce tutte le informazioni e le procedure necessarie per la gestione in autonomia del proprio servizio, come la configurazione dei Modem e Router per la connessione a internet, la posta elettronica, e la configurazione di ulteriori parametri.

Il MyTiscali, anche in formato web, è lo strumento principale con cui i clienti possono gestire il proprio abbonamento: (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.

La qualità dei servizi di assistenza forniti è monitorata attraverso report automatici in tempo reale e non. Ogni giorno sono misurati gli indicatori di qualità con cadenza oraria. Report giornalieri, settimanali e mensili consentono di verificare la pianificazione delle risorse ed intervenire sull'organizzazione della pianificazione futura per una gestione armonica del servizio di assistenza. Attraverso queste procedure di miglioramento, è stato raggiunto un incremento del numero complessivo di chiamate risposte rispetto a quelle ricevute ed, in particolare, è migliorato il tempo di risposta ai clienti, con un incremento nell'ultimo trimestre di oltre il 14% delle chiamate risposte entro un minuto rispetto al primo trimestre del 2019.

### **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.

In riferimento all'epidemia da Coronavirus (Covid-19), Tiscali ha messo in atto diverse iniziative, mirate alla salvaguardia della salute e della sicurezza delle proprie persone.

In particolare, sono state tempestivamente bloccate tutte le trasferte dei colleghi che, con sede a Milano, viaggiavano settimanalmente sulla sede di Cagliari; parimenti sono state

bloccate le riunioni con esterni ed è stato ridotto l'accesso di fornitori al Campus di Sa Illetta, selezionando i casi contingenti e necessari.

Successivamente, si è proceduto ad una applicazione massiva e graduale dell'istituto dello smart-working domiciliare: la misura ha interessato inizialmente tutte le risorse non impegnate nelle attività a garanzia della continuità del servizio e, successivamente, è stata estesa alla restante parte dei colleghi della Gestione Clienti che, per i vincoli di piattaforma, erano chiamati a prestare l'attività in sede. Tali azioni hanno di fatto permesso la remotizzazione di una parte significativa delle attività di Customer Care, permettendo così una riorganizzazione degli spazi dedicati al Call center. In tali ambienti, così come in tutti i locali dell'azienda, si è proceduto con le attività di igienizzazione e pulizia: quindi, attenzione alle postazioni e ai servizi igienici, pulizia straordinaria della mensa, sostituzione delle posate di metallo con posate usa e getta e distribuzione di un mini kit igienizzante a tutto il personale.

Infine, si è proceduto in data 19 marzo a costituire il Comitato Paritetico per la verifica del protocollo Nazionale sicurezza Covid-19 in Tiscali Italia S.p.A.: tale organismo è costituito dai rappresentanti RLS e dalla RSU Aziendale, oltre che dalla Funzione RSU e dal Responsabile dei Servizi di Prevenzione e Protezione Aziendale. All'interno del Comitato, trovano spazio tutte le azioni di puntuale informativa sulla gestione della emergenza e la risoluzione di eventuali criticità ostative alla salvaguardia della sicurezza di tutti i colleghi chiamati a prestare la loro collaborazione in sede.

## **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, negli ultimi anni una profonda fase di ristrutturazione aziendale e di razionalizzazione del portafoglio delle attività gestite, per una migliore focalizzazione sul core business coniugata con la necessità di una drastica riduzione di tutti i costi di esercizio, condizione necessaria per rimanere competitiva all'interno del settore industriale di riferimento. Tiscali ha, quindi, realizzato alcune operazioni straordinarie, le quali hanno comportato significative riduzioni di personale. Cercando di ridurre l'impatto di tali operazioni, Tiscali ha privilegiato la riallocazione di risorse presso altri Soggetti datoriali piuttosto che il ricorso sistematico e condiviso agli strumenti di ammortizzazione sociale.

Il percorso intrapreso da Tiscali nel 2018, volto alla ristrutturazione aziendale, ha caratterizzato anche il 2019. Nonostante la pressione competitiva, la riduzione dei margini e l'affacciarsi di nuovi competitors renda sempre estremamente sfidante la ricerca della creazione del valore coniugata con l'attenzione alle persone e ai risvolti sociali legati alle dinamiche occupazionali, l'attività di razionalizzazione degli organici è stata sempre perseguita attraverso l'adozione di strumenti normativi concordati con le Parti Sociali.

A tal proposito l'Accordo Azienda Organizzazioni Sindacali del 6 dicembre 2018 ha costituito il veicolo principale di uscita dall'Azienda consentendo, attraverso il ricorso alla mobilità con non opposizione ex Legge 223/91, una diminuzione dell'organico sulla base della volontarietà incentivata, tutelata anche dall'accesso all'istituto dell'Indennità Mensile di Disoccupazione (NASPI). Nel corso del 2019 quindi 71 colleghi hanno potuto fruire di tale forma di supporto.

## **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 2019, Tiscali conta un totale di 536 dipendenti, in diminuzione di 92 unità rispetto al 2018. La quasi totalità 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 2018		Al 31 dicembre 2019	
	Totale		Totale	
Dipendenti	628		536	
Altri collaboratori	3		0	
<b>Totale</b>	<b>631</b>		<b>536</b>	

**Tabella 5 - Ripartizione del personale del Gruppo Tiscali per genere**

n. persone	Al 31 dicembre 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	301	327	628	249	287	<b>536</b>
Altri collaboratori	3	-	3	0	0	<b>0</b>
<b>Totale</b>	<b>304</b>	<b>327</b>	<b>631</b>	<b>249</b>	<b>287</b>	<b>536</b>

In Tiscali, il 53,5% dei dipendenti sono donne (pari a 287), in aumento di 1,5 punti percentuali rispetto al 2018, 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 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	301	327	<b>628</b>	249	287	<b>536</b>
<i>di cui Sardegna</i>	275	312	<b>587</b>	244	284	<b>528</b>
Estero	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>301</b>	<b>327</b>	<b>628</b>	<b>249</b>	<b>287</b>	<b>536</b>

I dati riportati nella tabella 6 confermano il totale 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 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	1	-	1	-	-	-
Tempo Indeterminato	300	327	627	249	287	<b>536</b>
<b>Totale</b>	<b>301</b>	<b>327</b>	<b>628</b>	<b>249</b>	<b>287</b>	<b>536</b>

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 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full time	268	180	448	231	168	<b>399</b>
Part time	33	147	180	18	119	<b>137</b>
<b>Totale</b>	<b>301</b>	<b>327</b>	<b>628</b>	<b>249</b>	<b>287</b>	<b>536</b>

Oltre il 25,5% dei lavoratori, pari a 137 unità (di cui 119 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.

Nel 2020, l'Azienda, volendo favorire tale modulazione dell'orario finalizzata al miglior equilibrio possibile tra vita lavorativa e esigenze personali, ha lanciato una campagna di incentivazione del part-time che permette la possibilità di optare per tutte le tipologie di part time (verticale, orizzontale, misto) oltre alla possibilità di aderire a tempo determinato (12, 24 e 36 mesi). Le persone interessate, che volontariamente aderiscono alla proposta di riduzione dell'orario di lavoro, ricevono un corrispettivo pari al 25% del differenziale tra la retribuzione originaria e la nuova retribuzione, a condizione che la riduzione degli orari sia compatibile con le esigenze organizzative.

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



**Uomini**  
46,5%



**Donne**  
53,5%



**30-50 anni**  
86,2%



**>50 anni**  
13,8%

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

n. persone	Al 31 dicembre 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	15	2	17	11	2	13
Quadri	33	12	45	26	9	35
Impiegati	252	313	565	211	276	487
Operai	1	-	1	1	-	1
<b>Totale</b>	<b>301</b>	<b>327</b>	<b>628</b>	<b>249</b>	<b>287</b>	<b>536</b>

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

n. persone	Al 31 dicembre 2018				Al 31 dicembre 2019			
	<30	30-50	50>	Totale	<30	30-50	50>	Totale
Dirigenti	-	10	7	17	-	7	6	13
Quadri	-	30	15	45	-	22	13	35
Impiegati	-	512	53	565	-	432	55	487
Operai	-	1	-	1	-	1	-	1
<b>Totale</b>	<b>-</b>	<b>553</b>	<b>75</b>	<b>628</b>	<b>-</b>	<b>462</b>	<b>74</b>	<b>536</b>

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 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-
Impiegati	10	16	26	8	14	22
Operai	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>10</b>	<b>16</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>22</b>

Rispetto all'anno 2018, la quota di categorie protette ha subito un leggero calo, in linea con la riduzione generale dell'organico. All'inizio del 2020 l'Azienda ha stipulato una convenzione con la competente Agenzia Regionale per il lavoro finalizzata al progressivo riallineamento alle percentuali di legge del numero di categorie protette contrattualizzate.

**Tabella 12 - Turnover in entrata per genere e fascia d'età<sup>7</sup>**

n. persone	Al 31 dicembre 2018					Al 31 dicembre 2019				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	-	1	-	1	<b>0,33%</b>		3	1	4	<b>1,61%</b>
Donne	-	-	-	-	<b>0,00%</b>		1		1	<b>0,35%</b>
<b>Totale</b>	-	<b>1</b>	-	<b>1</b>	<b>0,16%</b>	-	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>0,93%</b>

**Tabella 13 - Turnover in uscita per genere e fascia d'età<sup>8</sup>**

n. persone	Al 31 dicembre 2018					Al 31 dicembre 2019				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	3	33	5	41	<b>13,62%</b>	-	46	10	56	<b>22,49%</b>
Donne	-	17	2	19	<b>5,81%</b>	-	32	9	41	<b>14,29%</b>
<b>Totale</b>	<b>3</b>	<b>50</b>	<b>7</b>	<b>60</b>	<b>9,55%</b>	-	<b>78</b>	<b>19</b>	<b>97</b>	<b>18,10%</b>

La diminuzione della forza lavoro nel 2019 rispetto al 2018 è stata determinata in base alle politiche descritte nella parte introduttiva del presente paragrafo, 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) e 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

<sup>7</sup> Il turnover in entrata rappresenta il rapporto tra il numero dei nuovi assunti, suddivisi per genere, nel corso del 2019 e il totale dipendenti al 31.12.2019 per genere.

<sup>8</sup> Il turnover in uscita rappresenta il rapporto tra il numero delle uscite nel corso del 2019, suddivise per genere, e il totale dipendenti al 31.12.2019 per genere.

usufruire, qualora se ne verificano 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 2019, 69 lavoratori hanno usufruito del congedo parentale (di cui 56 donne e 13 uomini) con un tasso di rientro pari complessivamente al 100%.

**Tabella 14 - Congedi parentali<sup>9</sup>**

	Al 31 dicembre 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Riportare il numero totale di congedi parentali durante l'anno	19	64	<b>83</b>	12	57	<b>69</b>
<b>di cui:</b>	<b>Al 31 dicembre 2018</b>			<b>Al 31 dicembre 2019</b>		
Riportare il numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro a conclusione del congedo parentale	15	62	<b>77</b>	10	42	<b>52</b>
Riportare il numero totale di dipendenti che erano ancora in congedo alla data indicata	4	2	<b>6</b>	2	15	<b>17</b>
Riportare il numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro a conclusione del congedo parentale e che erano ancora impiegati 12 mesi dopo il ritorno al lavoro	9	66	<b>75</b>	9	61	<b>70</b>

**Tabella 15 - Tasso di rientro al lavoro e retention rate**

%	Al 31 dicembre 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tasso di rientro al lavoro	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Retention rate	56	89	83	83	74	75

### 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

<sup>9</sup> I congedi parentali fanno riferimento a congedi obbligatori e facoltativi.

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.

Con riferimento a colleghi con particolari forme di disabilità necessitanti una particolare tutela, accedendo alle possibilità tecnologiche abilitanti la virtualizzazione della postazione di

lavoro, nel corso del 2019 è stato concesso in via sperimentale a due dipendenti di prestare la propria collaborazione direttamente dalla propria residenza per un anno.

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 2019, si è data continuità all'implementazione del modello di rewarding aziendale, consolidato nel 2018, 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 2019, il Gruppo ha erogato oltre 3.000 ore di formazione, rivolte principalmente alle figure apicali. In particolare, sono stati svolti corsi di time management, problem solving, formazione tecnico-specialistica (tecnologie LTE, mondo del network) e corsi specifici per i dipendenti impiegati nella customer care.

**Tabella 16 - Ore medie di formazione per genere e area professionale<sup>10</sup>**

Categoria professionale	Al 31 dicembre 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	0	0	0	152	16	168
Quadri	2.014	1.342	3.356	208	56	264
Impiegati	4.430	5.639	10.069	1.192	1.744	2.936
Operai	0	0	0	0	0	0
<b>TOTALE</b>	<b>6.444</b>	<b>6.981</b>	<b>13.425</b>	<b>1.552</b>	<b>1.816</b>	<b>3.368</b>

Per il 2020 l'Azienda ha varato un piano multidisciplinare di formazione che, con il denominatore comune della digital transformation, prevede interventi su oltre 400 dipendenti.

#### 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. Inoltre, è in corso di definizione e perfezionamento un'assicurazione, stipulata dall'Azienda, a favore di tutti i dipendenti contro il rischio di infezione da Covid-19. L'assicurazione prevede l'integrazione economica ai trattamenti medico-ospedalieri, che verrà definita in relazione alle giornate di ricovero ospedaliero e alla gravità della patologia eventualmente contratta.

#### 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 374 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.

<sup>10</sup> 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.

## **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 11 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 Previndai, 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 (in via sperimentale su circa 70 unità, pari a circa il 15% degli impiegati del Gruppo, di cui circa il 18% degli uomini e circa il 13% delle donne) e vedrà la sua conclusione nel 2020, con l'estensione a tutto il personale non dirigente di Tiscali Italia S.p.A..

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 circa 70 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:** sono stati 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, è stato avviato e concluso il processo di assegnazione degli obiettivi per l’esercizio 2019 che ha riguardato tutto il personale del Gruppo Tiscali ad eccezione del gruppo dirigente specificamente incentivato con programma MBO;
- **restituzione feedback:** tramite un colloquio capo/collaboratore, è stato restituito e condiviso con il dipendente la valutazione della sua performance

## 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 2019, Tiscali ha registrato 2 infortuni sul luogo di lavoro e 5 infortuni in itinere, registrando una significativa riduzione rispetto al 2018. 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.

**Tabella 17 - Infortuni e malattie professionali suddivisi per genere**

n.casi	Al 31 dicembre 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Malattie professionali	-	-	-	-	-	-
Infortuni	6	6	<b>12</b>	3	4	<b>7</b>
di cui mortali	-	-	-	-	-	-

**Tabella 18 - Tipologia di infortuni per genere**

n.casi	Al 31 dicembre 2018			Al 31 dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul luogo di lavoro	2	1	3	-	2	2
Infortuni in itinere	4	5	9	3	2	5
<b>Totale</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>

**Tabella 19 - Indicatori salute e sicurezza per genere<sup>11</sup>**

	Al 31 Dicembre 2018			Al 31 Dicembre 2019		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di gravità <sup>12</sup>	0,37	0,14	<b>0,25</b>	0,21	0,21	<b>0,21</b>
Tasso di assenteismo <sup>13</sup>	5,65	5,65	<b>5,65</b>	6,66	7,19	<b>6,94</b>
Tasso d'infortunio <sup>14</sup>	13,85	12,78	<b>13,29</b>	7,86	9,09	<b>8,52</b>

<sup>11</sup> I dati relativi alla suddivisione per genere delle ore lavorabili, delle ore lavorate, delle ore di assenza e dei giorni persi dai dipendenti del Gruppo Tiscali sono frutto di stime effettuate secondo le migliori metodologie disponibili.

<sup>12</sup> 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.

<sup>13</sup> 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.

<sup>14</sup> 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 – La certificazione ambientale ISO 14001**

Tiscali ha da sempre considerato il controllo degli impatti ambientali delle proprie attività uno delle aree principali del proprio impegno, unitamente all’Innovazione tecnologica, ai Clienti, alle Persone ed alla Governance.

In considerazione anche del grande valore naturalistico dell’area in cui sorge la sede di Cagliari, Tiscali ha sempre provveduto a curare la zona umida di Sa Illetta con particolare attenzione, mettendo in atto tutte le precauzioni e le azioni volte a preservarne la bellezza e l’ecosistema.

La Società ritiene fondamentale impegnarsi nella promozione della sostenibilità ambientale, monitorare i rischi per l’ambiente e per la comunità locale derivanti dallo svolgimento della propria attività e, per gli impatti maggiormente significativi, mettere in atto politiche e progetti di miglioramento e di mitigazione dei rischi stessi, in una continua ricerca di equilibrio tra sviluppo dell’infrastruttura e salvaguardia dell’ambiente.

Tale impegno si esprime attraverso diverse iniziative condotte nel corso degli anni quali i progetti di efficientamento messi in atto sul Data Center di Cagliari, le azioni di sensibilizzazione dirette al personale, la promozione di sistemi di mobilità sostenibile con l’incentivazione dell’utilizzo dei mezzi pubblici, la promozione di video conference per limitare gli spostamenti esterni, favorendo quindi il lavoro da remoto per dirigenti e quadri con sedi diverse da quelle di Milano e Cagliari, e promuovendo il carsharing per la sede di Cagliari.

Al fine di consentire un miglioramento continuo delle proprie strategie ambientali, Tiscali ha iniziato, nel corso del 2019 un percorso virtuoso, che le ha consentito di ottenere, **il 16 dicembre 2019, la certificazione ISO 14001** per un **Sistema di Gestione Ambientale** costituito da politiche, processi, piani, pratiche e registrazioni che definiscono le regole di interazione dell’azienda con l’ambiente.

Lo Standard ISO 14001 rappresenta il punto di riferimento normativo per aziende e organizzazioni dotate, o che intendano dotarsi, di un Sistema di Gestione Ambientale, volto a gestire gli aspetti ambientali, soddisfare gli obblighi di conformità legislativa e affrontare e valutare i rischi e le opportunità.

In particolare, Tiscali si impegna a:

- Improntare i propri processi alla tutela dell'ambiente, verificando e monitorando costantemente gli impatti ambientali e la sostenibilità delle attività correnti;
- Adempiere agli obblighi di conformità relativi ai propri aspetti ambientali;
- Diffondere tra le risorse umane il senso di responsabilità e consapevolezza dell'ambiente, con un costante programma di formazione ed informazione;
- Programmare e mettere in atto azioni specifiche per minimizzare gli impatti ambientali generati dalle attività del Gruppo (es. limitare i consumi di risorse naturali ed energetiche, di materie prime e di materiali, prevenire eventuali perdite, ridurre la produzione di rifiuti, ecc.), stimando con anticipo i possibili impatti di ogni nuovo servizio o ogni nuova attività e, a seguito di tali analisi, adottando le necessarie misure tecniche e organizzative finalizzate all'eliminazione ovvero alla riduzione al minimo degli impatti ambientali negativi;
- Fissare periodicamente nuovi obiettivi e traguardi ambientali, volti al miglioramento continuo ed alla promozione della sostenibilità ambientale, supportati da programmi ambientali, ai vari livelli dell'organizzazione, sostenuti da soggetti responsabili ed in possesso di idonei strumenti operativi;
- Applicare con scrupolo le prassi adottate nell'ambito del proprio Sistema di Gestione Ambientale, comprese le procedure di controllo per verificare l'attuazione della presente Politica;
- Perseguire il miglioramento continuo del Sistema di Gestione Ambientale, al fine di migliorare le prestazioni ambientali.

Al fine di ottenere gli obiettivi sopraindicati, Tiscali si è impegnata a:

- realizzare un'analisi ambientale, cioè raggiungere un'approfondita conoscenza degli aspetti ambientali (emissioni, uso risorse etc.) che una organizzazione deve effettivamente gestire, capire il quadro legislativo e le prescrizioni applicabili all'azienda e valutare la significatività degli impatti;
- definire una Politica aziendale, ovvero un Piano di gestione Ambientale;
- definire responsabilità specifiche in materia ambientale;
- definire, applicare e mantenere attive le procedure e le registrazioni previste dai requisiti della 14001.

Il sistema di gestione ambientale ISO14001 garantisce a Tiscali:

- il controllo e il mantenimento della conformità legislativa con monitoraggio delle prestazioni e impatti ambientali;
- un migliore rapporto con le autorità, agevolazioni nelle procedure di finanziamento e semplificazioni burocratiche/amministrative;
- la salvaguardia del patrimonio aziendale;
- un ulteriore supporto nelle decisioni di investimento o di cambiamento tecnologico;
- la creazione e il mantenimento del valore aziendale;
- il miglioramento dell'immagine e della reputazione aziendale;
- la garanzia di un approccio sistematico e preordinato alle emergenze ambientali;
- l'attuazione di modalità definite per la prevenzione dei reati ambientali.

La certificazione è stata rilasciata dagli uditor di Bureau Veritas, i quali hanno svolto attività di verifica del possesso dei requisiti e controllo della conformità dei processi aziendali agli standard internazionali ISO 14001.

## **VI.2 – I consumi energetici e le emissioni di CO<sub>2</sub>**

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 2019, 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. Per maggiori dettagli si rinvia al paragrafo "*VI.3 – Iniziative di efficientamento energetico*".

Riguardo ai consumi dei siti wireless si segnala che, 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 ha comportato una sostanziale riduzione dei consumi energetici complessivi sulle sedi tecniche: su base annua, rispetto al 2018, la riduzione dei consumi di energia elettrica complessiva è pari a circa il 20%.

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 20 – Totale consumi energetici per fonte del Gruppo Tiscali (GJ)**

Fonti energetiche (GJ)	Al 31 dicembre 2018	Al 31 dicembre 2019
	Totale	Totale
Gasolio per autotrazione <sup>15</sup>	4.420	2.203
Energia elettrica	77.747	62.617
<i>di cui acquistata</i>	77.747	62.617
<b>Totale</b>	<b>82.167</b>	<b>64.920</b>

### 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.

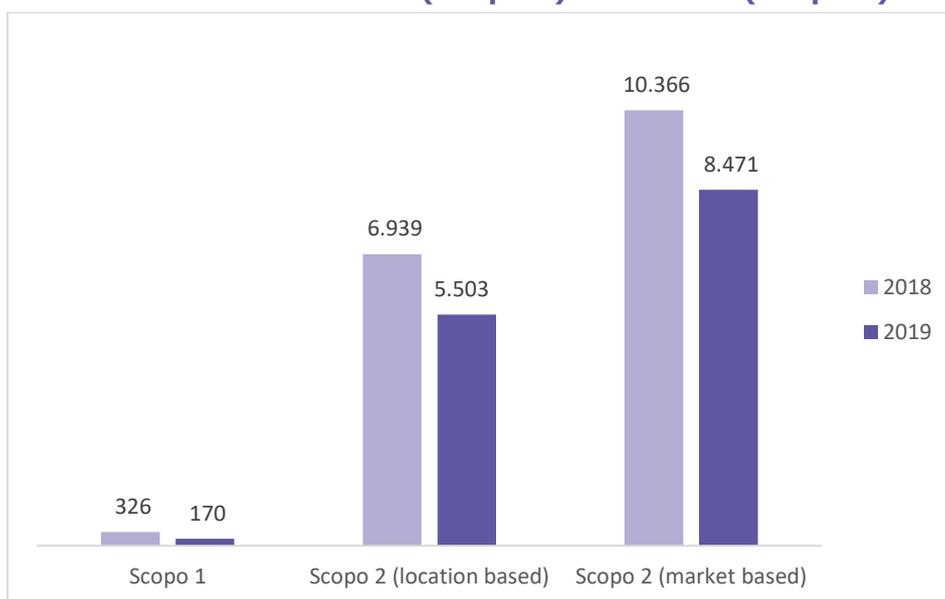
Grazie alle iniziative di efficientamento energetico implementate dal Gruppo nel corso del 2017, e proseguite nel biennio 2018-2019, le emissioni di CO<sub>2</sub> (Scopo 1) del 2019 hanno registrato un forte calo (-48% circa) rispetto all'anno precedente, per un totale di circa 170 tonnellate<sup>16</sup>. Allo stesso modo, le emissioni indirette (Scopo 2), applicando la metodologia di calcolo location based, hanno subito un calo di oltre il 20%, passando da 6.939 a 5.503

<sup>15</sup> Il dato relativo al consumo di gasolio è frutto di stima. In particolare, sono stati considerati i rimborsi chilometrici per le auto aziendali del Gruppo, con un costo medio al litro di gasolio nel 2019 pari a 1,479.46 €/1.000 litri. Fonte: *Ministero dello Sviluppo Economico - Prezzi medi mensili dei carburanti e combustibili*.

<sup>16</sup> Ai fini del calcolo delle emissioni di Scopo 1 del 2018 e del 2019, sono stati utilizzati i fattori di conversione segnalati all'interno dei documenti 2018 ABI Lab e ISPRA 2019.

tonnellate di CO<sub>2</sub>, mentre con il metodo market based<sup>17</sup> si attestano a 8.471 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente (-18% circa rispetto al 2018).

**Totale emissioni dirette (Scopo 1) e indirette (Scopo 2)<sup>18</sup>**



Fattori di emissione utilizzati			
Energia elettrica (location based)	gCO <sub>2</sub> /kWh	316,4	Fonte: ISPRA 2019
Energia elettrica (market based)	gCO <sub>2</sub> e/kWh	487,0	Fonte: AIB - European Residual Mixes, 2018
Gasolio per autotrazione	Kg/l	0,84	Fonte: ABI Lab 2018
Gasolio per autotrazione	tCO <sub>2</sub> /t	3,151	Fonte: ISPRA 2019

### VI.3 – 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 sul Data Center

Tra il 2017 e i primi mesi del 2018 Tiscali ha realizzato un progetto di ammodernamento, efficientamento e razionalizzazione degli apparati del Data Center che ha consentito, grazie anche all'adozione massiva di soluzioni di virtualizzazione, lo spegnimento di un gran numero di apparati di vecchia generazione. L'attenzione alla ricerca dell'efficienza e il presidio dei

<sup>17</sup> Ai fini del calcolo delle emissioni di Scopo 2 Market based, sono stati utilizzati i fattori di conversione segnalati all'interno del documento 2017 AIB European Residual Mixes.

<sup>18</sup> Si segnala che, all'interno del grafico, i valori relativi a Scopo 1 e Scopo 2 Location based sono espressi in tonnellate di CO<sub>2</sub> mentre per lo Scopo 2 Market based sono espressi in tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente.

consumi hanno consentito anche nel corso del 2019 di conseguire una sensibile riduzione dei consumi proseguendo sul trend già registrato negli anni 2017 e 2018.

### Progetti di efficientamento energetico sugli impianti di climatizzazione

Nel corso del 2019 sono stati avviati interventi sui sistemi di condizionamento del Data Center e degli Uffici della sede di Sa Illetta, con l'obiettivo di aumentare l'efficienza energetica complessiva tramite una serie di azioni mirate (analisi sulle temperature di sala, sulla distribuzione dei flussi d'aria fredda e sui parametri di funzionamento dei sistemi stessi). Il progetto, avviato nel 2019 e che si completerà nei primi mesi del 2020, prevede la sostituzione di alcuni elementi altamente energivori dei sistemi di raffrescamento con tecnologie di nuova generazione caratterizzate da una efficienza energetica più elevata.

La riduzione complessiva dei consumi ottenuta nel 2019 grazie alla combinazione di tutte le azioni messe in campo (-9% circa rispetto al 2018), si è sommata alle riduzioni già registrate negli anni precedenti, consentendo l'ottenimento di una riduzione complessiva di circa il 22% rispetto ai consumi pre-intervento del 2016.

**Tabella 21 – Riduzione del consumo energetico del Data Center<sup>19</sup>**

Iniziativa	Al 31 dicembre 2019				
	Unità di misura	Consumo 2019	Baseline (consumi) 2018	Risparmio ottenuto	Risparmio ottenuto (%)
Progetto Data Center + Progetto Impianto Climatizzazione	kWh	12.823.679	14.035.403	<b>1.211.724</b>	<b>8,6%</b>
	GJ	46.165	50.527	4.362	

Rilevanti anche gli interventi di efficientamento dei locali del CED, con l'adozione di soluzioni di schermatura dalle radiazioni solari e isolamento termico, volti alla riduzione del fabbisogno di energia elettrica utilizzata nei sistemi di condizionamento.

<sup>19</sup> 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%.

In ottica di risparmio energetico si inserisce il programma di rinnovo di tutti i punti illuminazione della sede privilegiando elementi di illuminazione a LED a basso consumo elettrico.

### **Gestione della mobilità**

Tiscali conferma il suo impegno alla diffusione della cultura della mobilità sostenibile, individuando soluzioni che consentano l'adozione di modalità di viaggio sempre più sensibili alla e capaci di ottimizzare gli spostamenti casa lavoro dei dipendenti. Dal 2016, è aumentato il ricorso a sistemi di interazione a distanza ad esempio, alle videoconferenze per le riunioni e le attività di formazione, riducendo il numero di viaggi e trasferte.

Particolare attenzione è stata posta sulla car policy aziendale. Dal 2018, l'azienda si è impegnata a **ridurre il numero di auto** della flotta aziendale consentendo una diminuzione rilevante dei consumi di carburante e delle emissioni di CO<sub>2</sub>, e a rendere disponibili sistemi di carpooling per gli spostamenti dei propri dipendenti dalla sede in ambito locale. Infatti, a decorrere dalla metà di novembre 2018, Tiscali e la **società Playcar** hanno stipulato una convenzione di **car sharing** nell'ambito del Tiscali Campus, che prevede condizioni agevolate per i dipendenti.

Il Car Sharing di Playcar è di tipo Station Based – Round Trip: l'utente può quindi prenotare il veicolo tramite il sito web o l'applicazione per Android e iOS, indicando al momento della prenotazione 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 ritirato. 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. I vantaggi del carsharing 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 carsharing 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 carsharing 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 carsharing 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.4 - Azioni intraprese nel 2019 aventi impatto sulla sostenibilità ambientale**

Come descritto nel paragrafo "VI.1 - *La certificazione ambientale ISO 14001*", nel corso del 2019 l'azienda ha introdotto un sistema di Gestione ambientale conforme alla norma **ISO 14001**. La gestione ambientale secondo la ISO 14001 rappresenta il passaggio dal solo rispetto delle leggi ad una gestione integrata delle attività volta alla prevenzione e al miglioramento di tutto ciò che riguarda l'impatto ambientale.

Tiscali si è posta l'obiettivo di sensibilizzare le proprie risorse sul tema della salvaguardia dell'ambiente. Le iniziative adottate nel 2019 sono le seguenti:

- 1) Al fine di eliminare progressivamente l'utilizzo della plastica usa e getta negli uffici, da ottobre 2019 sono state installate e rese operative 14 fontanelle erogatrici di acqua potabile, e contemporaneamente eliminate le bottiglie e bicchieri in plastica dagli erogatori automatici di alimenti e bevande e dalla mensa e bar aziendali;
- 2) Introduzione di un sistema di raccolta differenziata tramite cui tutti i rifiuti prodotti sono riutilizzati o correttamente riciclati. Le apparecchiature elettroniche e i rifiuti

prodotti quotidianamente negli uffici, vengono anch'essi correttamente smaltiti secondo le direttive;

- 3) Inoltre, in ottica di contenimento alla produzione di rifiuti si segnala:
- crescente ricorso a sistemi di virtualizzazione del desktop (VDI) rispetto all'acquisto di PC locali, e alla conseguente riduzione delle apparecchiature elettriche da smaltire
  - promozione dell'utilizzo dei documenti in formato digitale e riorganizzazione delle modalità di accesso alla stampa da parte dei dipendenti, con il passaggio da un sistema di stampanti diffuse a una rete centralizzata con un numero limitato di nodi (da oltre 100 a 15). Oltre al risparmio elettrico la nuova soluzione riduce lo spreco di carta, il numero di apparecchiature in opera, il consumo di toner e relativi carichi di smaltimento.
- 4) è stato avviato un processo di sostituzione delle lampade della sede con lampade a LED, che consentirà di avere un minore consumo energetico;
- 5) Adozione di misure di schermatura dalle radiazioni solari e isolamento termico presso i locali del CED per la riduzione dei consumi energetici per raffrescamento.

Infine, Tiscali, all'inizio del 2020 ha firmato un accordo con una importante realtà italiana per la realizzazione di un **impianto fotovoltaico** sui tetti del Campus Sa Illetta. Tale impianto consentirà di produrre parte dell'energia necessaria all'attività della Società, consentendo una diminuzione delle emissioni.

## VII – Analisi di materialità – Definizione dei temi materiali

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

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

## VIII – GRI Content Index

GENERAL STANDARD DISCLOSURE			
GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	PAGINA	NOTE/RAGIONI DI OMISSIONE
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
102-1	Nome dell'organizzazione	1	
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	9-10	
102-3	Sede principale	1	
102-4	Aree geografiche di operatività	12-15	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	1,10,32	
102-6	Mercati serviti	9-11	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	8,12-16,32	
102-8	Caratteristiche della forza lavoro	62-63	
102-9	Catena di fornitura dell'organizzazione	44-45	
102-10	Cambiamenti significativi dell'organizzazione e della catena di fornitura	7-8,19-26	
102-11	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	40-42	
102-12	Iniziative esterne		Non presenti
102-13	Partecipazione ad associazioni	33-35, 62	
<b>Strategia</b>			
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	4-6	
<b>Etica e integrità</b>			
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione	11-12	
<b>Governance</b>			
102-18	Struttura di governo dell'Organizzazione	24-25, 27-29	
<b>Stakeholder engagement</b>			
102-40	Elenco degli stakeholder	37-38	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva		La totalità dei dipendenti è coperta da accordi collettivi di contrattazione
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	37-38	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	37-38	
102-44	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	37-38	
<b>Pratica di reporting</b>			
102-45	Entità incluse nel Bilancio Consolidato	7-8	

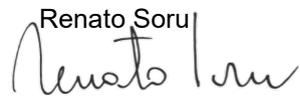
102-46	Definizione dei contenuti del report e del perimetro dei topic materiali	7-8	
102-47	Elenco dei topic materiali	39-40	
102-48	Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report	7-8	
102-49	Cambiamenti significativi in termini di topic materiali e loro perimetro	7-8, 39-40	
102-50	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	7-8	
102-51	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	7-8	
102-52	Periodicità di rendicontazione	7-8	
102-53	Contatti per informazioni sul report	7-8	
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	7-8	
102-55	Indice dei contenuti GRI	87-90	
102-56	Attestazione esterna	92-94	
<b>TOPIC-SPECIFIC STANDARD</b>			
<b>GRI 200: ECONOMIC SERIES (2016)</b>			
<b>Topic: Performance economica</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	42-43, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	42-43	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 42-43	
<b>GRI-201: Performance economica (2016)</b>			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	42	
<b>Topic: Impatti economici indiretti</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	46-50, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	46-50	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 46-50	
<b>GRI-203: Impatti economici indiretti (2016)</b>			
203-2	Impatti economici indiretti significativi	46-50	
<b>Topic: Pratiche di approvvigionamento</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	44-45, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	44-45	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 44-45	
<b>GRI-204: Pratiche di approvvigionamento (2016)</b>			
204-1	Porzione della spesa da fornitori locali	45	
<b>Topic: Anticorruzione</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	30-32, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	30-32	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 30-32	
<b>GRI-205: Anticorruzione (2016)</b>			
205-3	Casi di corruzione accertati e azioni intraprese		Non si sono verificati episodi di corruzione nel corso del 2019.
<b>GRI 300: ENVIRONMENTAL SERIES (2016)</b>			
<b>Topic: Energia</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	75-84, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	75-84	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 75-84	
<b>GRI-302: Energia (2017)</b>			
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	79	
302-4	Riduzione del consumo di energia	81-84	
<b>Topic: Emissioni</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	78-80, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	78-80	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 78-80	
<b>GRI-305: Emissioni (2016)</b>			
305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra (Scopo 1)	80	
305-2	Emissioni indirette di gas a effetto serra (Scopo 2)	80	
<b>GRI 400: SOCIAL SERIES (2016)</b>			
<b>Topic: Occupazione</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	60-67, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	60-67	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 60-67	
<b>GRI-401: Occupazione (2016)</b>			
401-1	Nuovi assunti e turnover del personale	66	
401-3	Congedo parentale	67	
<b>Topic: Salute e sicurezza sul lavoro</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	60-61, 72-74, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	72-74	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 72-74	
<b>GRI-403: Salute e sicurezza sul lavoro (2016)</b>			

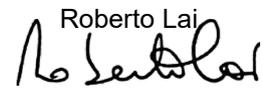
	Tipologie di infortuni e tassi di infortunio, malattie professionali, giorni persi e assenze e numero di decessi correlati al lavoro	73-74	
<b>Topic: Formazione e istruzione</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	69-72, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	69-72	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 68-72	
<b>GRI-404: Formazione e istruzione (2016)</b>			
404-1	Ore medie di formazione per anno e per dipendente	70	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	71	
<b>Topic: Diversità e pari opportunità</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	27, 62-65, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	27, 62-65	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 27, 62-65	
<b>GRI-405: Diversità e pari opportunità (2016)</b>			
405-1	Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	27, 64-65	
<b>Topic: Privacy dei consumatori (2016)</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	55-58, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	55-58	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 55-58	
<b>GRI-418: Privacy dei consumatori (2016)</b>			
418-1	Reclami riguardanti la violazione della privacy e la perdita dei dati dei clienti	57-58	
<b>Topic: Conformità socio-economica (2016)</b>			
<b>GRI-103: Gestione della tematica (2016)</b>			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	33-37, 85-86	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	33-37	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	8, 33-37	
<b>GRI 419-1: Conformità socio-economica (2016)</b>			
419-1	Non compliance a regolamenti e leggi in materia sociale ed economica		Nel corso del 2019 non sono state rilevate sanzioni significative in relazione a leggi e regolamenti in materia socio-economica.

Cagliari, 27 aprile 2020

**L'Amministratore Delegato**

Renato Soru  


**Il Dirigente Preposto alla Redazione  
dei Documenti Contabili Societari**

Roberto Lai  


## ***IX – Relazione della Società di revisione***

---

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SULLA DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO AI SENSI DELL'ART. 3, C. 10, D.LGS. 254/2016 E DELL'ART. 5 REGOLAMENTO CONSOB ADOTTATO CON DELIBERA N. 20267 DEL GENNAIO 2018

### Al Consiglio di Amministrazione di Tiscali S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Tiscali (di seguito il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 predisposta ex art. 4 del Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 27 aprile 2020 (di seguito "DNF").

### Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards").

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

### Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona

Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.328.220,00 i.v.  
Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 03049560166 - R.E.A. Milano n. 1720239 | Partita IVA: IT 03049560166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'Informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

## Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.
2. Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
3. Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo Tiscali.
4. Comprensione dei seguenti aspetti:
  - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
  - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
  - principali rischi, generati o subito connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a).

5. Comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di Tiscali Italia S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

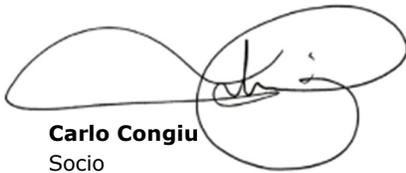
- a livello di capogruppo e società controllate:

- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per Tiscali Italia S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base della sua attività, del suo contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della sua ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco o riunioni da remoto, presso le sedi di Cagliari Località Sa Illetta e di Milano nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

## Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Tiscali relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



**Carlo Congiu**  
Socio

Cagliari, 7 maggio 2020