



Bilancio di Sostenibilità

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

Gruppo Tiscali

al 31 dicembre 2017

Data di emissione: 31 dicembre 2017

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

Tiscali S.p.A.

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

Capitale Sociale € 121.507.322,98

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

SOMMARIO

<i>Lettera dell'Amministratore Delegato agli stakeholder</i>	3
<i>Nota Metodologica</i>	5
<i>I – Gruppo Tiscali: profilo, mission e valori</i>	7
I.1 – I servizi offerti	7
I.2 – La struttura del Gruppo	8
I.3 – Mission e valori	8
I.4 – I mercati di riferimento di Tiscali	9
I.5 – Highlights	12
I.6 – La storia e l'attuale strategia di business	13
<i>II – Governance e sostenibilità</i>	19
II.1 – Governance	19
II.2 – Sistema di controllo interno e gestione dei rischi	20
II.3 – Azionariato	23
II.4 – Il contesto regolamentare e competitivo	23
II.5 – Mappatura degli stakeholder e analisi di materialità	26
II.5.1 – Principali rischi di sostenibilità	30
II.6 – Valore economico generato e distribuito	31
II.7 – Catena di fornitura	32
<i>III – Innovazione tecnologica</i>	34
III.1 – Sviluppo rete fisso-mobile: copertura e accessibilità alla rete ultrabroadband	34
<i>IV – I Clienti</i>	38
IV.1 – Offerta commerciale e marketing responsabile	38
IV.1.1 – Offerta commerciale trasparente e conforme alla normativa	39
IV.1.2 – Offerta commerciale innovativa, competitiva e in linea con esigenze del cliente	41

IV.1.3 – Informazione pubblicitaria corretta e trasparente	41
IV.1.4 – Iniziative di co-marketing	41
IV.2 – Customer satisfaction	41
IV.2.1 – La protezione dei dati del cliente.....	42
IV.2.2 – I canali di assistenza e il contenzioso con i clienti.....	43
V – Le Persone	45
V.1 – Composizione del personale e pari opportunità	45
V.2 – Formazione	52
V.3 – Il welfare di Tiscali	53
V.4 – Valutazione delle performance	54
V.5 – Ristrutturazione aziendale e salvaguardia dell’occupazione	54
V.6 – La salute e la sicurezza dei lavoratori	55
VI – L’impatto ambientale	58
VI.1 – I consumi energetici e le emissioni di CO ₂	58
VI.2 – Iniziative di efficientamento energetico	60
VI.3 – Emissioni elettromagnetiche	61
VII – Analisi di materialità – Definizione dei temi materiali	63
VIII – GRI Content Index	65
IX – Relazione della Società di revisione	71

Lettera dell'Amministratore Delegato agli stakeholder



Gentili lettrici e lettori,

È un piacere per me condividere con Voi il primo Bilancio di Sostenibilità di Tiscali.

I pilastri del nostro primo Bilancio di Sostenibilità riflettono la mission e i valori che abbiamo fatto nostri e perseguiamo e che sono parte integrante del nostro modello di business:

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

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

L'**innovazione tecnologica**, intesa soprattutto come volontà di mettere a disposizione di tutti i cittadini i vantaggi ad essa connessi, è da sempre una caratteristica distintiva di Tiscali. È stata infatti Tiscali a lanciare per prima in Italia il "free internet", ossia l'accesso gratuito alla rete.

Il biennio 2016-2017 - pur perdurando le rilevanti incertezze che possono far sorgere dubbi significativi sulla capacità dell'azienda e del Gruppo di continuare ad operare nel presupposto della continuità aziendale - ha visto l'azienda collocarsi come fornitore di connettività ultrabroadband LTE fixed wireless (con velocità fino a 100Mbps), con l'obiettivo di raggiungere aree ad oggi non presidiate, le cosiddette aree di Digital Divide "Esteso", laddove l'offerta di soluzioni di internet veloce da parte degli altri operatori è particolarmente carente.

Un importante accordo con un operatore infrastrutturale, inoltre, ci ha consentito di sviluppare offerte con capacità fino a 1GBps in particolare nelle aree urbane, completando così la nostra strategia di riposizionamento nell'offerta di connettività.

E questo è per noi un obiettivo fondamentale: crediamo fermamente che l'accesso alla rete veloce sia un diritto di tutti i cittadini, in qualunque zona geografica essi si trovino.

Nel perseguire la sua strategia, Tiscali si rivolge ai **clienti** in maniera chiara, proponendo offerte commerciali semplici e trasparenti. Un altro principio fondamentale che Tiscali ha messo al centro dei suoi valori è la **libertà del cliente**, che può scegliere e cambiare perché le offerte sono trasparenti, competitive, senza costi nascosti, e vanno incontro alle sue esigenze, senza trascurare, naturalmente, la costante ricerca di innovazione che ci contraddistingue anche nelle proposte commerciali.

In maniera analoga, la nostra comunicazione pubblicitaria è improntata al rispetto delle normative e dei codici di autoregolamentazione del nostro settore: ci rivolgiamo ai nostri clienti avendo sempre in mente quei valori di trasparenza e libertà che abbiamo fatto nostri.

Mettere il cliente al centro, scegliere il cambiamento, far accadere le cose e creare valore attraverso l'efficienza: sono questi i nostri quattro valori fondanti, che si accompagnano anche ad un nuovo modello delle competenze delle **persone**.

Coerentemente con questa visione, all'interno dell'azienda e del Gruppo ci siamo dotati di una nuova identità organizzativa, condivisa con tutti i dipendenti per la prima volta a febbraio dello scorso anno e rafforzata con diverse azioni, fra cui apposite sessioni formative, che hanno coinvolto le nostre persone a tutti i livelli.

Si tratta di concetti guida che vogliono orientare le nostre azioni.

Infine, l'impegno in tema di **impatto ambientale**.

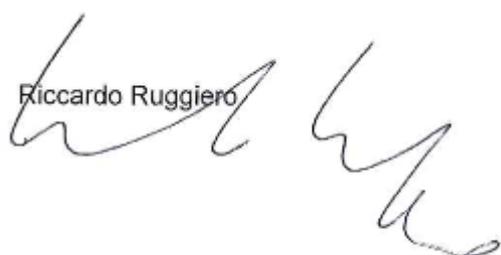
I principali impatti ambientali di Tiscali sono dovuti all'elettromagnetismo e ai consumi energetici. Per questo, nel 2017, l'azienda ha investito in termini di risorse economiche ed organizzative per continuare a ridurre i propri impatti in questo ambito. L'attenzione dell'azienda si è concentrata poi sulla gestione intelligente della mobilità: per esempio, promuovendo la riduzione dei viaggi grazie all'utilizzo di videoconferenze per riunioni e attività di formazione.

Le azioni specifiche messe in atto, inoltre, si propongono di trovare soluzioni tecnologiche per la realizzazione di una società digitale, più inclusiva e più vivibile anche sotto il profilo ambientale.

Questi dunque i cinque pilastri del nostro Bilancio di Sostenibilità, che vi invito ad approfondire nelle pagine che seguono.

L'Amministratore Delegato

Riccardo Ruggiero



Nota Metodologica

Il presente documento rappresenta la prima dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (“DNF” o “Bilancio di Sostenibilità”) del Gruppo Tiscali (di seguito anche “Tiscali” o il “Gruppo”) che a partire da quest’anno, 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 2017 (dal 1 gennaio al 31 dicembre).

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 diritti umani, consumi idrici ed 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 2017 è stata redatta in conformità ai nuovi 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, 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 come 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 2017 risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato 2017 del Gruppo Tiscali.

I dati e le informazioni della DNF si riferiscono, quindi, a tutte le società controllate consolidate con il metodo integrale nel Bilancio Consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2017.

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

In merito alle variazioni del perimetro di consolidamento intervenute nell’esercizio 2017, si segnala la cessione, finalizzata in data 10 febbraio 2017, del ramo d’azienda Tiscali Business a Fastweb, unitamente al contratto quadro per i servizi di connettività alla pubblica

amministrazione. Inoltre, sono state effettuate le cessioni di due controllate italiane minori, Istella e Streamago. Per una descrizione dettagliata delle cessioni si rinvia alla Relazione Finanziaria Annuale 2017 (paragrafo 6.8 Note esplicative).

Per quanto riguarda la situazione patrimoniale finanziaria del Gruppo al 31 dicembre 2017 richiamiamo l'attenzione su quanto descritto nella relazione sulla gestione e nelle note esplicative alla Relazione Finanziaria Annuale, ed in particolare ai paragrafi 4.8 e 6.8.1 "Valutazione in merito alla continuità aziendale e prevedibile evoluzione della gestione – Fatti e incertezze in merito alla continuità aziendale", sulle considerazioni effettuate con riferimento al perdurare delle rilevanti incertezze che possono far sorgere dubbi significativi sulla capacità del Gruppo di continuare ad operare nel presupposto della continuità aziendale, stante la situazione di squilibrio patrimoniale e finanziario in cui versa il Gruppo.

Il Bilancio di Sostenibilità è stato presentato e approvato dal Consiglio di Amministrazione di Tiscali S.p.A. del 10 maggio 2018.

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 verifica non si è estesa a dati comparativi.

La periodicità della pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità è annuale.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è disponibile sul sito internet della Società all'indirizzo investors.tiscali.it/it, nella sezione "Documenti" – "Bilanci". Copie cartacee del Bilancio di Sostenibilità 2017 sono disponibili presso la Società, e possono essere richieste via mail al seguente indirizzo: grobustelli@tiscali.com (Investor Relator).

Questa prima rendicontazione DNF rappresenta per Tiscali S.p.A. l'inizio di un graduale percorso di miglioramento continuo in ambito di comunicazione e sviluppo della sostenibilità, che vedrà nel futuro l'integrazione di principi, impegni e modalità di gestione definiti dalla Capogruppo e diffusi al suo interno rispetto alle principali tematiche in tale ambito, con riferimento anche ai temi espressamente richiamati dal D.lgs. 254/16.

I – Gruppo Tiscali: profilo, mission e valori

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

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

I.1 – I servizi offerti

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

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

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

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

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

- Il portale www.tiscali.it, uno dei principali portali italiani che nel 2017 ha avuto un traffico complessivo medio mensile di oltre 300 milioni di pageviews;
- La concessionaria Vevisible S.r.l. (di seguito anche “Vevisible”) che si occupa della vendita degli spazi pubblicitari del portale Tiscali e di altre web properties italiane.

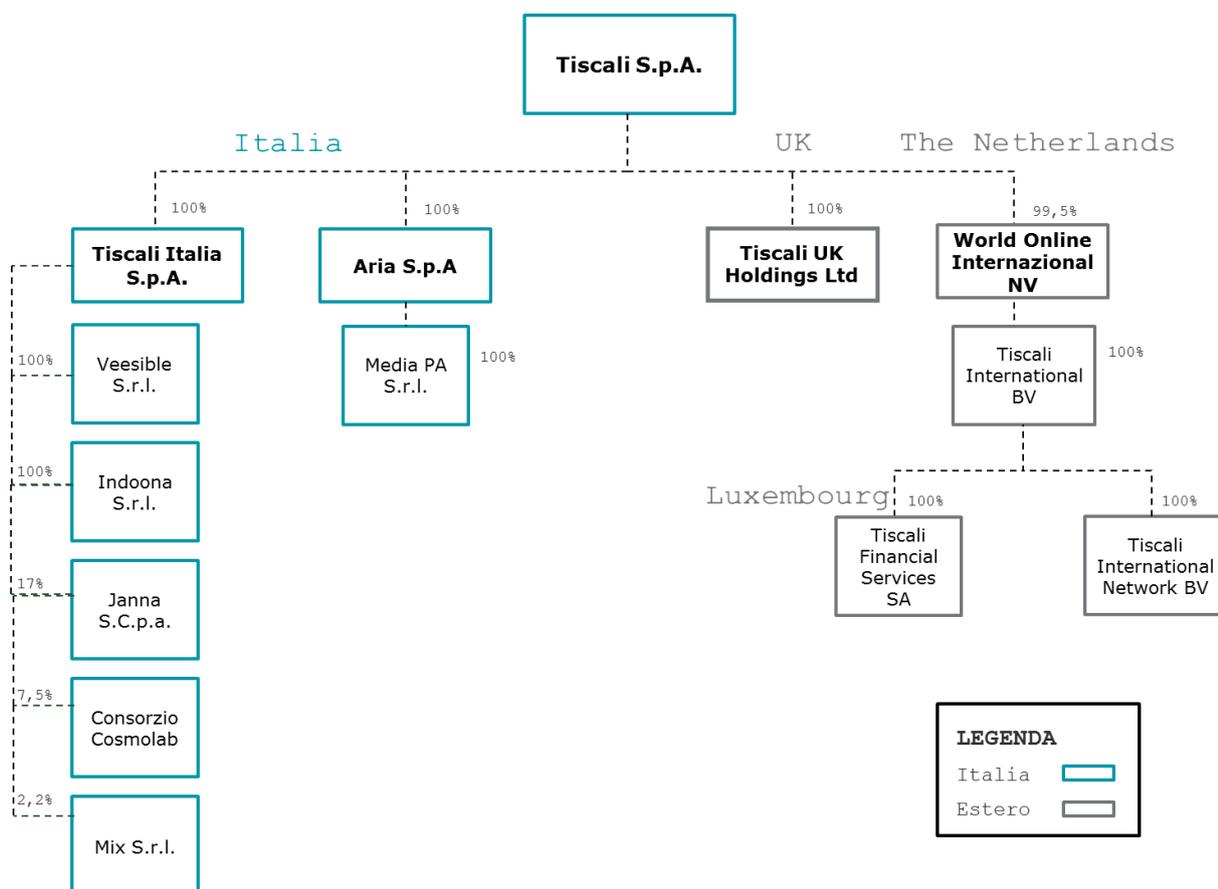
Tiscali distribuisce i propri prodotti e servizi dedicati al mercato residenziale e *business* attraverso l’integrazione di diversi canali di vendita:

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

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

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

Tiscali distribuisce i propri prodotti business e wholesale agli altri operatori di telecomunicazioni attraverso canali di distribuzione diversi, 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

I.3 – Mission e valori

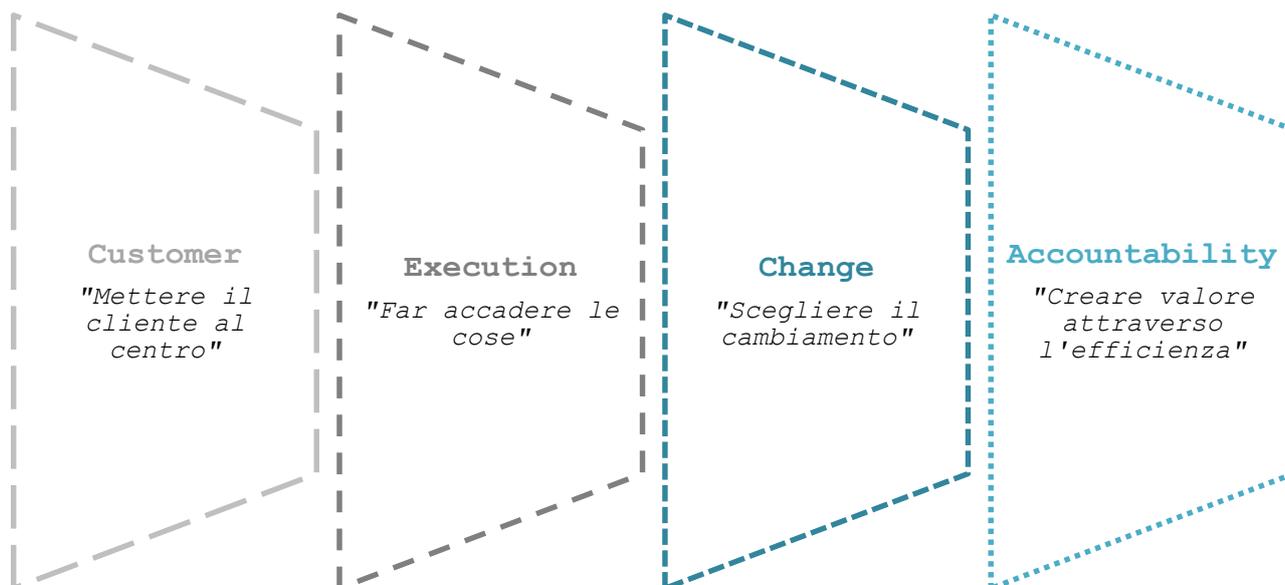
A partire dal 2017 Tiscali ha avviato una profonda revisione della propria cultura organizzativa riscrivendone tutti i principi fondanti. In particolare, attraverso un processo di coinvolgimento top-down, la **mission** di Tiscali è stata ridefinita come segue:

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

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

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

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



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

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

I.4 – I mercati di riferimento di Tiscali

Tiscali opera nel mercato italiano dei servizi di telecomunicazioni, il quale ha un valore complessivo, tra servizi fissi e mobili, di circa 32 miliardi². In particolare, Tiscali opera nel mercato dei servizi a banda larga fisso e mobile e nel mercato advertising online.

Mercato banda larga fisso

Con riferimento all'evoluzione del mercato di accesso a banda larga da rete fissa, che costituisce il principale mercato coperto da Tiscali, gli accessi broadband in Italia hanno raggiunto 16,38 milioni di unità³, con un aumento rispetto a settembre 2016 di circa 950 mila accessi. Tale evoluzione di mercato è coerente con una generale e crescente richiesta da parte degli utenti e in linea con l'evoluzione delle applicazioni, in particolare del videostreaming.

² Fonte: Relazione Annuale 2017 AGCOM - Advertising Data Centre and IT Infrastructure Professionals.

³ Fonte: Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - AGCOM (ultimo aggiornamento disponibile: settembre 2017).

Il Gruppo Tiscali, nel corso del 2017 ha adottato una serie di azioni coerenti con lo sviluppo del mercato broadband sopra descritto.

Nel mercato broadband di rete fissa, il portafoglio clienti di Tiscali è arrivato a circa 451 mila unità a dicembre 2017, in crescita rispetto alle 440 mila unità di dicembre 2016: ciò ha permesso a Tiscali di mantenere una posizione sostanzialmente stabile con una quota di mercato pari al 3,2%. In particolare, è cresciuto il numero degli utenti Fibra passato da circa 10 mila a dicembre 2016 a un valore di circa 47 mila a dicembre 2017.

Mercato banda larga mobile

Per quanto riguarda i servizi mobile, il mercato italiano registra una crescita nel numero totale dei clienti (99,1 milioni a settembre 2017 contro i 97,7 milioni di settembre 2016³) trainata dalla crescita delle SIM Not Human a seguito dello sviluppo di modelli Internet of Things (IoT).

Sul mercato mobile, nel quale opera come MVNO, Tiscali ha registrato a dicembre 2017 una buona performance grazie alla sua offerta voce-sms e dati. Il portafoglio dei clienti mobile è arrivato a dicembre 2017 a 230 mila unità, registrando un incremento del 39% nel numero dei clienti MVNO mobile rispetto a dicembre 2016.

Continua inoltre sul mercato la crescita del traffico dati su rete mobile, cresciuto a settembre 2017 di oltre il 65% rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente e trainato dalla diffusione di Smartphone, Tablet e modem Wi-Fi 3G/4G, oltre che dal continuo sviluppo delle applicazioni mobili, sia da parte dei media online sia da parte delle aziende.

Per competere con il crescente successo di questo mercato, Tiscali ha lanciato nel 2017 la nuova suite Open con offerte pensate per le diverse esigenze di comunicazione dei clienti, semplici e senza costi nascosti o vincoli di ricarica, con un pricing estremamente competitivo, e che offrono ai clienti la possibilità di creare la propria offerta avendo a disposizione circa 200 personalizzazioni differenti e di cambiarla gratuitamente in funzione delle proprie esigenze di utilizzo.

Mercato Advertising online

Il mercato della pubblicità online ha registrato nell'anno 2017 un risultato complessivo del +1,7% rispetto al 2016, derivato principalmente dalla crescita dei device mobili (secondo quanto rilevato dalla FCP - Federazione Concessionarie Pubblicità⁴: 70,5 milioni di euro nel 2017 contro i 44,4 milioni di euro nel 2016).

Sul comparto dell'advertising online mobile, la crescita è stata del 58,5% e ha portato la sua incidenza sul totale a un valore del 15,4%; la raccolta sul segmento web tradizionale da desktop, invece, continua a registrare una contrazione, con un risultato a fine anno del -5,3% rispetto all'esercizio precedente.

Il mobile advertising rimane uno dei principali driver futuri di crescita, in considerazione del crescente peso, ormai preponderante, dell'audience generata dall'utilizzo di device mobili

⁴ La Federazione Concessionarie Pubblicità è l'organismo associativo che raccoglie ed aggrega i dati relativi alle maggiori aziende, sia concessionarie che gestori diretti, che operano nel settore della vendita di spazi pubblicitari sui principali mezzi: quotidiani, periodici, televisione, radio, internet, cinema, Go Tv.

rispetto ai pc tradizionali (Audiweb⁵ dicembre 2017: 21,3 milioni di utenti unici mobile nel giorno medio contro 10,6 milioni di utenti unici pc, sempre nel giorno medio).

La visione di lungo periodo resta tuttavia confermata, con indicatori di crescita per il mobile advertising, il native advertising⁶ (+44,1% rispetto al 2016, ma con ancora una bassa incidenza, pari al 7,7% sul totale mercato) e il video advertising (+13,6% rispetto al 2016 con un'incidenza sul totale mercato nel 2017 del 23,1%).

⁵ Audiweb è l'organismo che rileva e distribuisce i dati di audience di internet in Italia, offrendo al mercato dati obiettivi, di carattere quantitativo e qualitativo, sulla fruizione del mezzo.

⁶ Il native advertising è un contenuto sponsorizzato promosso e visualizzato all'interno dei contenuti offerti ai lettori che, al contrario della pubblicità tradizionale, permette di calare completamente la pubblicità all'interno di un contesto, con lo scopo di attrarre l'attenzione dell'utente attraverso l'engagement e senza interrompere la sua attività.

I.5 – Highlights

20% della popolazione italiana coperta dalla **rete fixed wireless** di Tiscali, di cui circa due terzi in modalità LTE

4.015 punti vendita sull'intero territorio nazionale di cui **30 monomarca**



687 dipendenti di cui 612 in

748.000 utenti, di cui:
451 mila con accesso broadband fisso
67 mila con accesso fixed wireless
230 mila clienti mobili MVNO

€ 207,6 milioni*
ricavi totali (+5,4% rispetto al 2016)
€ 29,1 milioni*

*Dati dalla Relazione Finanziaria Annuale 2017 del Gruppo Tiscali

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 la sua 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

2004-2006

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

2006-2007

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

2007

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

2008

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

2009

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

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

2010

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

2012

Vengono costituite le società Veesible 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 ampliando il proprio portafoglio di asset industriali, acquisendo così la licenza su 40MHz di spettro su frequenza 3.5Ghz "technology neutral" e la rete di accesso proprietaria fixed wireless.

L'attuale strategia di business

La fusione con Aria alla fine del 2015 ha consentito a Tiscali di acquisire la licenza della durata di 15 anni per l'utilizzo, su tutto il territorio nazionale, di 40MHz di spettro su frequenza 3.5GHz per offrire servizi di telecomunicazione (internet e telefonia) alla clientela Retail.

Grazie alla fusione con Aria, il Gruppo Tiscali è diventato uno dei pochi operatori nazionali ad avere un'infrastruttura di rete End-to-End proprietaria (rete di trasporto e rete di accesso), asset fondamentale per operare con successo nel mercato delle telecomunicazioni e aumentare la competitività delle proprie offerte e, di conseguenza, la loro profittabilità.

Tale operazione, completata con successo e con apporto di significative sinergie di costo per il Gruppo Tiscali, ha anche portato a importanti cambiamenti organizzativi, con la nomina del nuovo Amministratore Delegato del Gruppo Tiscali nel febbraio 2016 e la progressiva introduzione di un nuovo management team nel corso dell'anno.

Tale evento ha contribuito a ridisegnare complessivamente la strategia del Gruppo Tiscali ora incentrata sulle seguenti principali linee-guida:

1) Rifocalizzazione sulle attività Core

Nel biennio 2016-2017 l'Azienda ha messo in atto una serie di attività di razionalizzazione del portafoglio delle attività gestite, al fine di concentrarsi e focalizzarsi sulle attività più strategiche legate allo sviluppo del Core Business ovvero i mercati broadband fisso, mobile e broadband fixed wireless LTE.

In particolare nel corso dell'anno 2016 e primi mesi del 2017 sono state portate a termine le seguenti attività di razionalizzazione strategica:

- la cessione del ramo di azienda business che comprende i clienti del segmento Top client di Tiscali e il contratto-quadro per i servizi di connettività (SPC – Sistema Pubblico di Connettività) a Fastweb. L'accordo rafforza la strategia di rifocalizzazione di Tiscali sulla fornitura al mercato consumer, SOHO (*Small Office Home Office*) e SME (*Small Medium Enterprise*) di connettività ultrabroadband fixed wireless sia su rete proprietaria nelle aree in digital divide esteso, sia su rete in Fibra nelle altre aree;
- l'accordo con Engineering per la gestione in "full outsourcing" dei servizi di Information Technology. L'accordo, della durata di 7 anni, si basa su un progetto di efficientamento dell'infrastruttura tecnologica e delle piattaforme applicative, con l'obiettivo di coniugare un miglioramento dei livelli di servizio con una maggior efficienza dei processi IT interni, nonché una riduzione attesa dei costi di gestione degli stessi di circa il 20%, a partire dalla seconda metà del 2017;
- la progressiva razionalizzazione delle attività OTT - *Over The Top* (Indoona, Istella, Streamago) portata definitivamente a termine nel corso del 2017 attraverso la cessione delle attività di Streamago e del ramo d'azienda Istella;
- l'accordo con Sky che affida, in modo esclusivo, la raccolta pubblicitaria online sul portale Tiscali e sui siti che Veesible ha in portfolio a Sky Italia. Tale accordo permetterà di massimizzare le opportunità commerciali del mercato online e di consolidare le rispettive audience digitali tramite nuove sinergie editoriali, grazie alle quali il sito Tiscali arricchirà la proposta di contenuti con l'inserimento di una selezione di video Sky.

2) Ritorno alla crescita sul Core Business

La focalizzazione sul Core Business ha consentito al Gruppo, nel corso degli ultimi 18 mesi, di tornare a crescere sul portafoglio dei clienti relativo alle linee di business principali (broadband fisso, broadband fisso wireless e mobile) e di invertire una tendenza negativa che si era consolidata negli ultimi anni fino al 2015:

- ritorno alla crescita sul portafoglio broadband fisso grazie alla nuova strategia distributiva e di marketing. I clienti del portafoglio broadband fisso sono passati da circa 422 mila clienti a giugno 2016, a oltre 451 mila clienti a dicembre 2017, segnando una crescita di circa 30 mila clienti;
- focalizzazione dello sforzo commerciale sulle soluzioni ultrabroadband ad altissima capacità che ha consentito di arrivare ad avere circa 100 mila clienti ultrabroadband (Fibra e LTE), ovvero poco meno del 20% del totale portafoglio broadband fisso e fixed wireless, a fine dicembre 2017;
- forte accelerazione della crescita della customer base mobile anche grazie allo sviluppo di Open, nuova offerta modulare mobile di Tiscali. I clienti mobile di Tiscali hanno raggiunto a dicembre 2017 le oltre 230 mila unità.

Tali risultati positivi sono stati possibili grazie ad una nuova strategia commerciale e di marketing incentrata sui seguenti aspetti:

- una razionalizzazione complessiva dell'offerta;
- una rifocalizzazione totale sui segmenti Consumer, SOHO e SME;
- l'introduzione di una strategia distributiva "multicanale" che, grazie all'integrazione con la preesistente struttura di canali fisici di Aria (dealer, negozi e installatori), ha comportato un incremento degli investimenti per acquisizione della clientela;
- un miglioramento dei processi complessivi di gestione del cliente che hanno contribuito a una riduzione nelle cessazioni.

3) Massima valorizzazione dello spettro 3.5GHz

Grazie alla fusione con Aria, il Gruppo Tiscali è divenuto titolare di una licenza per il diritto d'uso di 40MHz di spettro su frequenza 3.5GHz su tutto il territorio nazionale. Tale spettro è divenuto il principale asset industriale di Tiscali.

Il Gruppo è così potuto diventare un soggetto attivo nella diffusione dei servizi ultrabroadband ad altissima capacità soprattutto in quelle aree del paese ancora in "Digital Divide", in cui la carenza di infrastrutture fisse alternative ha finora limitato la penetrazione di servizi broadband ad altissima capacità. Tali infrastrutture sono ormai divenute elemento fondamentale per garantire lo sviluppo economico e sociale del paese, e la loro diffusione ha permesso a tali aree di allinearsi al resto del Paese.

Inoltre, nel corso del 2017, è emerso in maniera sempre più chiara come la frequenza 3.5GHz (di cui Tiscali è titolare) sia un asset importante per lo sviluppo dei futuri servizi 5G di mobile data. Durante il Mobile World Congress 2018, tutti i principali vendor tecnologici insieme all'ITU (*International Telecommunication Union*), il principale ente di standardizzazione mondiale nel campo delle telecomunicazioni, hanno certificato come la frequenza 3.5GHz sarà tra le prime ad essere utilizzata per lo sviluppo dei futuri servizi 5G ultrabroadband mobile data. In aggiunta a ciò, nel corso del 2017, il governo italiano ha accelerato il percorso per l'assegnazione di tutte le frequenze abilitanti il lancio e lo sviluppo dei futuri servizi 5G.

In tale contesto, è da osservare come persistano alcune incertezze legate all'evoluzione del mercato delle telecomunicazioni e al raggiungimento degli obiettivi di crescita fissati relativi ai servizi Ultrabroadband LTE, principale area di sviluppo prevista dall'azienda, in un contesto di mercato caratterizzato da una forte pressione competitiva; in particolare, l'esercizio 2017, pur se caratterizzato dai positivi connotati di sviluppo e crescita precedentemente evidenziati, è stato negativamente influenzato da un fattore esogeno derivante dall'indeterminatezza regolamentare avviatasi nella prima parte dell'anno 2017, quando si è acuita l'incertezza sulle probabilità e le correlate modalità di rinnovo, oltre la naturale scadenza del 2023, delle licenze sulla porzione di spettro su frequenza 3.5GHz iscritte nell'attivo patrimoniale del Gruppo.

Questa circostanza, associata al mutato quadro tecnologico e di mercato relativo all'uso della frequenza in capo all'azienda, a supporto del lancio dei servizi 5G e di cui l'azienda deve tenere conto per la definizione dei propri piani futuri di sviluppo, ha portato gli alla necessità di revisione del piano industriale, tenendo conto del fatto che all'esito della consultazione pubblica indetta con la delibera n. 503/17/CONS in data 11 aprile 2018 AGCOM ha espresso un parere positivo alla proroga delle licenze in uso all'azienda fino al 2029 disponendo alcune condizioni correlate a tale rinnovo. In particolare il nuovo Piano Industriale 2018-2021, approvato in data 10 maggio 2018, pur confermando le linee guida strategiche già incluse nel piano precedente, ha rivisto i tempi di raggiungimento degli obiettivi di sviluppo per tenere conto dei ritardi legati all'incertezza sull'ottenimento della proroga sulla frequenza 3.5GHz precedentemente richiamata oltre che per ottimizzare lo sviluppo della rete LTE Fixed Wireless in vista della prospettiva legata ai futuri servizi 5G.

In linea con queste premesse, il Piano Industriale di Tiscali prevede un ulteriore sviluppo della rete proprietaria LTE su frequenza 3.5GHz, il cui valore strategico è stato significativamente rafforzato dall'esito positivo della consultazione AGCOM a cui il MISE dovrà conformarsi e che prevede l'allungamento della durata della licenza di ulteriori sei anni: obiettivo del Gruppo è coprire circa il 50% della popolazione italiana con servizi LTE ultrabroadband fixed wireless di nuova generazione con capacità fino a 100Mbps, con particolare focus sulle aree di Digital Divide "Esteso" dove, come detto in precedenza, Tiscali vuole giocare un ruolo di primo piano quale ponte verso la tecnologia 5G estesa anche al proprio spettro di frequenza in concessione.

4) Rilancio del marchio Tiscali

In coerenza con la nuova strategia di approccio al mercato, nel corso del 2017 Tiscali ha, inoltre, inaugurato una nuova strategia di comunicazione.

La campagna, che ha registrato un grande successo, ha voluto focalizzare l'attenzione sul rinnovo del brand grazie anche un nuovo testimonial internazionale (Jeff Bridges), ed ha avuto come obiettivi:

- il supporto al processo di acquisizione dei nuovi clienti attraverso canali "pull" per una prospettiva riduzione del costo medio di acquisizione per cliente;
- il rilancio della visibilità del marchio Tiscali sul mercato.



STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ

Tiscali ritiene che la sostenibilità sia un fattore di cruciale importanza per il successo del Gruppo nel lungo periodo: obiettivo di Tiscali è rispondere in modo sostenibile e attraverso il business alle aspettative di tutti gli stakeholder rafforzando la reputazione e la competitività dell'azienda.

Nel corso del 2017, il Gruppo Tiscali ha redatto, per la prima volta nella sua storia, il proprio Bilancio di Sostenibilità definendo così le linee guida per una strategia di sostenibilità. Attraverso questo documento il Gruppo intende dimostrare il proprio impegno verso tutti gli stakeholder e verso l'ambiente. Attraverso le iniziative implementate durante il 2017 e gli obiettivi per il futuro, Tiscali vuole porre maggiore attenzione alle tematiche di sostenibilità, monitorando i propri impatti e accrescendo costantemente il proprio senso di responsabilità.

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 2015.

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. Inoltre, 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 16 febbraio 2016 ed è composto da nove membri, di cui tre donne; attualmente, vi sono tre amministratori indipendenti e solo Riccardo Ruggiero, Amministratore Delegato, è in possesso di poteri esecutivi delegati dal Consiglio.

Membri del C.d.A. per genere e fasce di età

n. persone	Al 31 dicembre 2016				Al 31 dicembre 2017			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Uomini	-	2	4	6	-	2	4	6
Donne	-	1	2	3	-	1	2	3

Il Consiglio è stato eletto sulla base di un'unica lista presentata all'Assemblea congiuntamente da Renato Soru, Aria Telecom Holding BV e Otkritie Disciplined Equity Fund e rimarrà in carica fino all'approvazione del Bilancio di esercizio per l'anno 2017.

I membri del Consiglio di Amministrazione, la durata del mandato, la qualifica di amministratore esecutivo o non esecutivo, il numero e la natura degli altri incarichi sono indicati nel paragrafo 5.3.1 all'interno della Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari di Tiscali, inclusa all'interno della Relazione Finanziaria Annuale 2017.

Inoltre, la Società pubblica in un'apposita sezione intitolata "*governance*" del proprio sito internet, 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 16 febbraio 2016, ha provveduto a costituire al suo interno i seguenti comitati: Comitato Controllo e Rischi, Comitato per le Nomine e le Remunerazioni, Comitato per le Operazioni con parti Correlate, Comitato per gli investimenti e Comitato per le Operazioni di Finanza Straordinaria.

I Comitati scadranno congiuntamente al Consiglio di Amministrazione con l'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2017.

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 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 del cui supporto si avvale 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, il Preposto al Controllo Interno, e, quindi, la funzione di Internal Audit, riportano gerarchicamente al Presidente del Consiglio di Amministrazione mentre, dal punto di vista amministrativo, il riporto è 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.3.1 del presente Bilancio di Sostenibilità.

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

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

Tiscali è pertanto consapevole, anche in considerazione delle peculiarità del business svolto, dell'importanza di dotarsi di un sistema di controllo interno idoneo a prevenire la commissione di comportamenti illeciti da parte dei propri amministratori, dipendenti, agenti, rappresentanti, partner d'affari 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 e l'approvazione da parte del Consiglio di Amministrazione di Tiscali Italia è prevista nella seduta di approvazione del progetto di Bilancio 2017.

I principi e le regole di comportamento contenute nel Modello si integrano con quanto espresso nel Codice Etico adottato dal Gruppo Tiscali, il quale indica 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 del Gruppo è disponibile sul sito internet della Società nella sezione "Governance".

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

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

LOTTA ALLA CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA

In linea con l'impegno del Gruppo per la lotta alla corruzione attiva e passiva, il sistema di controllo interno di Tiscali S.p.A. 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, coi fornitori, coi consulenti o partner e coi dipendenti. Tali attività, ritenute "sensibili" e quindi maggiormente rischiose, vengono individuate in seguito ad operazioni di risk assessment eseguite internamente. Per tale ragione, la Società definisce, implementa e diffonde specifiche policy aziendali che disciplinano lo svolgimento delle attività considerate sensibili, o comunque collegate. Tali policy hanno inoltre il compito di controllare e definire in dettaglio il sistema di riporto e i flussi informativi nei confronti dell'OdV.

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

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

Tutte le legal entities del Gruppo dotate di un Modello 231/01 attivo nel 2017 (Tiscali S.p.a., Tiscali Italia S.p.a. e Aria S.p.a.), hanno svolto attività di valutazione dei rischi di corruzione verso la pubblica amministrazione e verso i privati.

Il Modello è stato distribuito a tutti i dipendenti del Gruppo ed è stata inoltre somministrata formazione in ambito 231 a tutti i dipendenti negli anni passati. In tale ambito, la formazione ha un piano di roll out e nel 2017 è stata erogata unicamente a 25 persone (197 nei primi 4 mesi del 2018).

II.3 – Azionariato

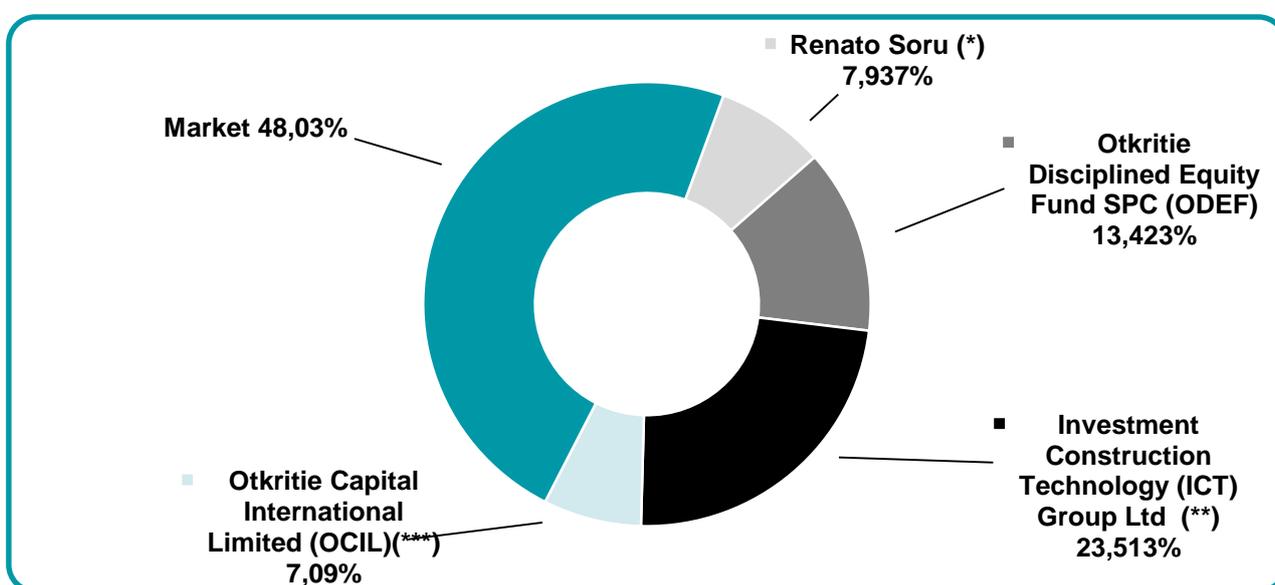
Tiscali S.p.A. è una società per azioni organizzata secondo l'ordinamento della Repubblica Italiana. Le azioni Tiscali sono quotate sulla Borsa Italiana (Milano: TIS) da ottobre 1999.

Al 31 dicembre 2017 il capitale sociale, interamente sottoscritto e versato, ammonta a Euro 121.507.322 ed è suddiviso in 3.981.880.763 di azioni ordinarie prive di valore nominale.

Al 31 dicembre 2017, la capitalizzazione di mercato è pari a circa Euro 141.754.955, calcolata sul valore di Euro 0,0356 per azione a quella data.

L'azionista di riferimento di Tiscali è Otkritie Disciplined Equity Fund, il quale possiede il 13,42% del capitale ordinario (e il 13,42% dei diritti di voto).

Si riporta di seguito la composizione del capitale azionario al 31 dicembre 2017:



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

(**) La partecipazione è detenuta per il tramite di Powerboom Investments Limited. Da comunicazione effettuata ex art. 119 del Regolamento Emittenti risulta che la società Investment Construction Technology Group Ltd, tramite la controllata Powerboom Investment Limited, in forza di contratti di riporto riporto per un ammontare complessivo di azioni pari al 23,51%, impartisce direttive di voto di volta in volta alle relative controparti, come previsto da specifiche clausole contrattuali

(***) OCIL: LLC "Concer "ROSSIUM" ha comunicato che ai sensi dell'Art. 120 TUF è il soggetto controllante ultimo di Sova Capital Limited (già Otkritie Capital International Limited - OCIL) titolare di una partecipazione in Tiscali Spa pari al 7.09% del capitale sociale

II.4 – Il contesto regolamentare e competitivo

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

- Gli altri Operatori;
- 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 principalmente finalizzate a disciplinare il comportamento degli operatori nell'offerta dei servizi e assicurare 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), istituite per garantire la corretta competizione fra gli operatori sul mercato e il rispetto delle regole che vietano le intese anti-concorrenziali tra imprese, abusi di posizione dominante e concentrazioni tali da creare o rafforzare posizioni dominanti dannose per la concorrenza.

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

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

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

Nel 2017 Tiscali ha subito una sanzione da parte della Autorità Antitrust (AGCM - Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) per non conformità a quanto disposto nel Codice del Consumo. Il valore monetario di tale sanzione è pari a un milione di Euro. Nello specifico si tratta di una sanzione dovuta a inottemperanze relative alla conclusione dei contratti a distanza mediante telefono e on line. Tiscali ha rimediato alle inottemperanze adeguando le procedure alle previsioni normative applicabili.

Rapporti con il MISE

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

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

Rapporti con Associazioni di Categoria

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

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

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

Rapporti con l'Organo di Vigilanza Telecom

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

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

Rapporti con la Commissione Europea

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

Le norme volontarie: la politica delle Certificazioni

Al fine di garantire qualità, sicurezza e rispetto della legislazione applicabile ai propri processi e servizi, Tiscali ha seguito una politica indirizzata all'adozione di sistemi gestionali e processi certificabili secondo norme volontarie specifiche di riferimento.

Tiscali ha ottenuto e mantiene le seguenti certificazioni:

- ISO/IEC 27001:2013
- UNI EN ISO 9001:2008

ISO/IEC 27001 è uno standard normativo a livello internazionale, soggetto a verifica e certificabile che definisce i requisiti per un Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni (SGSI). La norma applica, controlla, riesamina e gestisce il sistema di gestione della sicurezza delle informazioni e della privacy a livello aziendale e garantisce la *best practice* in materia di integrità, disponibilità e salvaguardia della privacy delle informazioni dei Clienti.

L'adeguamento allo standard ISO/IEC 27001 e l'ottenimento della relativa certificazione garantisce dunque la tutela delle informazioni e la sicurezza dei sistemi per quanto riguarda gli aspetti tecnologici, operativi, procedurali e ambientali. Tiscali ha ottenuto la certificazione ISO/IEC 27001 nel 2011.

UNI EN ISO 9001 è uno standard normativo a livello internazionale che definisce un sistema di gestione per processi dei prodotti e dei servizi. La certificazione UNI EN ISO 9001 è riconosciuta a livello mondiale come la migliore norma in tema di efficienza organizzativa e si focalizza sulla gestione dei processi e la soddisfazione del cliente.

Lo scopo primario dell'UNI EN ISO 9001 è il perseguimento della soddisfazione del proprio cliente assicurando nel tempo il miglioramento e la qualità dei propri prodotti e dei servizi. Tiscali ha ottenuto la certificazione UNI EN ISO 9001 nel 2003.

Il mantenimento delle due certificazioni, alla luce di una crescente preoccupazione sui temi di sicurezza dei dati, conferma e rafforza l'impegno di Tiscali nel miglioramento costante dell'efficienza dei servizi erogati, salvaguardando la sicurezza dei dati gestiti.

II.5 – Mappatura degli stakeholder e analisi di materialità

Mappatura degli Stakeholder

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

Tali attività di coinvolgimento sono mirate a sviluppare un rapporto basato su fiducia, trasparenza e condivisione, permettendo a Tiscali di comprendere quali siano le necessità e le aspettative degli stakeholder.

Interagire con i propri stakeholder per Tiscali significa rafforzare la comprensione delle istanze e delle priorità rispetto ai temi rilevanti della propria strategia e raccogliere contributi sui possibili ambiti di sviluppo della strategia stessa per incrementare la capacità di creare valore condiviso tra l'Azienda e gli stakeholder.



Di seguito sono riportati i principali stakeholder del Gruppo:

Vista la particolare situazione patrimoniale finanziaria del Gruppo al 31.12.2017 e i relativi rischi e incertezze, come riportato nel paragrafo 4.8 della Relazione Finanziaria Annuale, si sottolinea il ruolo di azionisti di riferimento, banche finanziatrici e società di leasing nonché dei fornitori nel garantire il sostegno finanziario alle attività d'impresa con iniezioni di liquidità o concessioni di dilazioni di pagamento dei debiti che sono il presupposto dell'equilibrio finanziario propedeutico alla continuità aziendale.

Modalità di coinvolgimento

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

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

Stakeholder	Dettaglio	Modalità di coinvolgimento
Clienti	<ul style="list-style-type: none"> • Clienti • Associazioni dei consumatori 	<ul style="list-style-type: none"> • Canali internet • Canali social • Indagini di customer satisfaction

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

Analisi di materialità

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

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

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

La validazione delle tematiche materiali è avvenuta in occasione dell'approvazione del Bilancio di Sostenibilità stesso, in data 10 maggio 2018 dal Consiglio di Amministrazione del Gruppo.

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



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

II.5.1 – Principali rischi di sostenibilità

CYBER RISK

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

Modalità di gestione e mitigazione del rischio

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

EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE

E IMPATTI SULLA SALUTE

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

Modalità di gestione e mitigazione del rischio

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

CATENA DI FORNITURA

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

Modalità di gestione e mitigazione del rischio

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

La maggioranza dei fornitori di Tiscali (90%) è costituita da fornitori di standing elevato (big player nel settore delle telecomunicazioni), sia dal punto di vista tecnico-professionale, sia dal punto di vista dei principi di sostenibilità adottati. Mantenendo stabili e corretti rapporti con tali fornitori, il Gruppo riduce in tal modo il rischio in oggetto (si rinvia al Paragrafo "II.7 Catena di Fornitura").

CONTINUITÀ DEL BUSINESS

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

Modalità di gestione e mitigazione del rischio

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

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

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

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

II.6 – Valore economico generato e distribuito

RICAVI

Nel 2017 Tiscali ha generato ricavi per Euro 207,6 milioni, in crescita del 5,4% rispetto al 2016, per effetto dell'aumento del fatturato dei servizi wholesale e MVNO, oltre ad "Altri proventi" per Euro 3,7 milioni.

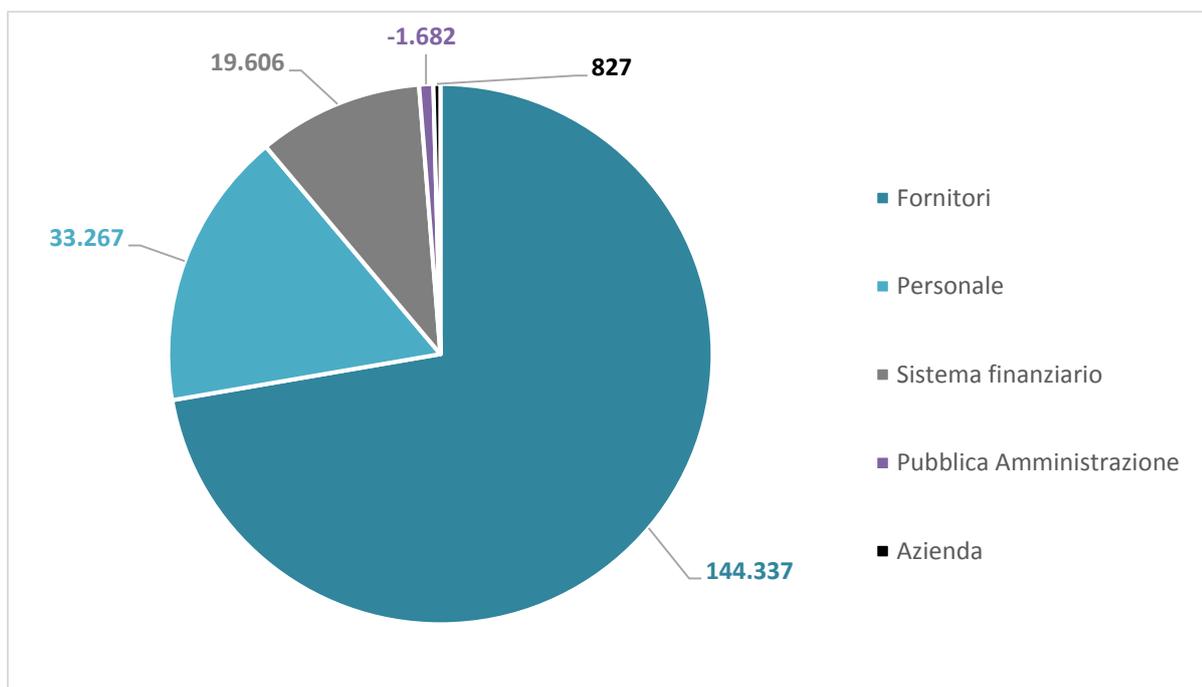
Inoltre, dalle cessioni realizzate nel 2017 (cessione del Ramo d'azienda Tiscali Business - incluso il Contratti SPC, e la cessione delle controllate Istella e Streamgo - come descritto al paragrafo 6.8 *Note esplicative* della Relazione Finanziaria Annuale 2017), la Società ha realizzato una plusvalenza netta di Euro 43,8 milioni.

Il valore aggiunto globale netto generato da Tiscali nel 2017 (al netto di ammortamenti e svalutazioni) è pari a Euro 196,4 milioni (in crescita di circa il 44% rispetto allo stesso dato dell'esercizio 2016).

Tale valore è relativo a: fornitori misurato attraverso l'acquisto di beni e servizi, ai dipendenti attraverso la corresponsione delle retribuzioni e benefit, al sistema finanziario attraverso gli interessi e commissioni sui finanziamenti concessi, alla Pubblica Amministrazione attraverso gli oneri fiscali, all'azienda e alla collettività attraverso donazioni e liberalità.

Tiscali genera e distribuisce valore agli stakeholder sopra indicati nel contesto di incertezza sulla continuità aziendale riportato nel paragrafo 4.8 della Relazione Finanziaria Annuale, in cui si sottolinea il ruolo di azionisti di riferimento, banche finanziatrici e società di leasing nonché dei fornitori nel garantire il sostegno finanziario alle attività d'impresa con inizizioni di liquidità o concessioni di dilazioni di pagamento dei debiti che sono il presupposto dell'equilibrio finanziario propedeutico alla continuità aziendale.

Distribuzione del valore economico 2017 (in migliaia di Euro)



II.7 – Catena di fornitura

I fornitori con cui Tiscali ha lavorato nel 2017 sono 2.236. Nel 97% dei casi si tratta di società di diritto italiano concentrate essenzialmente nella fornitura di servizi e infrastrutture legate alla rete (20% investimenti e 54% costi legati all'uso della infrastruttura rispetto al fatturato registrato nel 2017), di servizi professionali (2%), nei settori dei prodotti ICT (Information and Communication Technology) (circa 3%).

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.

Composizione della spesa complessiva annuale per categoria merceologica

Categoria merceologica	Al 31 dicembre 2017		Al 31 dicembre 2016	
	N. fornitori per categoria	valore della spesa complessiva annua per categoria [€]	N. fornitori per categoria	valore della spesa complessiva annua per categoria [€]
Infrastruttura di rete	57	185.209.733	61	134.801.207
Operazioni di cessione e affitti rami d'azienda	1	17.714.254	0	-
Investimenti	69	53.010.080	108	46.109.918
Sale Partners	987	26.980.995	1.016	19.862.037
Marketing, Sales, Distribuzione	245	15.559.226	269	13.448.500
Leasing	11	13.031.725	13	7.689.590
Altri servizi di rete	577	11.347.184	569	5.532.401
Servizi professionali	132	8.848.792	125	5.080.595
Affitti e Utenze	88	9.026.595	131	9.932.812
Manutenzioni	19	1.936.483	23	1.753.253
Altro	50	746.749	106	1.932.810
Totale complessivo	2.236	343.411.814	2.421	246.143.124

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

Lo scostamento tra il 2017 e il 2016 è riconducibile a operazioni straordinarie con Fastweb, Engineering, Huawei e altri fornitori di infrastruttura che hanno un valore complessivo di circa Euro 100 milioni.

Composizione della spesa complessiva annuale per area geografica

Paese/area di provenienza	Al 31 dicembre 2017		Al 31 dicembre 2016	
	N.fornitori per Paese	Valore della spesa annua complessiva per Paese in euro [€]	N.fornitori per Paese	Valore della spesa annua complessiva per Paese in euro [€]
Estero	63	7.658.617	74	4.084.640
Italia	2.173	335.753.196	2.347	242.058.483
<i>di cui Sardegna</i>	283	24.824.576	284	7.923.453
Totale complessivo	2.236	343.411.814	2.421	246.143.124

In relazione alla distribuzione geografica dei fornitori, si può affermare che Tiscali opera sostanzialmente con fornitori nazionali (97%) e con una quota parte di fornitori locali⁷ (13%) asserviti per la maggior parte alle necessità della sede di Cagliari.

La crescita del fatturato registrato nel corso del 2017, a carico dei fornitori della regione Sardegna, è dovuta alla operazione Engineering del valore di circa Euro 9 milioni.

⁷ Con il termine locali si fa riferimento ai fornitori provenienti dalla Sardegna.

III – Innovazione tecnologica

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

Agenda digitale e digitalizzazione del Paese

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

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

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

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

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

L'Agenda Digitale Europea, in particolare, indica 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

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 biennio 2016-2017 Tiscali ha focalizzato la propria strategia di investimento nella rete broadband e ultrabroadband nelle seguenti modalità:

- da un lato sono stati effettuati investimenti per la realizzazione di una rete LTE fixed wireless di proprietà per poter fornire servizi **ultrabroadband di qualità** (con capacità fino a 100Mbps) nelle aree "Digital Divide" non raggiunte dal servizio ADSL o in cui sono disponibili solamente servizi di scarsa qualità. Si tratta di aree estese del territorio italiano dove attualmente non è tecnicamente possibile (e/o economicamente conveniente) fornire il servizio via cavo. In tali zone, l'utilizzo della tecnologia LTE fixed wireless di Tiscali diventa uno strumento fondamentale per la loro progressiva digitalizzazione e per il raggiungimento anche in queste zone degli obiettivi fissati dall'Agenda Digitale Europea. Tiscali, grazie all'implementazione della tecnologia fixed wireless LTE in tali zone, può quindi offrire alle famiglie e alle imprese residenti la possibilità di accedere a internet;
- dall'altro il Gruppo Tiscali ha effettuato tutti gli investimenti necessari per abilitare le 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 tecnici e di servizi abilitanti tale strategia:

- l'accordo con Huawei che prevede la fornitura a Tiscali di apparati di rete di ultima generazione (core and radio network, ponti radio e stazioni radio Base di accesso 8T8R - 8 transmit, 8 receive di ultima generazione su frequenza 3.5GHz) e CPE (*Customer Premises Equipment*) per lo sviluppo della rete ultrabroadband LTE fixed wireless, diventando così il primo operatore in Italia a sviluppare un servizio Wireless Fiber To The Home (WFTTH) con tecnologia LTE, consentendo già oggi di fornire servizi con capacità fino a 100MBs;
- l'accordo stipulato con Open Fiber, che ha consentito a Tiscali di avere accesso alla rete in fibra ottica FTTH (*Fiber To The Home*) di Open Fiber e di poter lanciare servizi ai clienti finali con capacità fino a 1Gbps. L'accordo si focalizza sulla fornitura dei servizi Fibra nelle grandi aree urbane e si integra strategicamente, e in maniera complementare al roll out da parte di Tiscali della rete di Accesso LTE fixed wireless ultrabroadband di ultima generazione che si svilupperà con particolare focalizzazione nelle aree di esteso digital divide.

Attuale copertura

1) Rete fixed wireless

Attualmente la copertura della rete fixed wireless raggiunge circa il 20% della popolazione italiana (con circa 1.500 Comuni serviti), per un totale di circa 6,5 milioni di famiglie potenzialmente coperte dal servizio.

Come sopra esposto, la copertura della rete fixed wireless di Tiscali 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 di Tiscali supporta due tecnologie Banda Larga:

- **la tecnologia LTE** abilita come sopra descritto servizi ultrabroadband ad altissima capacità fino a 100Mbps, portando servizi per certi versi simili alla Fibra in aree ove tecnicamente non è possibile e/o economicamente non vantaggioso veicolare i servizi broadband via cavo. Alla fine del 2017, il Gruppo Tiscali copre con tecnologia LTE circa il 14% della popolazione italiana (con circa 1.200 Comuni serviti), per un totale di circa 4 milioni di famiglie potenzialmente coperte dal servizio;
- **la tecnologia WiMax** rappresenta invece la tecnologia di accesso wireless precedente che Tiscali sta progressivamente sostituendo con le soluzioni LTE ad altissima capacità. La tecnologia WiMax abilita alla fornitura di servizi fino a 7/10Mbps di tipo simile all'ADSL ed è ancora idonea per portare servizi Banda Larga nelle aree dove non esistono sostanziali soluzioni tecniche alternative a quelle wireless. Alla fine del 2017, il Gruppo Tiscali copre con tecnologia WiMax circa l'8% della popolazione italiana (con circa 600 Comuni serviti), per un totale di circa 2,3 milioni di famiglie potenzialmente coperte dal servizio.

2) Rete broadband fissa e copertura servizi in Fibra

Oggi Tiscali, grazie agli investimenti effettuati negli ultimi anni per abilitare i servizi in Fibra ed aumentare il dimensionamento delle proprie reti di trasporto metropolitane e di lunga distanza, può fornire servizi in Fibra sia di tipo FTTC (*Fiber To The Cabinet*) con capacità fino a 100Mbps (il profilo tecnico 200Mbps sarà commercializzato a partire da aprile 2018) che FTTH (*Fiber To The Home*) con capacità fino a 1Gbps.

Tali servizi, disponibili in 170 Comuni, permettono un notevole incremento della qualità del servizio e della capacità disponibile per l'utente rispetto alle tradizionali soluzioni xDSL e garantiscono piena accessibilità a tutte le applicazioni innovative che richiedono grandi disponibilità di banda per un loro pieno utilizzo.

Alla fine del 2017 Tiscali può fornire servizi in Fibra al 22% della popolazione italiana, pari a oltre 6 milioni di famiglie e aziende: in tecnologia FTTC ad oltre 4 milioni di famiglie e aziende (pari a circa il 15% del totale della popolazione), in tecnologia FTTH a ulteriori 2 milioni di famiglie e aziende (pari a oltre il 7% della popolazione).

Piano di Investimenti

Il Piano di Investimenti di Tiscali prevede per i prossimi anni di proseguire lungo le linee di sviluppo già tracciate nel 2017 ovvero:

- continuare nello sviluppo della rete proprietaria LTE fixed wireless nelle aree di “Digital Divide Esteso”;
- proseguire nella diffusione delle offerte in Fibra nelle aree urbane ad alta densità contribuendo al pieno sfruttamento degli investimenti tesi allo sviluppo della Fibra in modalità Fiber To The Home (FTTH).

In particolare Tiscali vuole proseguire nell’ampliamento della propria rete LTE fixed wireless valorizzando a pieno l’asset strategico rappresentato dallo spettro in frequenza 3.5GHz di cui è titolare. L’obiettivo di Tiscali è di raggiungere nei prossimi anni con il proprio servizio circa il 50% della popolazione italiana, concentrandosi sulla copertura di quelle aree di “Digital Divide Esteso” dove le infrastrutture alternative sono particolarmente carenti o di scarsa qualità. In questo modo Tiscali potrà contribuire a rendere disponibili soluzioni ultrabroadband di altissima capacità (già oggi la tecnologia LTE utilizzata consente di fornire servizi con capacità fino a 100Mbps equiparabili a quelle disponibili per offerte in Fibra) anche in quelle aree del Paese che oggi soffrono di un divario digitale che mette a rischio il loro sviluppo prospettico sia economico che sociale.

Come già sottolineato, la frequenza 3.5GHz di cui Tiscali è titolare sta assumendo sempre maggior valore grazie al riconoscimento globale e in previsione dello sviluppo dei futuri servizi 5G. In tutto il mondo Governi e Autorità di regolamentazione stanno spingendo per un’accelerazione del lancio dei servizi 5G con la consapevolezza che tali servizi contribuiranno ulteriormente alla crescita economica dei rispettivi Paesi e potranno essere un ulteriore elemento fondamentale di vantaggio competitivo. In questo senso anche l’Europa e l’Italia hanno fissato una roadmap che porti entro il 2020 al lancio di servizi 5G, essendo questo un elemento sostanziale di ulteriore crescita e sviluppo. Anche all’interno di questo percorso Tiscali può giocare un ruolo di primo piano grazie alla frequenza e alla rete LTE fixed wireless di cui è titolare. In questo senso, gli investimenti già fatti e che verranno fatti da Tiscali nei prossimi anni per lo sviluppo della rete LTE fixed wireless diventeranno in un certo senso abilitanti anche per i futuri sviluppi dei servizi 5G.

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 2017 Tiscali ha puntato all'ampliamento dell'offerta tradizionale internet e voce, in favore di una gamma di servizi sempre più orientata al cliente.

Inoltre, Tiscali ha lavorato per offrire soluzioni che sfruttassero le sinergie con partner capaci di valorizzare e integrare la propria offerta.

In questo contesto si inquadrano le seguenti partnership:

- **Infinity**: il servizio di streaming on demand del Gruppo Mediaset che mette a disposizione un ricchissimo catalogo di film, cartoni, Serie TV, programmi e fiction senza interruzioni pubblicitarie, da guardare e/o scaricare da qualsiasi dispositivo abilitato che abbia una connessione internet;
- **Karspesky**: il servizio leader nella sicurezza informatica che consente ai clienti Tiscali di proteggere fino a tre dispositivi (PC, smartphone e tablet) dai rischi connessi alle nuove tecnologie (virus, malware, phishing e furto di identità) e di attivare la funzione parental control;
- **tNotice**: l'innovativo servizio digital che consente di inviare e ricevere raccomandate via web senza vincoli orari o di giorno, senza bisogno di andare all'ufficio postale e soprattutto a un prezzo notevolmente inferiore.

A partire dal 2018, inoltre, verrà avviata una partnership con **Sky**. In particolare, nel quadro di un più ampio accordo strategico, la partnership commerciale consentirà alla customer base Tiscali di accedere a offerte promozionali dedicate.

In un'ottica di innovazione continua, si inseriscono gli accordi realizzati con due importanti operatori di sistemi di pagamento:

- **Sofort**: il bonifico diretto Sofort è un'operazione di bonifico online che consente di effettuare pagamenti in tempo reale;
- **Satispay**⁸: l'innovativa soluzione di pagamento che consente di effettuare ricariche telefoniche in maniera sicura, semplice ed immediata.

⁸ Iniziativa che sarà operativa a partire dai primi mesi del 2018.

IV.1.1 – Offerta commerciale trasparente e conforme alla normativa

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

A partire dal secondo quadrimestre del 2017, Tiscali ha ridefinito la propria visual identity e ha ridisegnato integralmente il proprio portafoglio prodotti di rete fissa e mobile: nuovo logo, nuovi nomi, nuove caratteristiche e nuovo posizionamento d'offerta senza vincoli, legami e penali.

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

Sono state rimosse tutte le barriere all'ingresso e all'uscita, eliminando così i vincoli di permanenza minima o obblighi di restituzione promozioni. 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.

Inoltre, Tiscali è l'unico tra i principali operatori di rete fissa e internet a non aver mai introdotto la fatturazione a 28 giorni. Dal 5 marzo, sarà inoltre l'unico operatore di rete mobile a ripristinare la tariffazione a cadenza mensile (e non più a 28 giorni) a prezzi invariati e senza alcun aumento per tutte le offerte, garantendo così ai propri Clienti un risparmio dell'8,6% all'anno: un'ulteriore conferma della coerenza di Tiscali nel portare avanti la sua mission di trasparenza e il suo approccio di libertà per il Cliente.

Fatturazione a 28 giorni

A decorrere dal 2016, i principali operatori della telefonia hanno modificato la periodicità nell'invio delle bollette da mensile a settimanale, decidendo di inviare una bolletta ogni 28 giorni.

Tale modalità di fatturazione si è di fatto concretizzata in un aumento delle tariffe, stimabile per l'utente in un incremento del 8,61% medio annuo.

Le Associazioni dei Consumatori sono intervenute tempestivamente chiedendo all'AGCOM di emanare una direttiva per ripristinare la fatturazione mensile.

Nell'aprile 2017, AGCOM ha emesso una delibera che impone l'abolizione delle tariffe a 4 settimane per tutte le offerte che riguardano rete fissa (telefono, ADSL o fibra ottica) e rete mobile.

L'1 dicembre 2017, con il voto di fiducia alla Camera è stata convertito definitivamente in legge il Decreto Fiscale che contiene lo stop alle bollette ogni 28 giorni.

L'articolo 19 bis, stabilisce che gli operatori "di telefonia, di reti televisive e di comunicazioni elettroniche" avranno 120 giorni di tempo per adeguarsi e smettere di fatturare a 28 giorni (e cioè fino al 4 aprile 2018).

Tiscali è stato l'unico operatore di rete fissa a **non aver mai introdotto la fatturazione a 28 giorni nel 2016-2017.**

In tal modo, Tiscali ha tutelato gli interessi dei propri clienti, rinunciando ad un iniquo e non trasparente incremento delle tariffe.

Tiscali ha continuato a fatturare su base mensile, non modificando unilateralmente i contratti, come invece hanno fatto gli altri operatori.

Inoltre, non applicando la fatturazione a 28 giorni, Tiscali non è stata passibile delle sanzioni applicate dall'Autorità Garante delle Comunicazioni, non dovendo quindi sopportare oneri straordinari sul proprio conto economico.

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

Carta dei Servizi

La Carta dei Servizi⁹, 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 improntato sulla trasparenza e alla qualità dei servizi offerti, Tiscali fornisce ai propri Clienti le informazioni utili per inoltrare segnalazioni, proposte, richieste di chiarimento e reclami. Allo stesso modo, il Gruppo garantisce gli standard dei servizi (così come richiesti dalla vigente normativa in materia di telecomunicazioni) quali la continuità, la regolarità d'erogazione della fornitura e la tempestività del suo ripristino in caso di disservizio (da intendersi validi in condizioni normali d'esercizio).

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

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

Obiettivo del documento è informare in maniera trasparente il cliente sui propri diritti e sugli impegni di qualità assunti dall'azienda in relazione alla fornitura. Tra gli obiettivi principali inseriti nella Carta dei Servizi ci sono, ad esempio, i tempi di attivazione del servizio e i tempi per la riparazione degli eventuali guasti.

Trasparenza riguardo alle condizioni contrattuali

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

Trasparenza tariffaria

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

Trasparenza – altri elementi contrattuali

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

⁹ 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.

- 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.

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

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

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

Questo orientamento strategico è mantenuto anche per i servizi ultrabroadband.

A partire da aprile 2017, tutti i servizi di rete fissa non presentano più vincoli, penali, o legami.

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 sostenuti da Tiscali ove previsti.

IV.1.3 – Informazione pubblicitaria corretta e trasparente

Tutte le campagne di comunicazione dell'azienda sono preventivamente vagliate dalla Direzione Affari Legali, che ne verifica la conformità alla normativa ed ai codici di autoregolamentazione in materia.

La valutazione avviene in maniera continuativa e l'efficacia del processo è dimostrata dai risultati positivi ottenuti. Ogni messaggio pubblicitario viene sottoposto ad una valutazione preliminare che comporta, tra l'altro, la verifica dell'assenza di termini ingannevoli o fuorvianti.

IV.1.4 – Iniziative di co-marketing

Tiscali sta finalizzando una nuova iniziativa di comarketing con **AltroConsumo**¹⁰. Dando seguito alla partnership avviata con la campagna “Abbassa la tariffa” sulla telefonia mobile e proseguita con l'inserimento dei servizi Tiscali all'interno del comparatore dell'associazione, Tiscali veicolerà offerte esclusive nella nuova campagna rivolta ai consumatori scontenti della fatturazione a 28 giorni.

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 suo grado di soddisfazione a livello globale, dei servizi Tiscali.

La rilevazione di questo parametro completa il processo di valutazione della qualità attraverso il riscontro di elementi del servizio non standardizzabili e di difficile valutazione interna: per questo motivo Tiscali ha deciso di costruirsi un sistema di rilevazione della Customer Satisfaction continuo e non più campionario come è avvenuto sino ad inizio 2017.

Nella seconda metà del 2017 Tiscali ha costruito un nuovo processo di rilevazione della Customer satisfaction basato sui propri sistemi di gestione con un doppio obiettivo: misurare

¹⁰ L'iniziativa sarà attiva a partire dai primi mesi del 2018.

il grado di soddisfazione over-all dei servizi erogati da Tiscali e misurare il grado di soddisfazione dei servizi erogati dalle strutture di Caring.

Questo processo di trasformazione è terminato ed è pienamente operativo dagli inizi del 2018.

IV.2.1 – La protezione dei dati del cliente

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

Tra le novità normative del 2016 vi è il nuovo Regolamento europeo in materia di protezione dei dati personali (GDPR), che diventerà 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, 8 maggio 1997, 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 avrà 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 siano cancellati e non sottoposti ulteriormente a trattamento i propri dati personali non più necessari per le finalità per le quali sono stati raccolti, e stabilisce il diritto alla portabilità dei dati, in virtù del quale 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.

Il nuovo testo sancisce inoltre il principio di accountability per cui il titolare dovrà dimostrare l'adozione di politiche per la privacy e misure adeguate in conformità al Regolamento. Inoltre, introduce 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 ha avviato un progetto interno, anche con il supporto di consulenti terzi, per integrare nel proprio modello di gestione della privacy le modifiche rese necessarie dalle novità

apportate dal regolamento europeo. Tale progetto si inserisce in un processo di completa ridefinizione del processo di gestione della compliance alla normativa privacy, che coinvolge numerosi processi aziendali.

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

Tiscali, al fine garantire ai propri clienti la massima affidabilità del sistema di sicurezza e conservazione dei dati, si è volontariamente sottoposta alla certificazione ISO 27001, che ha conseguito nel 2011 (si veda a questo proposito il par. *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 2017, sono pervenute 12 richieste sulla privacy da parte del Garante per la Protezione dei Dati Personali, di cui:

- 10 richieste di informazioni sulla titolarità delle numerazioni telefoniche;
- 1 richiesta di informazioni sullo stato di adempimento da parte di Tiscali alle novità normative in tema di data retention;
- 1 richiesta di informazioni sulle modalità di trattamento dei dati personali dei nostri utenti sulla pagina Facebook *Tiscali Helpdesk*.

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



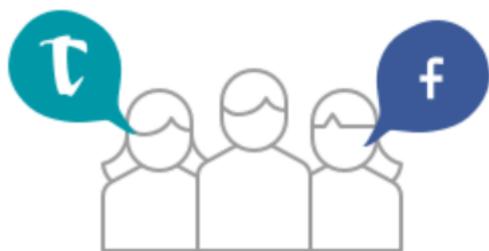
IV.2.2 – I canali di assistenza e il contenzioso con i clienti

Assistenza alla clientela

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

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

Con il portale Tiscali Assistenza la Società fornisce un ulteriore supporto attraverso: (i) la



risposta anticipata alle domande formulate più frequentemente (*FAQ*); (ii) la bacheca informatica, mettendo a disposizione tutte le informazioni e procedure necessarie per gestire il proprio abbonamento, la configurazione dei Modem e dei Router per la connessione a internet, la posta elettronica, e la configurazione di ulteriori parametri. Inoltre sono erogati tutti i servizi VAS – *Value Added*

Services (es. Hosting, Domini, Virtual server, Cloud, Pec, etc.) e le informazioni tecnico-amministrative necessarie ai clienti per utilizzare al meglio i servizi.

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

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

La qualità dei servizi di assistenza forniti è continuamente monitorata attraverso un *pool* di indicatori costantemente aggiornati in modo da poter essere sempre in linea con le necessità del momento. Il processo di monitoraggio nel suo complesso ha permesso di ridurre la necessità di interventi per cliente (propensione di chiamate) del 22% rispetto al 2016, inoltre ha fatto sì che il "canale web" sia cresciuto (+55% page impressions rispetto al 2016) in maniera preponderante rispetto ai canali classici di assistenza.

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. Allo stesso modo, Tiscali è sempre attenta alle tematiche relative alla salute e alla sicurezza dei propri dipendenti attraverso iniziative di formazione sulla sicurezza e sullo sviluppo della consapevolezza dei rischi. Al fine di favorire il successo del business ed incrementare il senso di appartenenza al Gruppo, i dipendenti vengono inoltre

coinvolti in prima persona nella cultura aziendale, affinché si sentano parte di essa e condividano gli stessi valori.

V.1 – 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 2017, Tiscali conta un totale di 687 dipendenti, in diminuzione di 312 unità rispetto al 2016.

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

La significativa riduzione della forza lavoro rispetto al 2016 è dovuta a operazioni straordinarie correlate ad affitti e/o cessioni di rami d'impresa che hanno comunque salvaguardato i livelli qualitativi e quantitativi di occupazione, nonché a piani di uscite individuali e collettive generalmente concordati con i lavoratori interessati e con le loro organizzazioni di rappresentanza sindacale.

Totale forza lavoro

n. persone	Al 31 dicembre 2016		Al 31 dicembre 2017	
	Totale		Totale	
Dipendenti	999		687	
Altri collaboratori	5		4	
Totale	1.004		691	

Le altre forme di rapporto includono 1 stage e 3 collaborazioni coordinate e continuative, mentre non sono presenti forme di lavoro interinale.

Ripartizione forza lavoro per genere

n. persone	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dipendenti	567	432	999	341	346	687
Altri collaboratori	4	1	5	4	-	4
Totale	571	433	1.004	345	346	691

In Tiscali, il 49,6% dei dipendenti sono uomini (pari a 341 lavoratori).

Ripartizione del personale per area geografica e genere

n. persone	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Italia	101	53	154	52	23	75
<i>di cui in Sardegna</i>	466	379	845	289	323	612
Estero	-	-	-	-	-	-
Totale	567	432	999	341	346	687

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

Ripartizione del personale per tipologia contrattuale (determinato vs indeterminato) e genere

n. persone	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Determinato	3	3	6	1	-	1
Tempo Indeterminato	564	429	993	340	346	686
Totale	567	432	999	341	346	687

L'intera popolazione aziendale ha un contratto a tempo indeterminato, salvo un caso di rapporto di lavoro a tempo determinato.

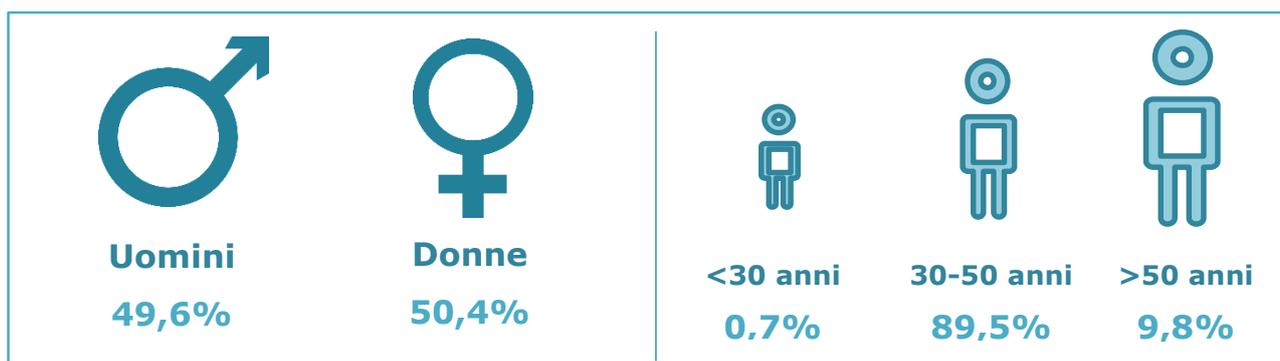
Ripartizione del personale per tipologia professionale (full time vs part time) e genere

n. persone	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full time	533	277	810	307	199	506
Part time	34	155	189	34	147	181
Totale	567	432	999	341	346	687

Oltre il 26% dei lavoratori, pari a 181 unità (di cui 147 donne), usufruisce di un contratto part time.

La significativa percentuale nell'utilizzo del rapporto di lavoro part time risponde tanto alle esigenze organizzative collegate ad orari di lavoro articolati per turno nei settori del Customer Care, quanto alle esigenze di conciliazione vita lavoro tipiche di molti nuclei familiari.

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



Ripartizione del personale per inquadramento e genere

n. persone	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	22	3	25	17	2	19
Quadri	73	15	88	41	12	53
Impiegati	466	414	880	279	332	611
Operai	6	-	6	4	-	4
Totale	567	432	999	341	346	687

Ripartizione del personale per inquadramento e fasce di età

n. persone	Al 31 dicembre 2016				Al 31 dicembre 2017			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	-	10	15	25	-	11	8	19
Quadri	-	62	26	88	-	36	17	53
Impiegati	19	803	58	880	5	564	42	611
Operai	-	4	2	6	-	4	-	4
Totale	19	879	101	999	5	615	67	687

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. Non ci sono significative variazioni rispetto al 2016 visto il trascurabile numero di assunzioni che ha caratterizzato l'esercizio di riferimento. La diminuzione della forza lavoro nel 2017 rispetto al 2016 è stata determinata, come già descritto sopra, da operazioni straordinarie di Monitoring and Evaluation (M&E) e da politiche di incentivazioni all'esodo, in linea con quanto previsto dal business plan.

Categorie protette

n. persone	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	-	-
Impiegati	15	19	34	10	17	27
Operai	1	-	1	-	-	-
Totale	16	19	35	10	17	27

La riduzione della quota di categoria protette è stata direttamente proporzionale alla riduzione generale dell'organico.

Turnover in entrata per genere e fascia d'età

n. persone	Al 31 dicembre 2016					Al 31 dicembre 2017				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	-	6	-	6	1,06%	-	5	1	6	1,76%
Donne	-	2	-	2	0,46%	-	-	1	1	0,29%
Totale	-	8	-	8	0,80%	-	5	2	7	1,02%

Il flusso di assunzioni è rimasto costante ed ha interessato profili professionali specifici e altamente qualificati richiesti dal business plan, e profili manageriali necessari al governo dell'organizzazione.

Turnover in uscita per genere e fascia d'età

n. persone	Al 31 dicembre 2016					Al 31 dicembre 2017				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
Uomini	6	43	5	54	9,52%	4	197	31	232	25,14%
Donne	9	20	1	30	6,94%	2	80	5	87	68,04%
Totale	15	63	6	84	8,41%	6	277	36	319	46,43%

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

CCNL

Tiscali opera nel settore delle telecomunicazioni e fa riferimento a due contratti collettivi di lavoro: il CCNL Telecomunicazioni per gli impiegati e il middle management e il CCNL Dirigenti Industria per dirigenti. Inoltre, essendo in Tiscali presente una redazione con 13 giornalisti, viene applicato a questo segmento di personale il CCNL Giornalistico. Ogni dipendente è rappresentato in una di queste categorie e rientra pertanto in uno dei contratti collettivi di lavoro secondo quanto previsto dalla legislazione nazionale in materia di occupazione.

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

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

Nel corso del 2017, 92 lavoratori hanno usufruito del congedo parentale (di cui 76 donne e 16 uomini) con un tasso di rientro pari al 100% (nel 2017 sono rientrate al lavoro 92 persone) e con un tasso di retention, ovvero di lavoratori che sono ancora in forze 12 mesi dopo aver usufruito del congedo parentale, pari al 76%.

Congedi parentali¹¹

n. persone	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Riportare il numero totale di congedi parentali durante l'anno	21	69	90	16	76	92
di cui:						
Riportare il numero totale di dipendenti che sono tornati al lavoro a conclusione del congedo parentale	21	66	87	16	74	90
Riportare il numero totale di dipendenti che erano ancora in congedo alla data indicata	-	3	3	-	2	2
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	N/A	N/A	N/A	10	56	66

Tasso di rientro al lavoro e retention rate

Percentuali %	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tasso di rientro al lavoro	100	100	100	100	100	100
Retention rate	N/A	N/A	N/A	48	85	76

Parità di trattamento e remunerazione

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

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

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

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

¹¹ I congedi parentali fanno riferimento ai soli congedi facoltativi

prescindere dal fatto che la segnalazione non trovi riscontro a valle del processo di investigazione.

Nel corso dell'anno non sono stati riportati episodi di discriminazione.

Tiscali ritiene importante una **remunerazione equa e paritaria** per gli uomini e le donne appartenenti al proprio organico. Il sistema di gestione e remunerazione 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.

Politiche a favore delle donne

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

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

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



Il modello di rewarding

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

Nel corso del 2017 è stato consolidato il modello di rewarding aziendale, ovvero il processo per l'assegnazione di riconoscimenti per ragioni di merito individuale, sia in termini di compensation che in termini di avanzamento di carriera.

In particolare, sono stati definiti parametri oggettivi e misurabili per l'individuazione dei soggetti meritevoli che consentono di assegnare forme di rewarding basandosi esclusivamente su principi meritocratici.

V.2 - Formazione

Nel corso del primo semestre 2017, il Gruppo si è impegnato in un processo di comunicazione e diffusione della cultura aziendale.

Tale processo è stato promosso dai vertici aziendali che, nel febbraio 2017, hanno presentato i nuovi valori, anticipando così il processo avviato per la diffusione e implementazione degli stessi all'interno del Gruppo.

Il processo è stato organizzato secondo i seguenti step:

- **definizione di una nuova cultura e condivisione con il Top Management:** tale fase si è sviluppata nel primo semestre 2017;
- **diffusione di una nuova cultura ai capi intermedi e alle figure critiche nell'organizzazione:** 93 persone sono state coinvolte in un processo di coaching e feedback incentrato sui nuovi valori aziendali e sul relativo modello dei comportamenti organizzativi. Il corso si è svolto tra febbraio e luglio 2017 in 12 sessioni, della durata di 2 giorni e ha riguardato in modo specifico un'ampia riflessione sulle competenze Tiscali e relativi comportamenti attuativi;
- **diffusione di una nuova cultura agli impiegati:** il corso di coaching e feedback per gli impiegati si è focalizzato sui comportamenti che sostanziano i valori del Gruppo. Il percorso formativo è stato realizzato nei mesi di ottobre e novembre 2017, articolato su 27 edizioni con impegno di mezza giornata e coinvolgimento di 500 persone;
- **formazione interna Customer Care:** il processo di formazione, iniziato nel 2017 e attualmente ongoing, supporta il nuovo modello organizzativo del Customer Care basato sul modulo e sull'operatore multi-skill. A tal proposito, la formazione delle competenze relative al caring tecnico, commerciale, amministrativo ha interessato 337 persone con un impegno medio pro-capite di 5 ore in aula e un affiancamento on the job di 1,5 giorni.

Nel corso del 2017 il Gruppo ha erogato complessivamente 7.072 ore di formazione: oltre 1.000 relativamente a salute e sicurezza, oltre 1.100 a formazione manageriale e circa 5.000 a formazione tecnica.

Ore medie di formazione per genere e area professionale¹²

n. ore di formazione	Al 31 dicembre 2017	
	Uomini	Donne
Dirigenti	16	16
Quadri	15	16
Impiegati	10	9
Operai	0	0

¹² I dati relativi alle ore medie di formazione erogate dal Gruppo Tiscali sono frutto di stime effettuate secondo le migliori metodologie disponibili.

V.3 - 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.

Polizza morte, invalidità permanente e infortunio per quadri e dirigenti

La polizza morte, invalidità permanente e infortuni è stata introdotta nel 2012 e riguarda 74 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 497 dipendenti, tra operai, impiegati e quadri.

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

FASI

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

Anticipi TFR

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

Piani pensionistici

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

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

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

V.4 – Valutazione delle performance

Tiscali ha avviato nel 2017 un processo di valutazione delle performance dei propri dipendenti, indirizzato a tutte le risorse (escluso i dirigenti), che prevede una serie di step svolti nel corso del 2018 e la restante parte nel primo semestre 2019.

Gli step del processo sono i seguenti:

- **assegnazione obiettivi aziendali:** in questa fase verrà compilata una scheda per ogni dipendente in cui verranno definiti comportamenti da mettere in atto per il raggiungimento di obiettivi prefissati. Tale fase si svolgerà entro l'aprile 2018;
- **certificazione degli obiettivi e valutazione della performance:** in seguito saranno valutati e certificati i risultati raggiunti dal dipendente, con l'assegnazione di un punteggio. Tale fase si svolgerà tra maggio 2018 e aprile 2019;
- **restituzione feedback:** tramite un colloquio capo/collaboratore, verrà restituito e condivisa con il dipendente la valutazione della sua performance. Tale fase si concluderà entro aprile 2019.

V.5 – 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 quasi 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 sempre stato quello di salvaguardare il livello di occupazione.

La Società ha attraversato, nel corso del 2016 e 2017 una profonda fase di ristrutturazione aziendale e di razionalizzazione del portafoglio delle attività gestite, al fine di sviluppare attività strategiche legate allo sviluppo del core business. Nell'ambito di tale razionalizzazione, Tiscali ha realizzato alcune operazioni straordinarie, le quali hanno comportato riduzioni massive di personale, ma sempre con l'obiettivo di salvaguardare e dare continuità all'occupazione.

Le operazioni straordinarie implementate nel corso del 2016-2017 sono le seguenti:

1. l'accordo con Engineering per la gestione in "full outsourcing" dei servizi di Information Technology. L'accordo, della durata di 7 anni, si basa su un progetto di efficientamento dell'infrastruttura tecnologica e delle piattaforme applicative, con l'obiettivo di coniugare un miglioramento dei livelli di servizio rivolti ai clienti di Tiscali con una maggior efficienza dei processi IT interni, nonché una riduzione attesa dei costi di gestione degli stessi. L'affitto del ramo di azienda IT a Engineering ha comportato il trasferimento di circa 170 dipendenti;

2. la cessione del ramo d'azienda Servizi alle imprese (e contratti SPC) a Fastweb. L'accordo rafforza la strategia di rifocalizzazione di Tiscali sulla fornitura al mercato Consumer, e ha previsto il trasferimento di 45 dipendenti;
3. la cessione del ramo d'azienda Streamago, che ha previsto il trasferimento di 8 dipendenti.

Inoltre, nel corso del primo semestre 2017, in linea con quanto previsto nel Piano Industriale, Tiscali ha finalizzato due piani di esodo incentivato così articolati:

- Offerta di uscita su base individuale e volontaria incentivata con 16 mensilità pubblicata nel mese di marzo, con apposita comunicazione e regolamento di adesione diretto a tutti i dipendenti Tiscali che ha visto l'adesione di 12 persone sulle sedi di Cagliari e Milano;
- Attivazione della procedura ex lege 223, a disciplina dei licenziamenti collettivi realizzati su base volontaria, per effetto dell'accordo con le OO.SS Regionali e con le RSU aziendali del 1 giugno con incentivo previsto di 18 mensilità, che ha visto l'adesione di 39 persone.

Tali iniziative sono state costantemente accompagnate da un'attività informativa e di coinvolgimento delle parti sociali che ha permesso di conseguire il risultato atteso della variazione numerica in un clima di collaborazione volto a evitare ogni azione di aperta e diretta conflittualità.

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 Videotermiale.

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 2017, Tiscali ha registrato 2 infortuni sul lavoro e 6 infortuni in itinere.

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

Di seguito sono rappresentati gli indicatori inerenti i temi della salute e della sicurezza, per l'anno 2017 e 2016.

Giorni di assenza e giorni persi per genere

n.giorni	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Assenze	6.716	6.990	13.706	4.591	4.778	9.369
Giorni Persi	-	13	13	-	45	45

Infortuni e malattie professionali per genere

n.casi	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Malattie professionali	-	-	-	-	-	-
Infortuni	2	7	9	-	8	8
<i>di cui mortali</i>	-	-	-	-	-	-

Tipologia di infortuni per genere

n.casi	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul luogo di lavoro	-	1	1	-	2	2
Infortuni in itinere	2	6	8	-	6	6

Ore lavorabili e ore lavorate per genere¹³

n.ore/giorni	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Ore Lavorabili	784.828	816.861	1.601.689	630.943	656.696	1.287.639
Ore Lavorate	630.971	656.725	1.287.697	540.176	562.224	1.102.399
Giornate lavorabili	112.118	116.694	228.813	90.135	93.814	183.948

Indicatori salute e sicurezza per genere

Indicatori	Al 31 dicembre 2016			Al 31 dicembre 2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di gravità ¹⁴	-	0,02	0,01	-	0,07	0,03
Tasso di malattia professionale ¹⁵	-	-	-	-	-	-
Tasso di assenteismo ¹⁶	5,99	5,99	5,99	5,09	5,09	5,09
Tasso d'infortunio ¹⁷	3,17	10,66	6,99	-	14,23	7,26

¹³ I dati relativi alla suddivisione per genere delle ore lavorabili e lavorate dai dipendenti del Gruppo Tiscali sono frutto di stime effettuate secondo le migliori metodologie disponibili.

¹⁴ 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

¹⁵ Il Tasso di malattia professionale è il rapporto tra il numero di casi di malattia professionale e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000

¹⁶ 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

¹⁷ Il Tasso di infortunio è il rapporto tra il numero totale di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000.000

VI – L’impatto ambientale

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

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

Tiscali si impegna a salvaguardare l’ambiente programmando le proprie attività in una continua ricerca di equilibrio tra sviluppo dell’infrastruttura e salvaguardia dell’ambiente.

Le azioni specifiche messe in atto sono volte a ridurre gli impatti ambientali e a proporre soluzioni tecnologiche rivolte alle persone e alle imprese per la realizzazione di una società digitale, più inclusiva e vivibile.



Consumo energetico

Il principale impatto ambientale di Tiscali è dovuto ai consumi energetici.

Nel 2017, il Gruppo ha definito un piano di efficientamento in termini di risorse economiche ed organizzative per continuare a ridurre i propri impatti in questo ambito.

La maggior parte dei consumi energetici è costituita dall’utilizzo di energia elettrica (85,5 migliaia di GJ), mentre la restante parte è costituita da gasolio per autotrazione (5,3 migliaia di GJ).

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.

Il consumo degli uffici incide per 17,2% sul totale dei consumi rilevati, e non è variato tra il 2016 e il 2017.

I consumi degli apparati tecnologici dei siti tecnici e dei siti wireless sono in diminuzione rispetto al 2016 per la componente legata all'alimentazione elettrica del Data Center, mentre sono in aumento sui siti periferici, a causa dell'incremento degli apparati e del passaggio dalla tecnologia WiMax a LTE.

In linea con i consumi energetici, le **emissioni dirette** sono pressoché costanti rispetto al 2016. Circa il 6% dei consumi energetici del Gruppo è attribuibile al consumo di gasolio per l'autotrazione, ovvero alle attività di dirigenti e dipendenti il cui ruolo prevede contatti diretti con enti esterni con una conseguente necessità di dotazione di vetture aziendali.

Il consumo per attività occasionali dei gruppi elettrogeni installati in alcuni siti (essenzialmente per garantire la continuità di funzionamento della rete a fronte di temporanee interruzioni di fornitura di energia elettrica) è trascurabile.

Consumi energetici per fonte

Fonti energetiche	Al 31 dicembre 2016	Al 31 dicembre 2017
	Totale	Totale
Gasolio per autotrazione (l) ¹⁸	138.667	144.000
Energia elettrica (kWh)	23.924.766	23.764.881
<i>di cui acquistata</i>	23.924.766	23.764.881

Emissioni

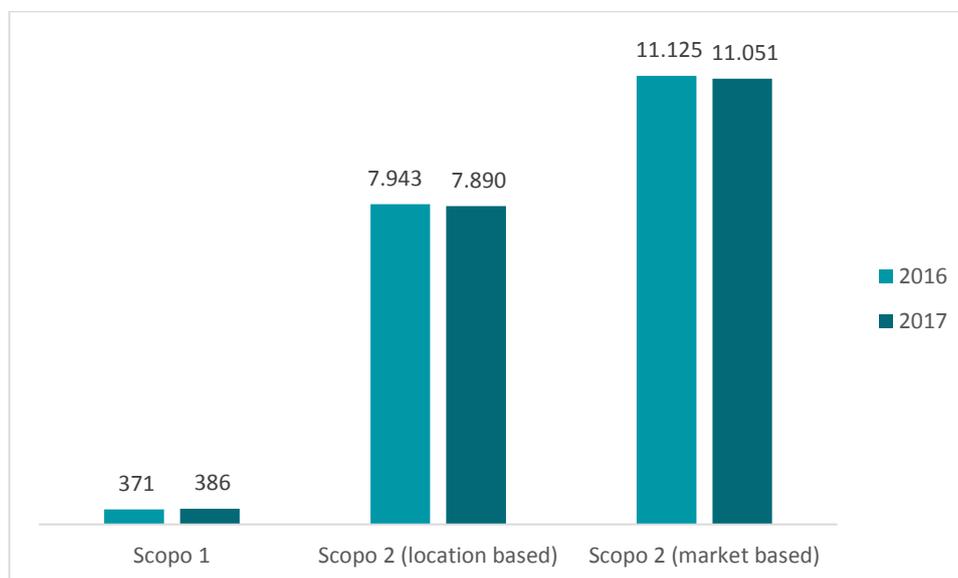
Le emissioni nell'ambiente sono rappresentabili nelle seguenti categorie:

- **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;

In continuità con l'anno precedente, nel 2017 le emissioni dirette di CO₂ (Scopo 1) sono state pari a 386 tonnellate. Per quanto concerne le emissioni indirette (Scopo 2), applicando la metodologia di calcolo location based, le emissioni sono state pari a 7.890 tonnellate di CO₂, mentre con il metodo market base queste ammontano a 11.051 tonnellate di CO₂.

¹⁸ Il dato relativo al consumo di gasolio è frutto di stima. In particolare si sono considerate le auto aziendali ipotizzando una percorrenza media di 40.000 km annui, con un consumo medio di un litro di gasolio per 15 km

Totale emissioni dirette (Scopo 1) e indirette (Scopo 2) [t co₂]¹⁹



VI.2 – Iniziative di efficientamento energetico

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

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

Progetti di efficientamento energetico sulla rete: il Data Center

Nell'ambito del contratto di Information Technology Outsourcing è stato previsto e messo in atto il progetto di **trasformation** del Data Center che prevede l'ammodernamento degli apparati e l'efficientamento degli stessi, con l'obiettivo principale di ridurre i consumi energetici.

La realizzazione di tale progetto, pur iniziando a dare i primi effetti nella seconda metà del 2017 ha consentito una riduzione del 5,1% delle emissioni indirette energetiche, rispetto all'anno 2016 (si veda la tabella seguente).

Iniziativa di efficientamento energetico

Iniziativa	Al 31 dicembre 2017				
	Unità di misura	Consumo 2017	Baseline (consumi) 2016	Risparmio ottenuto	% Risparmio ottenuto
Progetto Data Center	kWh	15.657.087	16.500.431	843.344	5,1%

¹⁹ Fonte dei fattori di conversione e di emissione utilizzati: ISPRA (2017) e Ministero dell'Ambiente (2017)

VI.3 – Emissioni elettromagnetiche

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

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

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

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

Il tema delle emissioni elettromagnetiche è considerato molto importante per Tiscali.

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

Ad ogni installazione di una nuova antenna LTE, Tiscali fornisce una relazione con la documentazione tecnica necessaria alle Pubbliche Amministrazioni di competenza per l'emissione del parere sanitario preventivo nel rispetto delle vigenti norme e leggi in materia di impatto elettromagnetico, in quanto ogni impianto deve essere conforme ai limiti di esposizione, alle misure di cautela ed agli obiettivi di qualità di cui al Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri dell'8 luglio 2003 ed ai limiti di esposizione, ai valori di attenzione ed agli obiettivi di qualità di cui alla legge n.36 del 22/02/2001. Tiscali monitora costantemente il livello delle proprie emissioni, le quali hanno sempre fatto registrare valori al di sotto della normativa vigente, che prescrive limiti decisamente più restrittivi di quelli applicati in Europa. L'ARPA effettua controlli periodici a campione o sulla base di eventuali segnalazioni.

Nel corso del 2017 non sono state riscontrate segnalazioni da parte dell'ARPA verso Tiscali.

LA SOSTENIBILITÀ DELLA SEDE DI SA ILLETTA

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

Attualmente la sostenibilità in ambito edilizio trova una delle sue attestazioni più autorevoli nel sistema di certificazione LEED (Leadership in Energy and Environmental Design), il protocollo più diffuso a livello mondiale per la valutazione della sostenibilità degli edifici. Il protocollo si esplicita nell'analisi di parametri predefiniti a cui viene attribuito un punteggio sulla base di determinati criteri. A base dell'analisi sono posti: selezione del sito e trasporto, efficienza idrica, energia ed atmosfera, materiali e risorse, qualità ambientale interna, innovazione nella progettazione e priorità regionale.

Gli uffici della sede principale di Tiscali, ubicata a ridosso di Cagliari in un contesto paesaggistico di pregio, sono stati oggetto di applicazione, grazie a un progetto di tesi universitaria, del protocollo LEED nel 2014, a distanza di più di dieci anni dalla loro costruzione. L'applicazione postuma del protocollo ha evidenziato che gli uffici di Tiscali, facendo riferimento alle sole risorse esterne (contesto) e allo stato di fatto (caratteristiche costruttive e relativi impianti), raggiungono un punteggio che li portano sul limite inferiore della soglia minima di certificazione. Con la sola introduzione di alcune buone pratiche, quali ad esempio il controllo sulla percezione del benessere microclimatico o l'installazione di stalli per biciclette, gli uffici di Tiscali otterrebbero un punteggio idoneo a qualificarli come complesso edilizio sostenibile dal punto di vista dell'impiego e del consumo delle risorse nonché della salubrità per i fruitori degli ambienti.



Ad oggi, Tiscali sta mettendo in atto ulteriori comportamenti che vanno nella direzione della sostenibilità ad esempio incoraggiando l'utilizzo del trasporto pubblico da parte dei propri dipendenti e favorendo pratiche di car sharing.

VII – Analisi di materialità – Definizione dei temi materiali

Tema materiale	Ambito	Principale stakeholder interessato	Boundary	Riconciliazione con GRI Standards
Copertura della rete e qualità del servizio	Innovazione tecnologica	Clienti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica
Digitalizzazione	Innovazione tecnologica	Clienti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica
Privacy e sicurezza dei dati	Clienti	Clienti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 418: Privacy dei consumatori
Trasparenza, affidabilità e marketing responsabile	Clienti	Clienti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica
Salute e sicurezza	Persone	Dipendenti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro
Occupazione e valorizzazione delle persone	Persone	Dipendenti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 401: Occupazione GRI 402: Lavoro e relazioni industriali GRI 404: Formazione e istruzione
Diversità e pari opportunità	Persone	Dipendenti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 405: Diversità e pari opportunità GRI 406: Non discriminazione
Rapporti con il territorio e le comunità locali	Persone	Dipendenti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 203: Impatti economici indiretti
Elettromagnetismo	Impatto ambientale	Collettività, Pubblica Amministrazione e Istituzioni	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica

Consumi energetici ed emissioni	Impatto ambientale	Collettività, Pubblica Amministrazione e Istituzioni	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 302: Energia GRI 305: Emissioni
Sostenibilità economica	Economici e di governance	Azionisti e comunità finanziaria	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 201: Performance economica
Etica e integrità	Economici e di governance	Tutti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 205: Anticorruzione GRI 102-16: Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione
Lotta alla corruzione	Economici e di governance	Tutti	Tutte le società comprese nel perimetro	GRI 103: Gestione della tematica GRI 205: Anticorruzione
Gestione responsabile degli approvvigionamenti	Economici e di governance	Fornitori	Tutte le società comprese nel perimetro / fornitori, business partner	GRI 103: Gestione della tematica GRI 204: Pratiche di approvvigionamento GRI 408: Lavoro minorile GRI 409: Lavoro forzato

VIII – GRI Content Index

GENERAL STANDARD DISCLOSURE			
GRI STANDARDS	DESCRIZIONE	PAGINA	NOTE/RAGIONI DI OMISSIONE
Profilo dell'organizzazione			
102-1	Nome dell'organizzazione	1	
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi	8-9	
102-3	Sede principale	1	
102-4	Aree geografiche di operatività	8	
102-5	Assetto proprietario e forma legale	23	
102-6	Mercati serviti	10-12	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	23,30,45	
102-8	Caratteristiche della forza lavoro	45-47	
102-9	Catena di fornitura dell'organizzazione	31-32	
102-10	Cambiamenti significativi dell'organizzazione e della catena di fornitura	6,53	
102-11	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	29	
102-12	Iniziative esterne	Non presenti	
102-13	Partecipazione ad associazioni	24-25,43	
Strategia			
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	4-5	
Etica e integrità			
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione	9-10	
Governance			
102-18	Struttura di governo dell'Organizzazione	19-20	
Stakeholder engagement			
102-40	Elenco degli stakeholder	26	
102-41	Accordi di contrattazione collettiva		La totalità dei dipendenti è coperta da accordi collettivi di contrattazione
102-42	Identificazione e selezione degli stakeholder	26	
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	27	
102-44	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	26-27	
Pratica di reporting			
102-45	Entità incluse nel Bilancio Consolidato	6	
102-46	Definizione dei contenuti del report e del perimetro	6	

	dei topic materiali		
102-47	Elenco dei topic materiali	28	
102-48	Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report		Non applicabile, primo Bilancio di Sostenibilità di Tiscali
102-49	Cambiamenti significativi in termini di topic materiali e loro perimetro		Non applicabile, primo Bilancio di Sostenibilità di Tiscali
102-50	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	6	
102-51	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità		Non applicabile, primo Bilancio di Sostenibilità di Tiscali
102-52	Periodicità di rendicontazione	7	
102-53	Contatti per informazioni sul report	7	
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	6	
102-55	Indice dei contenuti GRI	65-69	
102-56	Attestazione esterna	62	
TOPIC-SPECIFIC STANDARD			
GRI 200: ECONOMIC SERIES (2016)			
Topic: Performance economica			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	30	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	30	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	30	
GRI-201: Performance economica (2016)			
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	30	
201-3	Piani pensionistici	52	
Topic: Impatti economici indiretti			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	34-36	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	34-36	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	34-36	
GRI-203: Impatti economici indiretti (2016)			
203-2	Impatti economici indiretti significativi	34-35	
Topic: Pratiche di approvvigionamento			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	31-32	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	31-32	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	31-32	
GRI-204: Pratiche di approvvigionamento (2016)			
204-1	Porzione della spesa da fornitori locali	31	
Topic: Anticorruzione			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	21-22	

103-2	Approccio gestionale e sue componenti	21-22	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	21-22	
GRI-205: Anticorruzione (2016)			
205-2	Comunicazione e formazione su policy e procedure anti-corruzione	22	
205-3	Casi di corruzione accertati e azioni intraprese		Non si sono verificati episodi di corruzione
GRI 300: ENVIRONMENTAL SERIES (2016)			
Topic: Energia			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	57-59	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	57-59	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	57-59	
GRI-302: Energia (2017)			
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	58	
302-4	Riduzione del consumo di energia	59	
Topic: Emissioni			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	58-59	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	58-59	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	58-59	
GRI-305: Emissioni (2016)			
305-1	Emissioni dirette di gas a effetto serra (Scopo 1)	59	
305-2	Emissioni indirette di gas a effetto serra (Scopo 2)	59	
Topic: Conformità ambientale			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	57-61	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	57-61	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	57-61	
GRI-307: Conformità ambientale (2016)			
307-1	Non-compliance a leggi e regolamenti ambientali		Non si segnalano casi di non-compliance ambientale avvenuti nel corso del 2017
GRI 400: SOCIAL SERIES (2016)			
Topic: Occupazione			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	44-50	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	44-50	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	44-50	
GRI-401: Occupazione (2016)			
401-1	Nuovi assunti e turnover del personale	47-48	
401-2	Benefit offerti a dipendenti a tempo pieno che non sono offerti a dipendenti a tempo determinato o part-time		Non sono presenti differenze di benefit tra dipendenti con contratto a tempo pieno e contratto part-time

401-3	Congedo parentale	49	
-------	-------------------	----	--

Topic: Lavoro e relazioni industriali

GRI-103: Gestione della tematica (2016)

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	49	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	49	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	49	

GRI-402: Lavoro e relazioni industriali (2016)

402-1	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative		In linea con quanto previsto dal contratto nazionale telecomunicazioni, i sindacati vengono informati 20 giorni prima nel caso di trasferimenti collettivi e/o individuali e cessioni di ramo d'azienda
-------	---	--	---

Topic: Salute e sicurezza sul lavoro

GRI-103: Gestione della tematica (2016)

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	54-56	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	54-56	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	54-56	

GRI-403: Salute e sicurezza sul lavoro (2016)

403-2	Tipologie di infortuni e tassi di infortunio, malattie professionali, giorni persi e assenze e numero di decessi correlati al lavoro	55-56	
-------	--	-------	--

Topic: Formazione e istruzione

GRI-103: Gestione della tematica (2016)

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	50-51	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	50-51	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	50-51	

GRI-404: Formazione e istruzione (2016)

404-1	Ore medie di formazione per anno e per dipendente	51	
-------	---	----	--

Topic: Diversità e pari opportunità

GRI-103: Gestione della tematica (2016)

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	46-47	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	46-47	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	46-47	

GRI-405: Diversità e pari opportunità (2016)

405-1	Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	19,46-47	
-------	--	----------	--

Topic: Non discriminazione

GRI-103: Gestione della tematica (2016)

103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	44-51	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	44-51	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	44-51	

GRI-406: Non discriminazione (2016)

406-1	Episodi di discriminazione e azioni intraprese		Nel corso dell'anno non sono stati riportati episodi
-------	--	--	--

Topic: Libertà di associazione e contrattazione collettiva			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	48	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	48	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	48	
GRI-407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva (2016)			
407-1	Attività e fornitori per cui il rischio di libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio		Non sono state individuate attività in cui la libertà di associazione e contrattazione collettiva sia stata esposta a rischi significativi
Topic: Lavoro minorile			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	6	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	6	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6	
GRI-408: Lavoro minorile (2016)			
408-1	Attività e fornitori a rischio significativo per incidenti di lavoro minorile		Non sono state individuate operazioni con elevato rischio di lavoro minorile
Topic: Lavoro forzato			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	6	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	6	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	6	
GRI-409: Lavoro forzato (2016)			
409-1	Attività e fornitori a rischio significativo per incidenti di lavoro forzato		Non sono state individuate operazioni con elevato rischio di lavoro forzato
Topic: Privacy dei consumatori			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	41-42	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	41-42	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	41-42	
GRI-418: Privacy dei consumatori (2016)			
418-1	Reclami riguardanti la violazione della privacy e la perdita dei dati dei clienti		Non ci sono state segnalazioni in materia di privacy
Topic: Conformità socio-economica			
GRI-103: Gestione della tematica (2016)			
103-1	Spiegazione degli aspetti materiali e loro perimetro	23	
103-2	Approccio gestionale e sue componenti	23	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	23	
GRI-419: Conformità socio-economica (2016)			
419-1	Non-compliance a regolamenti e leggi in materia	23	

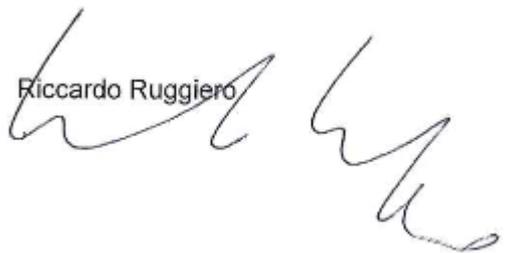
| sociale ed economica |

Cagliari, 10 maggio 2018

L'Amministratore Delegato

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

Riccardo Ruggiero



Daniele Renna



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 DEL D.LGS. 254/2016 E DELL'ART. 5 DEL REGOLAMENTO CONSOB N. 20267

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, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Tiscali (il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 predisposta ex art. 4 Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 10 maggio 2018 (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* (di seguito "*GRI Standards*"), da essi individuati come standard di rendicontazione.

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.

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 ai *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 di *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 ed alle caratteristiche dell'impresa 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 incluse nella DNF ed 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 subiti 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 con il personale di Veesible S.r.l. 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 le seguenti società, Tiscali Italia S.p.A., Vevisible S.r.l., che abbiamo selezionato sulla base della loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco 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 2017 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai *GRI Standards*.

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nella DNF in relazione all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 non sono stati sottoposti a verifica.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



Ernesto Lanzillo

Socio

Milano, 5 giugno 2018