REPORT DI SOSTENIBILITÀ 2021

FASTWEB

Indice

Lettera agli stakeholder 4
Fastweb, TU SEI FUTURO
HIGHLIGHTS 2021 7

1

La Governance di Fastweb.
Un passo verso il futuro
1.1. Chi siamo 12
1.1.1. Purpose, Vision e valori: i principi guida 13
1.2. Il sistema di governance a salvaguardia del valore d'impresa 14
1.3. Etica e compliance: responsabili verso noi stessi e verso gli altri 21
1.3.1 L'approccio alla fiscalità 28

2

La sostenibilità per Fastweb:
tecnologia e innovazione per lo sviluppo sostenibile
2.1. Il contributo della rivoluzione digitale nel raggiungimento degli SDGS 31
2.2. Il contributo di Fastweb per costruire il futuro con fiducia 36
2.3. Gli impegni per il futuro 40

3

Futuro più connesso
3.1. Gli impatti di Fastweb sullo sviluppo socio-economico del Paese 44
3.2. Una nuova strategia: l'OTT infrastrutturato 48
3.2.1. Sviluppo infrastrutturale e reti di nuova generazione 49
3.2.2. Sviluppo di prodotti e servizi per semplificare la vita digitale dei clienti 53
3.2.3. Potenziamento dei servizi cloud e cybersecurity 55
3.3. Privacy e Cybersecurity 57
3.3.1. Cybersecurity 57
3.3.2. La tutela della privacy 60
3.4. Open innovation: un paradigma vincente per progettare insieme il futuro 62
3.5. Concorrenza leale e trasparenza nelle comunicazioni commerciali 64

4

Futuro più inclusivo
4.1. #GetDigital: la crescita digitale del Paese e dei cittadini 66
4.2. Trasparenza, fiducia, semplicità e ascolto nella relazione con i nostri clienti 74
4.2.1. L'ascolto e l'attenzione verso il cliente residenziale 75
4.2.2. L'ascolto e l'attenzione verso il cliente Enterprise 76
4.2.3. Insieme ai consumatori per definire le regole del gioco 77
4.2.4. Le procedure di conciliazione 78
4.3. Working Smart(er): la persona al centro 79
4.3.1. Working smart(er): oltre lo smart working 80
4.3.2. L'ascolto, l'engagement e il dialogo, dentro e fuori dall'azienda 81
4.3.3. Un welfare innovativo costruito sull'ascolto dei dipendenti 82
4.3.4 Tutelare la salute per tutelare il capitale umano 87
4.3.5 Un datore di lavoro attrattivo 89
4.3.6 Una cultura aziendale volta alla Diversity, Equity and Inclusion 93
4.3.7 OTT Learning Program: un rinnovato percorso di sviluppo e formazione 97
4.4. Il nostro impegno a sostegno della comunità 101

5

Futuro più ecosostenibile
5.1. Un impegno concreto nella lotta ai cambiamenti climatici 105
5.2. Consumi energetici e iniziative di efficienza energetica 112
5.3. L' attenzione al consumo delle risorse 115
5.4. Gestione e monitoraggio degli impatti ambientali 116

6

Informazioni integrative
6.1 Nota metodologica 118
6.2 Dichiarazione di assurance 125
6.3 GRI Content Index 126
6.4 Glossario 135
6.5 Appendice tecnica 137

Lettera agli stakeholder
FASTWEB, TU SEI FUTURO

Il 2021 ha visto Fastweb ancora protagonista della trasformazione digitale di famiglie, imprese e PA, e in continua crescita in termini di clienti, ricavi e margini. Abbiamo lavorato alla realizzazione del piano **Nexxt Generation 2025** basato sull'innovazione tecnologica, la massima trasparenza e semplicità verso i clienti, la sostenibilità e solidarietà a favore della comunità.

A dicembre, abbiamo rilanciato la nostra azione con la nuova strategia **"TU SEI FUTURO"**, per incidere sempre più su tutta la società, attraverso il raggiungimento di obiettivi di business e di sostenibilità sempre più sfidanti per il bene comune.

Dopo questi ultimi anni così difficili a causa della pandemia, molte persone sentono di aver perso il diritto ad avere un futuro, a considerarsi parte di un futuro. Noi vogliamo dare il nostro contributo a riportare il futuro al centro delle vite delle persone, vogliamo **aiutare tutti a costruire il proprio futuro, con fiducia.**
La nostra nuova strategia **"TU SEI FUTURO"** unisce sempre più business e sostenibilità e si basa su tre pilastri: **Futuro più connesso, Futuro più inclusivo**
e Futuro più ecosostenibile.

FUTURO PIÙ CONNESSO

Abbiamo l'ambizione di portare l'Italia a una **nuova velocità** e di **ridurre progressivamente il *Digital Divide*** nelle aree del Paese meno infrastrutturate.
A fine 2021 abbiamo raggiunto 400 città medio-piccole grazie alla nostra rete **Ultra FWA**, garantendo velocità di navigazione eccellenti; entro il 2025 saranno 2.000 i comuni raggiunti dalla nuova tecnologia, per una copertura complessiva di 12 milioni di case. Inoltre abbiamo migliorato ulteriormente le performance di connettività per i clienti già raggiunti dalla rete in fibra **FTTH**, portando la velocità di connessione da 1 Gbps a 2,5 Gbps, e ci impegniamo a raggiungere in FTTH 14,5 milioni di famiglie e imprese.

È proseguito infine il roll out della rete mobile **5G**, che ad oggi copre più di 1.000 comuni pari al 45% della popolazione nazionale, con l'obiettivo di arrivare al 90% della popolazione entro il 2025.

Oltre ad espandere la nostra infrastruttura, vogliamo rafforzare ulteriormente le nostre soluzioni di **Cloud e Cybersecurity**, essenziali alla trasformazione digitale del Paese.
In ambito Cloud, stiamo potenziando la nostra rete di **data center**, che già vede due infrastrutture

di eccellenza a Milano e a Roma, attraverso la realizzazione entro il 2025 di **40 nodi edge**, server computazionali localizzati e distribuiti in modo capillare sul territorio nazionale per portare la potenza di calcolo sempre più vicina al cliente e abilitare applicazioni che richiedono bassissimi tempi di latenza.

Sul fronte della Cybersecurity, abbiamo inaugurato un nuovo Security Operation Center (SOC) a Bari: un secondo polo d'eccellenza, che si affianca al SOC di Milano per offrire ai clienti accesso alle professionalità e alle soluzioni più avanzate di protezione informatica.

FUTURO PIÙ INCLUSIVO

Una vera trasformazione non è possibile se non si danno a tutti gli strumenti per cogliere le nuove opportunità offerte dal mondo digitale: nel corso del 2021 abbiamo proseguito e potenziato le attività della **Fastweb Digital Academy**, la scuola per le professioni digitali che eroga corsi gratuiti rivolti giovani, insegnanti, professionisti e aziende, fornendo le competenze digitali necessarie a sviluppare nuove professionalità. A fine 2021 con Fastweb Digital Academy abbiamo erogato oltre 10.000 ore di formazione, con più di 90 corsi a catalogo, e abbiamo formato circa 16.500 persone.
Per continuare a offrire non solo la miglior connessione ma anche i migliori contenuti, vogliamo rafforzare ulteriormente il ruolo della Fastweb Digital Academy, trasformandola in un hub di formazione digitale. Oltre ai tradizionali corsi in aule fisiche e virtuali, la Digital Academy renderà progressivamente disponibili un numero sempre più ampio di contenuti su competenze digitali di base e avanzate erogati in modalità "on demand" per ampliare ulteriormente il bacino di persone che vi potranno accedere.
Da inizio 2022, inoltre, i corsi della Digital Academy diventano parte integrante dell'offerta di connettività di Fastweb, garantendo ai clienti una corsia preferenziale per accedere ai corsi in aula e per fruire di tutti i contenuti digitali. Il nostro obiettivo è quello di accrescere le competenze digitali di 500.000 persone entro il 2025.
Futuro più inclusivo significa anche confermare il senso di responsabilità che da sempre abbiamo per le nostre persone: nel 2021 abbiamo favorito ulteriormente la loro autonomia e flessibilità, a favore di un modello di lavoro basato sul raggiungimento dei risultati, eliminando tutte le timbrature.
Abbiamo inoltre conseguito la Certificazione SA8000 ad ulteriore conferma dell'impegno profuso nella tutela dei nostri dipendenti e della loro vita lavorativa. Anche per la comunità locale abbiamo mantenuto i nostri impegni, realizzando nel 2021 una donazione da un milione di euro suddivisa tra piccole realtà commerciali (bar, ristoranti, agenzie di viaggio, ecc.) attive in settori che più di altri hanno subìto le conseguenze del lockdown dovuto alla pandemia.

FUTURO PIÙ ECOSOSTENIBILE

Crediamo che per combattere i cambiamenti climatici sia necessario un impegno serio e costante nel tempo. Per questo motivo, dopo aver aderito nel 2020 all'iniziativa internazionale **Science-Based Target initiative** fissando i nostri obiettivi di riduzione delle emissioni in linea con i target definiti dagli Accordi di Parigi sul clima, nel 2021 abbiamo compensato tutte le nostre emissioni dirette e le emissioni legate all'erogazione dei servizi ai nostri clienti.

Ci siamo impegnati a diventare completamente ***Carbon Neutral*** **entro il 2025**, con 25 anni di anticipo rispetto agli obiettivi dell'Unione Europea.

URS SCHAEPPI

ALBERTO CALCAGNO

Il nostro impegno per la tutela del Pianeta si concretizza anche attraverso programmi di ottimizzazione dell'efficienza energetica della nostra infrastruttura di rete, che negli ultimi 5 anni è migliorata del 62%, e nello sviluppo di prodotti e servizi che aiutino anche i nostri clienti a ridurre il loro impatto sull'ambiente.

Per lavorare in modo concreto alla realizzazione della nostra strategia, abbiamo lanciato **La settimana del Futuro** coinvolgendo direttamente tutte le nostre persone: ogni dipendente di Fastweb dedicherà cinque giorni all'anno al raggiungimento degli obiettivi di responsabilità sociale e di sostenibilità ambientale, diventando formatore della Fastweb Digital Academy, divulgatore delle competenze digitali presso scuole, biblioteche, centri per anziani, partecipando attivamente ad interventi di riforestazione delle periferie o prendendo parte a progetti di economia circolare, diventando protagonista delle iniziative che l'azienda metterà in campo a favore della comunità.

Come evoluzione naturale del percorso di integrazione della sostenibilità nel business e degli obiettivi di profitto con quelli di generazione di impatto positivo sulla società e sull'ambiente, abbiamo deciso di trasformare Fastweb in **Società Benefit**.
A partire dal 01 gennaio 2022 Fastweb è diventata quindi anche formalmente una società che lavora con un modello di sviluppo sostenibile per tutti gli stakeholder e che condivide il valore generato e la propria crescita nella comunità in cui opera.

Urs Schaeppi
Presidente del Consiglio di Amministrazione

Alberto Calcagno
Amministratore Delegato

Highlights 2021

FUTURO PIÙ CONNESSO

2,4 MILIARDI
DI RICAVI
+4%
rispetto al 2020

3 MILIARDI
DI CONTRIBUTO
al PIL nel 2021
e 532 milioni
di contribuzione fiscale

31.735
POSTI
DI LAVORO
generati in Italia

98%
ACQUISTI E
INVESTIMENTI
in Italia

10
MILIARDI
Investimenti in
infrastrutture dal 1999

25%
RICAVI
investiti
in infrastruttura
di rete

2,7
MILIONI
di clienti
su rete fissa

2,4
MILIONI
di clienti
su rete mobile

400
COMUNI
raggiunti dalla
tecnologia FWA

+180%
AUMENTO
degli attacchi
informatici transitati
sulla rete e gestiti

FUTURO PIÙ INCLUSIVO

16.300
PARTECIPANTI
ai corsi della Fastweb Digital Academy dal 2016 a oggi

10.700
ORE
di formazione gratuita erogate da Fastweb Digital Academy dal 2016 a oggi sulle competenze digitali

90
CORSI
a catalogo sulle competenze digitali disponibili presso la Fastweb Digital Academy

DIGITAL IQ:
20.000
Profili di autovalutazione delle competenze digitali rilasciati

8
WEBINAR
dedicati ai temi del Benessere Digitale dei più giovani, per la campagna #ConnessiControilBullismo

1
MILIONE DI EURO
Fondo per il sostegno delle piccole realtà imprenditoriali in condizione di fragilità

2.840
DIPENDENTI
+2%
rispetto al 2020

100%
DIPENDENTI
abilitati allo
Smartworking

1.759
PARTECIPANTI
a iniziative Diversity, Equity and Inclusion (DEI)

SA8000
Certificazione ottenuta sul Sistema di Gestione della Responsabilità Sociale adottato per tutta Fastweb

51.084
ORE
di formazione erogate ai dipendenti in aula e online

3.037
PARTECIPANTI
coinvolti in iniziative di upskilling e reskilling

100%
DIPENDENTI
Dipendenti coperti dalla nuova assicurazione in caso di infezione da Covid-19

24 ORE SU 24
DI ASSISTENZA
medica qualificata fruibile e distanza

5.686
OPPORTUNITÀ
gratuite fruite nell'ambito dei servizi Welfare aziendali

212
STUDENTI
coinvolti nel programma PCTO (Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento)

FUTURO PIÙ ECOSOSTENIBILE

- 30.500
TON CO_{2eq}
Riduzione della Carbon Footprint entro il 2030 Obiettivo approvato da SBTi

62.288
TON CO_{2eq}
Emissioni evitate ogni anno grazie all'acquisto di energia da fonti rinnovabili

OLTRE
254.000
TON CO_{2eq}
Emissioni evitate grazie all'utilizzo dei servizi da parte dei nostri clienti

1,5
RAPPORTO
tra le emissioni di CO_2 evitate ai clienti e quelle emesse in un anno di attività

-77%
RIDUZIONE
dei consumi per Gigabyte di traffico dal 2015 a oggi

2025
Anno entro il quale Fastweb si è impegnata a diventare completamente Carbon Neutral

100%
EMISSIONI
dirette e legate alle operations compensate attraverso il sostegno di progetti internazionali

3.000
ALBERI
Piantati in parchi urbani delle città di Milano, Roma e Bari, con l'obiettivo di piantarne 9.000 in tre anni

100%
ENERGIA ELETTRICA
acquistata prodotta da fonti rinnovabili

30 Gwh
Risparmio energetico complessivo ottenuto grazie agli interventi di efficientamento energetico realizzati dal 2015 a oggi

ISO 50001
CERTIFICAZIONE
ottenuta relativamente al Sistema di Gestione dell'Energia adottato per il Data Center Tier IV di Milano Caracciolo

La governance di Fastweb.
Un passo verso il futuro

1.1
CHI SIAMO

Con 2,7 milioni di clienti su rete fissa e 2,4 milioni su rete mobile Fastweb è uno dei principali operatori di telecomunicazioni in Italia. Fastweb promuove la trasformazione digitale della società per costruire un futuro sempre più connesso, inclusivo e ecosostenibile. Dalla sua creazione nel 1999, l'azienda ha puntato sull'innovazione e sulle infrastrutture di rete per garantire la massima qualità nella fornitura di servizi a banda ultralarga e favorire la digitalizzazione dei cittadini e del Paese.

Per aiutare tutti a costruire il proprio futuro con fiducia, l'azienda investe continuamente in reti performanti a velocità Gigabit e in servizi innovativi, incoraggia la più ampia diffusione tra la popolazione delle competenze digitali, promuove una cultura inclusiva, coltivando la crescita dei talenti, e sostiene la lotta ai cambiamenti climatici.

Dal 2015 la società acquista il 100% dell'energia da fonti rinnovabili e nel 2020 ha fissato ambiziosi obiettivi di riduzione delle emissioni approvati da Science Based Target iniziative. Già Carbon Neutral per le emissioni dirette e per quelle derivanti dall'erogazione del servizio ai propri clienti, Fastweb ha definito l'ambizioso obiettivo di diventare completamente Carbon Neutral entro il 2025. Premiata con il secondo posto della classifica Europe's Climate Leaders 2021 del Financial Times la società ha ricevuto da Standard Ethics il rating di sostenibilità "EE" (Strong). Dal gennaio 2022 Fastweb è società Benefit.

Fastweb S.p.A. fa parte del gruppo Swisscom ed è una società a socio unico soggetta all'attività di direzione e coordinamento di Swisscom AG, esercitata attraverso la controllata Swisscom Italia S.r.l. dal settembre 2007. A sua volta, Fastweb S.p.A. controlla al 100% la società Fastweb Air S.r.l., costituitasi il 7 agosto 2018 e al 70% la società 7Layers S.r.l. Inoltre, Fastweb detiene una partecipazione di minoranza in FiberCop S.p.A. del 4,5% e in Open Hub Med del 12,3%. FiberCop è la società nata nel 2021 da un'iniziativa di TIM, KKR e Fastweb con l'obiettivo di sviluppare i servizi digitali tramite connessioni ad alte prestazioni in fibra ottica, mentre Open Hub Med è un consorzio che punta a rappresentare il primo hub neutrale in Italia per lo scambio delle comunicazioni nel bacino del Mediterraneo tra Africa, Medio Oriente, Asia e il resto del mondo.
Al 31 dicembre 2021 i ricavi totali di Fastweb si sono attestati a 2.392 milioni di euro, in crescita del 4% rispetto al 2020, con un EBITDA complessivo di 826 milioni di euro, in aumento del 5% rispetto al 2020.

1.1.1
PURPOSE, VISION E VALORI: I PRINCIPI GUIDA

Fastweb ha definito, nel corso del 2021, un nuovo approccio e una nuova strategia fissando ambiziosi obiettivi e tracciando un nuovo modello di gestione, nel quale obiettivi di bene comune e di core business della connettività hanno pari rilevanza.
Con TU SEI FUTURO, concept lanciato a inizio 2022, Fastweb ha ridefinito la propria identità attraverso una nuova visione strategica. Una visione che mette al centro le persone per supportare tutti a far parte del Futuro ridisegnato dalla trasformazione digitale in corso. Un impegno rinnovato che passa dallo sviluppo di infrastrutture chiave per la digitalizzazione del Paese e il perseguimento dei più alti standard di responsabilità sociale e di sostenibilità ambientale, con l'obiettivo di **aiutare tutti a costruire il proprio Futuro, con fiducia.**

UN FUTURO PIÙ CONNESSO, PIÙ INCLUSIVO, PIÙ ECOSOSTENIBILE.

Quello che Fastweb immagina e che si impegna a realizzare attraverso il digitale è un Futuro più connesso, inclusivo ed ecosostenibile che intende costruire giorno dopo giorno rendendo disponibili reti performanti a velocità Gigabit e servizi innovativi, attraverso la più ampia diffusione di competenze digitali, lo sviluppo di una cultura inclusiva che valorizzi le specificità di ognuno e che coltivi i talenti, e attraverso l'allineamento ai migliori standard internazionali per dare il proprio contributo alla lotta ai cambiamenti climatici.

L'obiettivo di Fastweb è quello di garantire a tutti l'accesso alle opportunità offerte dal mondo digitale, sia attraverso lo sviluppo di un'infrastruttura di rete capillare, che raggiunga anche le aree attualmente non coperte da reti con connettività a velocità Gigabit, sia fornendo le competenze digitali necessarie per utilizzare al meglio i servizi e le soluzioni digitali attuali e future, attraverso l'erogazione di corsi di formazione gratuiti aperti a tutti. Questi obiettivi strategici verranno realizzati nel massimo rispetto e tutela dell'ambiente con un rinnovato impegno nella lotta ai cambiamenti climatici.

VISION E VALORI

L'ambizione che muove Fastweb verso il Futuro si basa anche sulla condivisione di Vision e di Valori comuni a cui la società e i suoi dipendenti si ispirano e che sono espressione di un'azienda che evolve continuamente per continuare a giocare un ruolo di primo piano nella trasformazione digitale del Paese.

La nostra Vision: Insieme connettiamo il futuro, semplicemente.

I NOSTRI VALORI:

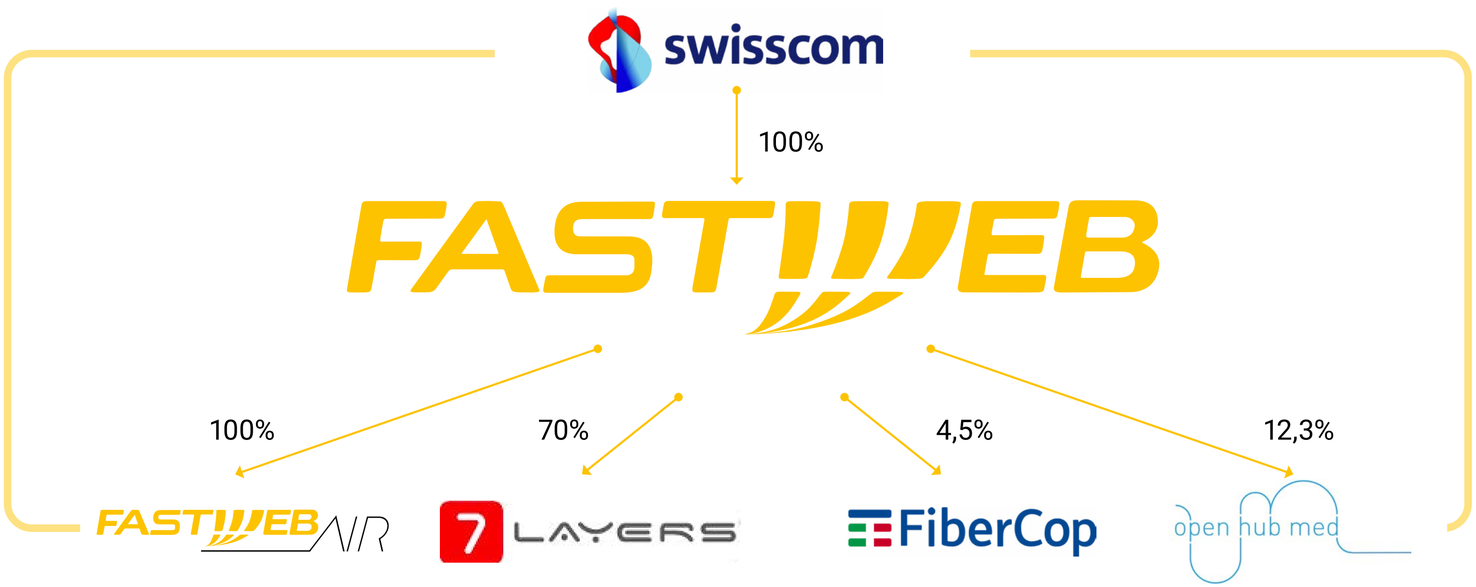
CARE	CORAGGIO	SOSTENIBILITÀ
PRENDIAMO LE DECISIONI PER IL BENE DEI CLIENTI	SIAMO DIGITALI	CREIAMO VALORE PER L'AZIENDA
CI PRENDIAMO CURA DEI NOSTRI COLLEGHI	SIAMO PROTAGONISTI	INVESTIAMONELLEPERSONEE NELLA COMUNITÀ
CI PRENDIAMO CURA DI NOI STESSI	SIAMO IMPRENDITORI	FACCIAMO SCELTE SOSTENIBILI PER L'AMBIENTE

1.2

IL SISTEMA DI GOVERNANCE A SALVAGUARDIA DEL VALORE D'IMPRESA

La struttura di Governance di Fastweb è caratterizzata dalla presenza dei seguenti organi: Assemblea dei Soci, Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale. Nel caso di Fastweb S.p.A. il Consiglio di Amministrazione è assistito dal Comitato di Controllo Indipendente e dal Management Board.
7Layers Group S.r.l., leader nei servizi di Cyber Security, acquisita al 70% da Fastweb in settembre 2020, nel corso del 2021 ha realizzato la fusione societaria con 7Layers S.r.l. (interamente controllata da 7Layers Group S.r.l.) divenendo un unico soggetto giuridico e mantenendo la denominazione sociale 7Layers S.r.l. (da qui in avanti "7Layers"). La struttura di Governance di 7Layers è caratterizzata dalla presenza di un Consiglio di Amministrazione, due amministratori delegati (soci entrambi al 15% ciascuno) e da un sindaco unico avente anche la funzione di revisore legale dei conti.

Il 29 marzo 2021, in un'operazione finalizzata a sostenere e accelerare lo sviluppo digitale del Paese, Fastweb ha acquisito il 4,5% delle quote all'interno della nuova società FiberCop S.p.A., già detenuta per il 58% da TIM e per il 37,5% dal fondo infrastrutturale KKR.



Schema struttura societaria aggiornato al 31/12/2021

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI FASTWEB S.P.A.

Urs Schaeppi	Presidente	Rappresentanza Legale di fronte a terzi e in giudizio
Alberto Calcagno	Amministratore Delegato e Direttore Generale	Rappresentanza Legale di fronte a terzi e in giudizio e poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società
Eugen Stermetz	Vice Presidente	
Christoph Aeschlimann	Consigliere	
Peter Burkhalter	Consigliere	
Alberto Giussani	Consigliere indipendente	
Maria Antonietta Gervasio	Segretario	

Il Consiglio di Amministrazione è stato nominato dall'Assemblea dei Soci del 26 marzo 2019 e scadrà con l'assemblea di approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2021.

COMITATO DI CONTROLLO INDIPENDENTE DI FASTWEB S.P.A.

Alberto Giussani	Presidente
Klaus Rapp	
Eugen Stermetz	
Peter Burkhalter	

COLLEGIO SINDACALE DI FASTWEB S.P.A.

Michele Siri	Presidente
Roberto Spada	Sindaco Effettivo
Francesco Turati	Sindaco Effettivo
Fabio Vittori	Sindaco Supplente
Cristiano Proserpio	Sindaco Supplente

Il Collegio Sindacale è stato nominato dall'assemblea dei soci del 25 marzo 2020 e rimarrà in carica fino all'Assemblea che approverà il bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2022.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI FASTWEB AIR S.R.L.

Matteo Melchiorri	Presidente	Rappresentanza Legale di fronte a terzi e in giudizio
Andrea Lasagna	Amministratore Delegato	Rappresentanza Legale di fronte a terzi e in giudizio e poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società
Maria Antonietta Gervasio	Amministratrice	

Il Consiglio di Amministrazione di Fastweb Air S.r.l. è stato nominato il 3 dicembre 2018 e rimane in carica fino a revoca o dimissioni.

COLLEGIO SINDACALE DI FASTWEB AIR S.R.L.

Michele Siri	Sindaco Effettivo e Presidente
Gilberto Comi	Sindaco effettivo
Francesco Turati	Sindaco effettivo
Paolo Baruffi	Sindaco Supplente
Fabio Fusco	Sindaco Supplente

Il Collegio Sindacale di Fastweb Air è stato nominato il 29 marzo 2021 e rimane in carica fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2023.

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE DI 7LAYERS S.R.L.

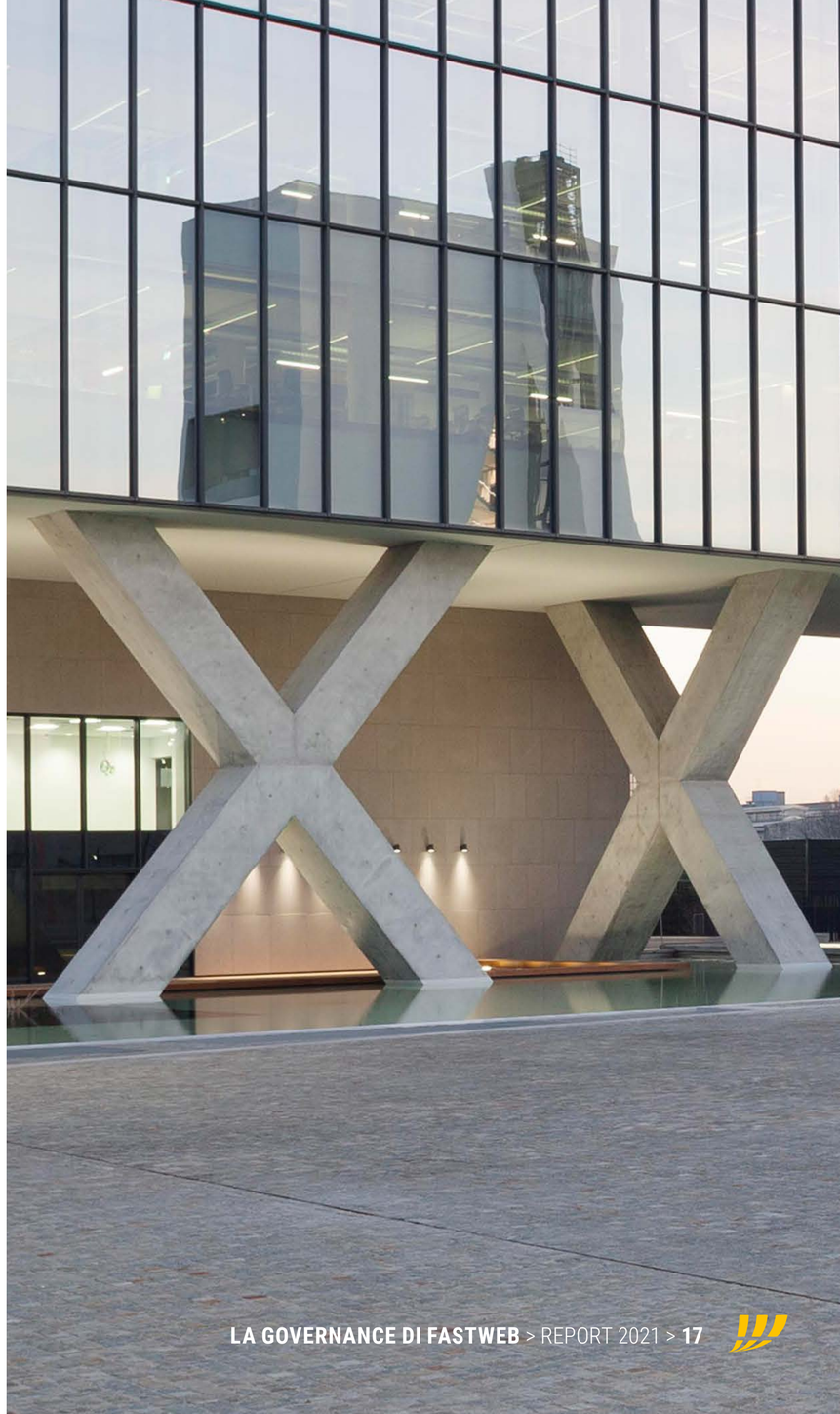
Augusto Di Genova	Presidente	Rappresentanza Legale di fronte a terzi e in giudizio e poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società
Riccardo Baldanzi	Amministratore Delegato	Rappresentanza Legale di fronte a terzi e in giudizio e poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società e Datore di lavoro.
Fabrizio Rosina	Amministratore Delegato	Rappresentanza Legale di fronte a terzi e in giudizio e poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società
Marco Pennarola	Consigliere	
Peter Grueter	Consigliere	
Andrea Romano	Consigliere e CFO	Rappresentanza legale di fronte a terzi e in giudizio e poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società

Il Consiglio di Amministrazione di 7Layers è stato nominato il 30 settembre 2020 e rimane in carica fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2024. L'Assemblea del 29 marzo 2021 ha determinato il numero dei consiglieri in 6, di cui 1 è stato inserito nominando Peter Grueter come nuovo consigliere semplice in carica, quale amministratore.

COLLEGIO SINDACALE DI 7LAYERS S.R.L.

Roberto Spada	Sindaco unico

Il Sindaco Unico di 7Layers è stato nominato il 30 settembre 2020 e rimane in carica fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2024.



IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Fastweb S.p.A. e **Fastweb Air S.r.l.** sono governate dai rispettivi Consigli di Amministrazione (CdA) con un mandato della durata di tre esercizi, rieleggibili. I CdA sono investiti dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria delle rispettive Società e hanno la facoltà di compiere tutti gli atti necessari per il raggiungimento dell'oggetto sociale.

La procedura per la nomina dei Consigli di Amministrazione prevede che le assemblee nominino gli amministratori su proposta del socio unico. Tali nomine decadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio in cui gli amministratori sono in carica.

L'eventuale presenza di conflitti di interesse in capo a un Amministratore deve essere tempestivamente comunicata al Consiglio di Amministrazione. L'amministratore interessato dovrà precisare "la natura, i termini, l'origine e la portata" del suo interesse, fornendo ogni elemento utile per consentire agli altri amministratori e ai sindaci di valutare la sussistenza o meno di un conflitto e, più in generale, la convenienza economica dell'operazione per la Società di riferimento.

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

Il Consiglio di Amministrazione di Fastweb S.p.A. si riunisce almeno trimestralmente, in dipendenza di ogni eventuale necessità, ed è investito dei più ampi poteri salvo quelli che la legge riserva all'Assemblea. Nel corso del 2021 si sono tenute 17 riunioni consiliari. Per quanto riguarda Fastweb Air, nel corso del 2021 si sono tenute 2 riunioni consiliari.
In data 29 luglio 2020, il Consiglio di Amministrazione di Fastweb S.p.A. ha adottato la procedura in materia di operazioni con parti correlate atta a garantire la piena trasparenza e la correttezza sostanziale e procedurale delle Operazioni con Parti Correlate.

Detta procedura è adottata ai sensi e per gli effetti di cui all'art.2391-bis del Codice Civile, all'art. 2427, comma 1, numero 22-bis, del codice civile, che richiede, per le società non quotate, di evidenziare in nota integrativa le operazioni con parti correlate, quando queste risultino contestualmente rilevanti e concluse a condizioni non di mercato, e dello IAS 24, che disciplina l'informativa di bilancio sui rapporti con parti correlate.

Le politiche di remunerazione dei Consigli di Amministrazione vengono decise in accordo con l'Azionista mentre le materie relative ai compensi per incarichi speciali e alle retribuzioni per il Management Board di Fastweb S.p.A. restano di competenza del Consiglio di Amministrazione.

La relazione tra Fastweb S.p.A. e Fastweb Air S.r.l. viene regolata con appositi contratti infragruppo, che prevedono l'erogazione di servizi tecnici e di staff a favore della società controllata nel rispetto delle peculiarità e delle autonomie gestionali di ciascuna società.

7Layers è governata da un Consiglio di Amministrazione (CdA) il cui mandato scadrà alla data di approvazione del bilancio d'esercizio al 31 dicembre 2024.
Il Consiglio di amministrazione è investito dei più ampi poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società e ha la facoltà di compiere tutti gli atti necessari per il raggiungimento dell'oggetto sociale.

La procedura per la nomina del Consiglio di Amministrazione prevede che l'assemblea nomini gli amministratori su proposta dei soci. Tali nomine decadono alla data dell'assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo all'ultimo esercizio in cui gli amministratori sono in carica.

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

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

La prima seduta dell'anno del Consiglio di Amministrazione è dedicata all'approvazione del budget per l'esercizio di riferimento e del progetto del bilancio di esercizio. Nel corso del 2021 si sono tenute 7 riunioni consiliari per 7Layers S.r.l.

Le politiche di remunerazione del Consiglio di Amministrazione vengono decise in accordo con l'Azionista di maggioranza ed in ottemperanza alle procedure di gruppo.

IL COMITATO PER IL CONTROLLO INDIPENDENTE

In seguito al delisting della Società, nella seduta del 27 aprile 2011 il CdA di Fastweb S.p.A. ha istituito il Comitato di Controllo Indipendente con competenze relative al controllo interno, con composizione e funzioni semplificate rispetto a quanto richiesto alle società quotate per quanto concerne, tra gli altri, i principi contabili di redazione del bilancio, la revisione contabile e l'identificazione dei rischi.

Tra i compiti del Comitato, inoltre, rientrano la definizione delle linee di indirizzo del sistema di controllo interno per Fastweb S.p.A. e le sue società controllate e la valutazione annuale del sistema di controllo interno. A ulteriore garanzia dell'indipendenza del Comitato, oltre al Presidente indipendente Prof. Alberto Giussani, alle riunioni del Comitato sono invitati in forma permanente: il componente esterno dell'Organismo di Vigilanza istituito da Fastweb ai sensi del D.Lgs. 231/2001, i componenti del collegio sindacale di Fastweb, il *Chief Audit Executive* di Fastweb e l'*Head of Internal Audit*. Può altresì partecipare alle riunioni del Comitato ogni altra persona che il Comitato stesso ritenga opportuna in relazione alla materia da trattare.
Il Comitato attualmente in vigore è stato nominato dal CdA del 26 marzo 2019 e scadrà con l'assemblea di approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2021.

IL COLLEGIO SINDACALE

I Collegi Sindacali, come meglio sopra identificati, vigilano sull'osservanza della legge e dello statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile e sul suo concreto funzionamento oltreché sull'indipendenza della società di revisione.

IL DIRETTORE GENERALE

Il CdA di Fastweb S.p.A. può nominare uno o più direttori generali determinandone i poteri, anche di rappresentanza, nonché gli emolumenti. In data 8 novembre 2010 il CdA di Fastweb S.p.A. ha deliberato di nominare Alberto Calcagno Direttore Generale, tuttora in carica, attribuendogli ampi poteri per la gestione della Società. Il Direttore Generale riferisce all'organo delegato ed è responsabile di tutte le Divisioni e i Dipartimenti della Società.

IL MANAGEMENT BOARD

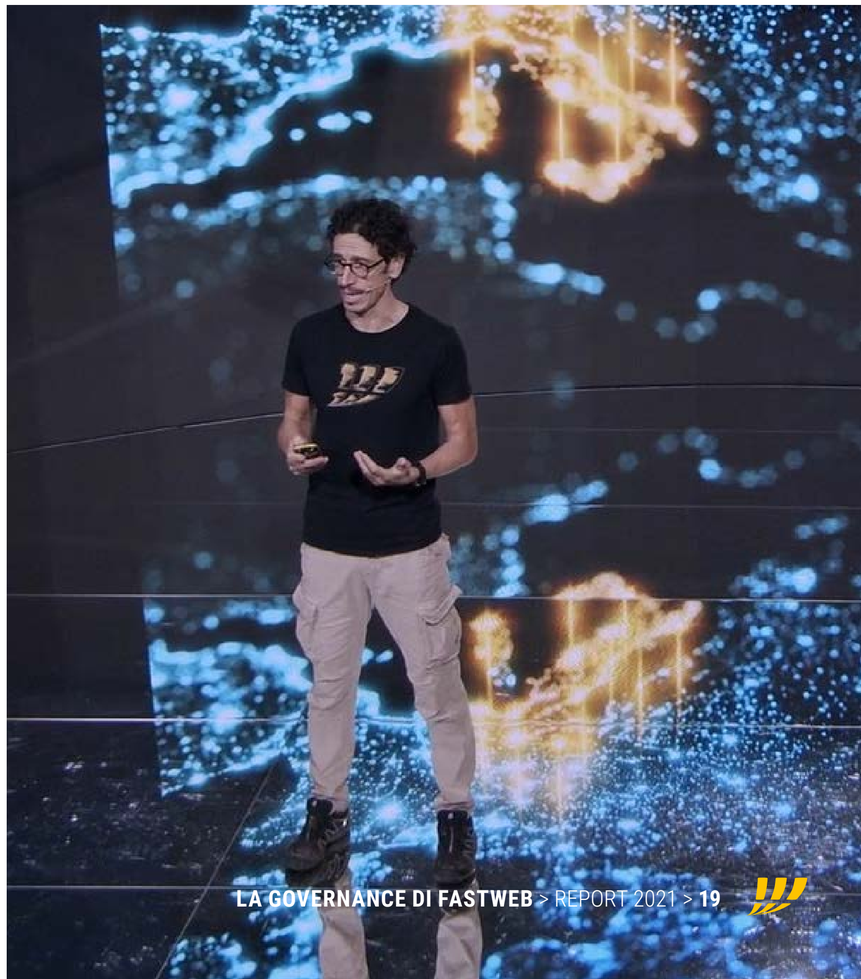
Il CdA di Fastweb S.p.A. ha formalmente istituito un comitato consultivo composto di manager esterni al CdA, fatta eccezione per l'Amministratore Delegato che lo presiede, denominato *Management Board*.

Il comitato ha un ruolo di coordinamento funzionale delle attività svolte dalle direzioni operative di Fastweb, anche attraverso l'esame preliminare degli argomenti di rilevanza strategica per il futuro sviluppo dell'azienda e delle operazioni che abbiano un rilievo economico, patrimoniale e finanziario. Il Management Board, inoltre, svolge funzioni consultive sugli argomenti e sulle operazioni che il Consiglio di Amministrazione ritenga di indicare.

Attualmente il *Management Board* comprende: l'Amministratore Delegato, il *Chief Financial Officer*, il *Chief Product Officer*, il *Chief Human Capital Officer*, l'*External Relations & Sustainability Officer*, il *Chief Consumer & Small Business Officer*, il *Chief Enterprise Officer*, il *Chief Wholesale Officer* e il *Technology Officer*.
Per ambiti specifici, alcuni membri del *Management Board* sono coinvolti in *Steering Committee* tematici, con incontri periodici nei quali vengono recepite le indicazioni del Management e condivisi i target raggiunti, gli stati di avanzamento, le eventuali criticità e le aree di miglioramento.

L' ASSEMBLEA

Gli statuti stabiliscono le modalità di convocazione, diritto di intervento e rappresentanza in Assemblea, presieduta dal Presidente del CdA assistito da un segretario designato dall'Assemblea.



FASTWEB S.P.A. È SOCIETÀ BENEFIT

L'Assemblea dei Soci, tenutasi il 18 novembre 2021 ha deliberato la trasformazione di Fastweb S.p.A. in **Società Benefit**, con efficacia dal 01 gennaio 2022 (https://www.fastweb.it/corporate/azienda-e-sostenibilita/fastweb-societa-benefit/).
Secondo quanto disposto dalla Legge n. 208 del 28 dicembre 2015 (commi 376-384), una Società Benefit è un'azienda che nell'esercizio della propria attività economica, oltre allo scopo di generare profitti, persegue una o più finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni ed attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse. Il passaggio a Società Benefit deve avvenire per modifica dello Statuto e comporta l'analisi e la rendicontazione degli impatti dell'azienda all'interno di una relazione annuale di impatto pubblica, che includa:

- la descrizione degli obiettivi specifici, delle modalità e delle azioni attuati dagli amministratori per il perseguimento delle finalità di beneficio comune;
- la valutazione dell'impatto generato attraverso uno specifico standard di valutazione esterno;
- una sezione dedicata alla descrizione dei nuovi obiettivi che la società intende perseguire nell'esercizio successivo.

In particolare, Fastweb S.p.A. si è data come finalità di beneficio comune lo "*sviluppo di un futuro maggiormente connesso, sostenibile e inclusivo*", declinandolo in 4 pillar:

- perseguire un impatto positivo per le persone e le comunità, supportando la disponibilità e l'utilizzo di reti performanti e favorendo l'emancipazione tecnologica e l'alfabetizzazione digitale;
- promuovere la diffusione di competenze digitali e l'affermazione di una cultura inclusiva anche mediante il sostegno alla crescita dei talenti;
- promuovere soluzioni che generino un impatto positivo nel settore dello sviluppo di sistemi di telecomunicazioni e di telefonia, minimizzino gli impatti ambientali delle relative strutture fisiche e contribuiscano alla lotta ai cambiamenti climatici;
- promuovere il coinvolgimento dei propri dipendenti nel perseguimento degli obiettivi societari, nonché per il perseguimento del loro benessere lavorativo, personale e familiare.

Infine, ai sensi dell'art 24 dello statuto sociale, il CdA ha nominato un Comitato d'Impatto che riporta periodicamente al CdA stesso e che è volto a coordinare le attività di definizione e monitoraggio degli obiettivi di beneficio comune e di relazione verso gli stakeholder. Il Presidente del Comitato d'Impatto è l'Impact Manager.

GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

La funzione *Sustainability* affianca il Comitato d'Impatto sopra citato nell'indirizzare le strategie e nel presiedere, coordinare e supervisionare i principali progetti e iniziative di sostenibilità di Fastweb, in linea con gli obiettivi strategici. Tale funzione, sotto la responsabilità del *External Relations & Sustainability Officer*, riporta direttamente all'Amministratore Delegato.

PROCEDURA PER LE OPERAZIONI IN CONFLITTO DI INTERESSI O CON INTERESSI DI ALTRI AMMINISTRATORI O DIPENDENTI

Fastweb ha implementato dal 2014 una procedura che prevede principi e regole operative a cui gli amministratori ed i dipendenti devono attenersi per assicurare la trasparenza e la correttezza sostanziale e procedurale delle operazioni che possano presentare interessi di altri amministratori e dei dipendenti, oppure in conflitto di interesse tra quello personale degli amministratori o dei dipendenti e quello di Fastweb.

Le misure adottate, in osservanza a quanto previsto dall'art. 2391 del Codice Civile, integrano il sistema dei controlli interni basato sul Codice Etico di Gruppo e sul Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo di Fastweb. La procedura si applica anche ai membri del Collegio Sindacale. Nel 2021, come previsto dalla procedura per le operazioni in conflitto d'interessi o con interessi di altri amministratori o dipendenti, sono state valutate collegialmente dall'Organismo di Vigilanza, dal Responsabile Anticorruzione e dal team Human Resources 3 segnalazioni di potenziale conflitto di interesse segnalati da manager e dipendenti con incarichi esterni. Gli approfondimenti svolti non hanno rilevato situazioni di assunzione di incarichi in conflitto con le attività svolte in Fastweb.

1.3

ETICA E COMPLIANCE: RESPONSABILI VERSO NOI STESSI E VERSO GLI ALTRI

IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E DI GESTIONE DEI RISCHI

Il Sistema di Controllo Interno e di gestione dei rischi rappresenta l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire l'identificazione, la misurazione e la gestione dei principali rischi aziendali e a garantire la conformità a leggi e regolamenti.
Come approvato dal CdA di Fastweb S.p.A. nel mese di aprile 2019, parte integrante di tale sistema sono la struttura di Governance, i Revisori esterni, l'Organismo di Vigilanza, il Management Board, il DPO, le funzioni di Internal Audit, Compliance e Risk Management e tutti i dipendenti.
Il sistema di controllo interno si avvale inoltre del Comitato di Controllo Indipendente, con funzione consultiva e propositiva nei confronti del Consiglio di Amministrazione, dell'Organismo di Vigilanza (si veda il paragrafo "Il Ruolo dell'Organismo di Vigilanza") e dell'Internal Audit di Fastweb S.p.A., che è incaricato di verificare l'adeguatezza e la funzionalità del sistema di controllo interno stesso, e del sistema di gestione dei rischi.
La funzione di Internal Audit svolge un'attività **indipendente** ed obiettiva di **assurance e consulenza** finalizzata ad aiutare l'organizzazione nel perseguimento dei propri obiettivi, identificando i rischi che possono pregiudicarne, in tutto o in parte, il conseguimento fornendo valutazioni e raccomandazioni sul Sistema di Controllo Interno (SCI). Tale attività sul SCI si esplica attraverso la definizione del piano di audit annuale (Integrated Strategic Audit Plan) e l'esecuzione degli audit pianificati, su un perimetro che comprende anche le controllate Fastweb Air e 7Layers.
La funzione di Internal Audit espone il risultato delle sue attività trimestralmente al **Comitato di Controllo Indipendente (CCI)** di Fastweb e di Swisscom.
Fastweb si è inoltre dotata di una Policy di Enterprise Risk Management (ERM) e di un processo di risk assessment periodico volto a identificare e analizzare le strategie di gestione dei principali rischi strategici aziendali.
La funzione Risk Management, all'interno della Divisione Internal Audit, Compliance & Risk Management di Fastweb S.p.A., ha l'obiettivo di supportare il Chief Risk Officer in tali attività di risk assessment e in quelle di comunicazione verso i vari stakeholder tramite un Report di aggiornamento trimestrale redatto in collaborazione con diverse funzioni aziendali e differenziato sulla base delle esigenze di ciascuno degli stakeholder di riferimento (Swisscom, ICC, Consiglio di Amministrazione, Top Management). Le responsabilità relative alla gestione e comunicazione dei rischi strategici identificati sono attribuite in funzione del risk acceptance level approvato dal Consiglio di Amministrazione di Fastweb S.p.A.. La procedura ERM identifica il Chief Risk Officer nel Chief Financial Officer che riporta periodicamente al Management Board i risultati delle attività di valutazione dei rischi.
A partire dal 2021 è stato inoltre progressivamente introdotto nella Società un processo bottom-up di risk assessment volto all'identificazione, analisi e valutazione degli impatti economici, reputazionali e legali anche dei rischi operativi e al tracciamento di eventuali contromisure individuate al fine di ridurre i rischi stessi.

IL MODELLO 231

In conformità al Decreto Legislativo n. 231/01, Fastweb S.p.A. ha adottato un modello organizzativo – di cui è parte integrante il Codice Etico – che detta le principali regole di comportamento per tutti i dipendenti della Società e definisce i processi, le aree, le attività "sensibili" (a rischio di reato 231) e i controlli associati.
Il Modello 231 è periodicamente aggiornato sulla base delle evoluzioni normative e organizzative di riferimento. A tal proposito, a marzo 2021

Fastweb S.p.A. ha aggiornato il proprio Modello, introducendo i nuovi reati previsti dal D.Lgs. 231/01 e adeguando il sistema di controllo al fine di garantirne la prevenzione di alcune fattispecie di reati tributari, di reati contro la Pubblica Amministrazione, di reati di contrabbando per l'importazione di beni in violazione degli obblighi doganali e il reato di ostacolo alle attività di vigilanza di pubbliche autorità previste nel Decreto Legge 105/2019 "Perimetro di sicurezza nazionale cibernetica".
Per quanto riguarda le controllate del Gruppo, Fastweb Air dispone di un proprio Modello 231, aggiornato nel luglio 2021 in seguito all'introduzione delle nuove fattispecie di reato, mentre per 7Layers in seguito ad un'analisi e valutazione di tutti i processi e i rischi sensibili, è stato definito il Modello ed approvato dal Consiglio di Amministrazione nel mese di dicembre 2021. Allo stesso tempo, è stata costituita la governance del Modello, prevedendone il suo periodico aggiornamento sulla base delle evoluzioni normative e organizzative di riferimento.

Fastweb S.p.A. e a Fastweb Air S.r.l. hanno inoltre adottato un unico Codice Etico, mentre 7Layers ne ha definito uno proprio nel 2020.
Ogni aggiornamento del Codice Etico e del Modello è tempestivamente comunicato a tutti i dipendenti, che ricevono inoltre periodicamente una formazione in e-learning sui principi e regole di comportamento previsti dal Modello 231 e Codice Etico.

Il Modello 231 viene comunicato e applicato anche a coloro che, pur non essendo lavoratori subordinati, operano su mandato o per conto di Fastweb. Tali soggetti, per effetto di apposite clausole contrattuali nell'ambito dei rapporti costituiti con la Società, si impegnano a osservare le disposizioni normative vigenti e comunque idonei a prevenire la commissione riguardo ai reati in relazione ai quali si applicano le sanzioni previste nel D.Lgs. 231/2001.

IL NUOVO CODICE ETICO

Il nuovo Codice Etico è stato approvato dal CdA di Fastweb S.p.A. il 20 ottobre 2021 con l'intento di fornire a tutte le persone che lavorano per Fastweb S.p.A. e Fastweb Air S.r.l. (dipendenti, fornitori, consulenti e partner commerciali) una comunicazione più semplice e diretta rispetto ai principi che devono ispirare l'agire di tutti i giorni. Il nuovo documento utilizza un linguaggio più semplice e grazie a sezioni esplicative quali **"cosa significa per me"** e le **"ethical questions"** fornisce un supporto immediato nella scelta dei comportamenti idonei da seguire e nella ricerca delle policy di riferimento da applicare nei diversi ambiti.
In linea con il crescente impegno di Fastweb per uno sviluppo sostenibile, il consolidamento del suo sistema di compliance normativo e l'introduzione di nuove policy, sono stati integrati nuovi ambiti di applicazione:

- **DIVERSITÀ E INCLUSIONE:** è stato inserito un nuovo paragrafo interamente dedicato al tema della Diversità e Inclusione, in modo da rafforzare la cultura dell'incontro e la promozione della ricchezza nella diversità.

- **COMUNICAZIONE CORRETTA**: è stato inserito un nuovo capitolo "Il nostro impegno per la comunicazione" con le linee guida da osservare nella comunicazione attraverso i social media affinché la divulgazione delle informazioni aziendali sia corretta ed efficace.

- **INTEGRITÀ E TRASPARENZA:** sono state inserite le principali regole da seguire per garantire la trasparenza e correttezza nelle registrazioni contabili rafforzando così l'impegno dell'azienda per l'integrità e la trasparenza.

- **SOSTENIBILITÀ E TUTELA AMBIENTALE:** il capitolo dedicato all'ambiente è stato integrato declinando i comportamenti che devono guidare l'agire di ognuno nel dare il proprio contributo e diffondere una cultura che riduca gli impatti ambientali.

- **CORRETTA GESTIONE DEI DATI PERSONALI:** è stato inserito il capitolo "L'impegno per i dati dei clienti" che definisce i principi fondamentali per una corretta gestione dei dati personali e li traduce in regole operative da seguire per assicurare in ogni processo aziendale *Data Protection.*

IL RUOLO DELL'ORGANISMO DI VIGILANZA ORGANISMO DI VIGILANZA DI FASTWEB S.P.A.

ALBERTO GIUSSANI	PRESIDENTE DEL COMITATO DI CONTROLLO INDIPENDENTE E CONSIGLIERE INDIPENDENTE
UGO LECIS	COMPONENTE ESTERNO, ESPERTO PENALISTA
CARLO SCARPA	CHIEF AUDIT EXECUTIVE DI FASTWEB SPA

L'Organismo di Vigilanza (OdV) di Fastweb S.p.A. e l'OdV di Fastweb Air, composto da un componente esterno e dal Head of Internal Audit, hanno una durata in carica equiparata a quella del CdA che lo nomina. Per quanto riguarda 7Layers, l'Organismo di Vigilanza è composto dal Chief Audit Executive di Fastweb S.p.A. e da un avvocato penalista come componente esterno, ed è in carica fino a revoca e/o dimissioni.

Gli OdV, autonomi e indipendenti, verificano la corretta ed effettiva applicazione del Modello 231 attraverso apposite attività di vigilanza e analizzano il sistema di controllo a presidio delle aree a rischio, seguendo le best practices e quanto previsto dalle Linee Guida di Confindustria. Le attività di vigilanza vengono inserite nell' "Integrated Strategic Audit Plan" presentato ogni anno all'Internal Control Committee di Fastweb, e sono focalizzate principalmente sulla verifica periodica dell'effettiva applicazione dei Modelli nelle aree a maggior rischio-reato.

Come richiesto dall'art. 6 comma 2 lettera d) del Decreto Legislativo n. 231/01, sono previsti continui flussi informativi verso gli OdV. La tipologia e la periodicità delle informazioni sono condivise dagli Organismi stessi con i rispettivi Responsabili Interni dei processi sensibili in linea con modalità e tempistiche concordate.

Gli OdV possono contare sulla funzione Compliance & Risk Management di Fastweb S.p.A. per realizzare le attività di vigilanza sull'effettiva ed efficace applicazione dei Modelli e riferiscono periodicamente ai CdA le eventuali criticità riscontrate.
Gli OdV riferiscono inoltre periodicamente ai CdA, al Comitato di Controllo Indipendente ed al Collegio Sindacale predisponendo report sulle attività svolte o ogni qualvolta ritengano opportuno informare gli organi sociali.

FASTWEB E IL RISPETTO DELLE REGOLE: UN IMPEGNO PROATTIVO E UN SISTEMA IN CONTINUA EVOLUZIONE

Fastweb si impegna con costanza e metodo a garantire il rispetto della normativa vigente da parte di tutti i dipendenti, i fornitori e i partner anche attraverso l'adozione di procedure e regole interne.

In linea con questo obiettivo di centrale importanza, ogni anno l'azienda rafforza su base volontaria il proprio sistema di compliance interno attraverso iniziative mirate.
Fastweb dispone di una Direttiva anticorruzione estesa a tutte le società del Gruppo e di **Linee Guida Anticorruzione**, elaborate in seguito ad una attività di risk assessment, volte a rafforzare ulteriormente il presidio interno per quanto concerne il monitoraggio e la gestione dei rischi di tutte le operazioni di Fastweb. Contestualmente all'adozione del Modello 231, 7Layers ha adottato la Direttiva Anticorruzione di Fastweb al fine di rafforzare e rendere più efficace l'impegno della Società nella lotta verso i comportamenti illeciti, in particolare per fatti di corruzione.
I processi rientranti nella risk map per questo ambito sono: gestione dei rapporti con la Pubblica Amministrazione, gestione delle attività di vendita di prodotti e servizi, gestione delle risorse finanziarie, gestione delle risorse umane e gestione dei rapporti commerciali di acquisto beni/servizi (c.d. "ciclo passivo"). I rischi sono stati mappati all'interno delle Linee Guida Anticorruzione attraverso l'identificazione di Aree Sensibili, soggette ad un monitoraggio specifico per garantire il rispetto del divieto di pratiche corruttive, negli ambiti di gestione dei rapporti con la pubblica amministrazione, conflitti di interesse, contributi a partiti politici, attività di lobbying, donazioni e sponsorizzazioni, regali, omaggi e ospitalità, relazioni con stakeholder esterni quali clienti e fornitori e gestione risorse umane.

Contestualmente all'adozione delle misure descritte, il CdA di Fastweb S.p.A. ha nominato un referente interno, Responsabile Anticorruzione, al quale è assegnata la responsabilità di valorizzare le regole aziendali collaborando anche con l'OdV. Il Responsabile Anticorruzione riferisce periodicamente al CdA, al Comitato di Controllo Indipendente ed al Collegio Sindacale predisponendo report sulle attività svolte.
Anche in questo caso Fastweb garantisce la **massima trasparenza** e le linee guida sono state diffuse internamente a tutto il personale attraverso l'intranet aziendale Agorà e mediante attività di formazione specifica per tutti i dipendenti, nonché all'esterno tramite il sito internet di Fastweb.
Nel luglio 2020 il CdA di Fastweb S.p.A. ha approvato le **linee guida Antitrust e** il **codice di condotta rivolti a tutti i dipendenti** di Fastweb.
Le Linee Guida Antitrust costituiscono un sistema organico e coerente di principi di integrità e trasparenza ed individuano:

- I ruoli e le responsabilità nella prevenzione degli illeciti Antitrust
- Le aree a maggior rischio di illecito Antitrust
- I comportamenti da adottare (Codice di Condotta) nelle situazioni a rischio Antitrust

Queste linee guida si collocano nell'ambito del Programma volontario in materia antitrust adottato nel 2019 da Fastweb, in occasione del quale è stato nominato un Responsabile dedicato.
Fastweb dispone inoltre di una policy "Whistleblowing: gestione delle segnalazioni" che disciplina le Segnalazioni di Comportamenti Illegittimi riscontrati dai dipendenti nello svolgimento delle proprie attività. La Policy Whistleblowing prevede un canale dedicato per segnalare in modo anonimo e garantisce che ogni segnalazione sia valutata con obiettività, indipendenza e massima riservatezza. Per quanto riguarda invece 7Layers, le tematiche di anticorruzione, antitrust e meccanismi di Whistleblowing sono previsti e disciplinati nell'ambito del Modello 231 adottato nel 2021.

In aggiunta, nel 2021 Fastweb ha definito anche un nuovo canale per segnalare eventuali violazioni del Codice Etico o inosservanze delle policy aziendali, attraverso la casella di posta ethics@fastweb.it. Fastweb si assicura che le segnalazioni vengano esaminate con la massima discrezione dalla funzione Compliance 231 & Risk Management. In particolare, le segnalazioni relative a discriminazioni, violazioni dei diritti umani, tematiche giuslavoristiche, di salute e sicurezza e legate all'ambiente di lavoro vengono gestite dal Social Performance Team, ossia il team inter-funzionale di nuova costituzione che garantisce l'applicazione dei principi di responsabilità sociale in conformità alla certificazione SA8000.

A dimostrazione dell'importanza del tema della legalità per l'azienda, anche quest'anno Fastweb ha partecipato alle attività del **Business Integrity Forum (BIF)**, iniziativa guidata dalla ONG Transparency International che riunisce le più grandi aziende italiane attive sui temi di integrità e trasparenza: tale iniziativa mostra l'impegno delle aziende nell'adozione di strumenti specifici e nella diffusione di una cultura della legalità prevenendo e contrastando la corruzione nelle pratiche di business. Durante i due eventi organizzati per l'edizione del 2021 è stata approfondita l'applicazione dell'Intelligenza Artificiale per le attività di compliance e di anticorruzione e sono stati esaminati i diversi sistemi per l'intercettazione di situazioni anomale.

FORMAZIONE INTEGRATA: IL PILASTRO DELLA COMPLIANCE NORMATIVA AZIENDALE

Le diverse Compliance prevedono, dal punto di vista formale e normativo/giurisprudenziale, l'obbligo di effettuare una formazione adeguata ed efficace. Fastweb considera la formazione un motore di promozione di cambiamenti e miglioramenti in quanto componente fondamentale dei diversi Modelli Organizzativi, fondando la Compliance aziendale alle normative 231, anticorruzione, Privacy e Antitrust su sensibilizzazione e formazione.

Per questo motivo, Fastweb ha avviato un progetto di formazione integrata erogata ogni due anni con cadenza pianificata, basata su *risk assessment* di specifiche attività/aree aziendali. La formazione è volta a definire i diversi rischi di Compliance e fornire all'individuo una visione integrata e allineata alle dinamiche aziendali, in grado non solo di riconoscere i rischi, ma di minimizzarli attraverso istruzioni specifiche.

Nel corso del 2021 sono stati organizzati 12 diversi corsi di formazione per una durata complessiva di 67 ore. Alcuni corsi previsti dall'offerta formativa obbligatoria sono stati rivolti a tutta la popolazione di Fastweb, inclusi i componenti del Management Board; inoltre sono state ideate ed erogate sessioni formative su esigenze delle specifiche Business Unit di Fastweb. Ad oggi, la formazione obbligatoria integrata è stata erogata al 100% della popolazione aziendale.

LE NORME VOLONTARIE: LE POLICY E LE CERTIFICAZIONI

Oltre ai presidi interni citati precedentemente, sono state definite una serie di **Policy che definiscono con chiarezza le regole da applicare ed evidenziano l'impegno di Fastweb** in ambiti che spaziano dall'anticorruzione, all'ambiente, fino alla tutela della sicurezza e della privacy. Tutte le politiche sono comunicate ai dipendenti e sono disponibili in qualsiasi momento attraverso la Intranet Agorà.
In particolare, nel 2021 è stata approvata la Politica di Diversity and Inclusion, la Politica di Responsabilità Sociale, la Politica Energetica ed è stata aggiornata la Politica sulle sponsorizzazioni.

LE PRINCIPALI POLITICHE CHE GUIDANO L'AZIONE DI FASTWEB

- **Linee guida anticorruzione:** rappresentano un ulteriore strumento di sintesi e ottimizzazione del quadro di policy anticorruzione già esistente con l'obiettivo di costruire un sistema organico ed efficiente finalizzato a rafforzare la promozione dei principi di lotta alla corruzione, integrità e trasparenza all'interno dell'azienda;
- **Direttiva anticorruzione:** indica le regole di comportamento da seguire per ridurre i rischi di commissione di reati di corruzione nell'ambito delle attività aziendali svolte (documento applicato anche a 7Layers);
- **Direttiva anticorruzione, inviti ad eventi:** illustra la procedura operativa per ridurre il rischio di commissione di reati di corruzione nel caso di inviti ad eventi sportivi, culturali, informativi verso clienti pubblici e privati;
- **Linee guida e codice di condotta antitrust:** rappresentano una prova dell'impegno esplicito e consapevole di Fastweb e dei suoi amministratori a rispettare i principi posti a tutela del libero mercato e della concorrenza, a promuovere tali valori fondamentali tra tutti i dipendenti e collaboratori di Fastweb in quanto pilastro portante della cultura e della politica aziendale;
- **Policy Diversity and Inclusion:** garantisce un luogo di lavoro sicuro e inclusivo, in cui le persone possano esprimere la propria unicità con l'obiettivo di rendere tali principi un requisito essenziale nello svolgimento delle attività aziendali.
- **Policy di Responsabilità Sociale:** basata sulla norma internazionale SA8000, sancisce l'impegno aziendale nel riconoscimento di valori etici, del rispetto dei diritti dell'uomo e del miglioramento continuo delle condizioni lavorative dei dipendenti e dei collaboratori.
- **Policy Omaggi:** fissa le condizioni per l'accettazione e l'elargizione di omaggi nelle relazioni con soggetti terzi quali, ad esempio, fornitori, clienti e Pubblici Ufficiali;
- **Policy Tutela della Privacy e dei Dati della clientela:** definisce le modalità attraverso cui Fastweb informa tutti i clienti sulle modalità di trattamento dei dati personali in continuità con i diritti dell'utente espressi dal «Codice Privacy»;
- **Policy Ambiente:** basata sulla norma internazionale ISO 14001, delinea il quadro di riferimento per stabilire e adeguare obiettivi di tutela ambientale;
- **Politica Energetica:** basata sulla norma internazionale ISO 50001, delinea il quadro di riferimento per stabilire e adeguare obiettivi di miglioramento delle prestazioni energetiche;
- **Policy Safety:** basata sulla norma internazionale ISO 45001, rende operativo l'impegno aziendale in materia di salute e sicurezza e definisce il quadro delle regole e buone pratiche da applicare a tutti i livelli organizzativi;
- **Policy Whistleblowing (gestione delle segnalazioni):** disciplina la gestione delle segnalazioni di comportamenti illegittimi, specificandone i canali di comunicazione e le modalità di gestione da parte dell'azienda. Le segnalazioni possono essere effettuate via telefono, posta tradizionale oppure possono essere inviate in forma anonima utilizzando un canale esterno raggiungibile tramite link di rete Internet pubblica contenente il modulo per le segnalazioni, disponibile anche nella intranet aziendale. Tutte le segnalazioni vengono analizzate ed eventualmente gestite attraverso gli interventi più opportuni con la massima riservatezza.
- **Policy Donazioni:** definisce il processo, le regole operative e i controlli per l'erogazione di donazioni aziendali, siano esse in beni, servizi o denaro. Il documento ha lo scopo di assicurare che le donazioni vengano effettuate nel rispetto dei principi di trasparenza ed equità e in conformità al Codice Etico e al Modello 231 aziendale.
- **Policy sponsorizzazioni:** fissa le condizioni per l'effettuazione di sponsorizzazioni, che devono avvenire in linea con quanto previsto nel Modello 231 e nelle Direttive Anticorruzione e contribuiscono al posizionamento di Fastweb sul mercato, alla promozione di prodotti e servizi, alla fidelizzazione e relazione con i clienti e al coinvolgimento e soddisfazione dei collaboratori.

Molte delle Policy interne sono legate all'adozione di sistemi di gestione certificati secondo norme volontarie specifiche.
Nel 2021, Fastweb ha ottenuto due nuove certificazioni: la ISO 50001, relativa alla gestione energetica del Data Center Tier IV di Milano Caracciolo, e la SA8000, relativa alla gestione della responsabilità sociale. Nello stesso anno, è stato esteso il perimetro delle certificazioni ISO 14001 e ISO 45001 anche a Fastweb Air S.r.l.

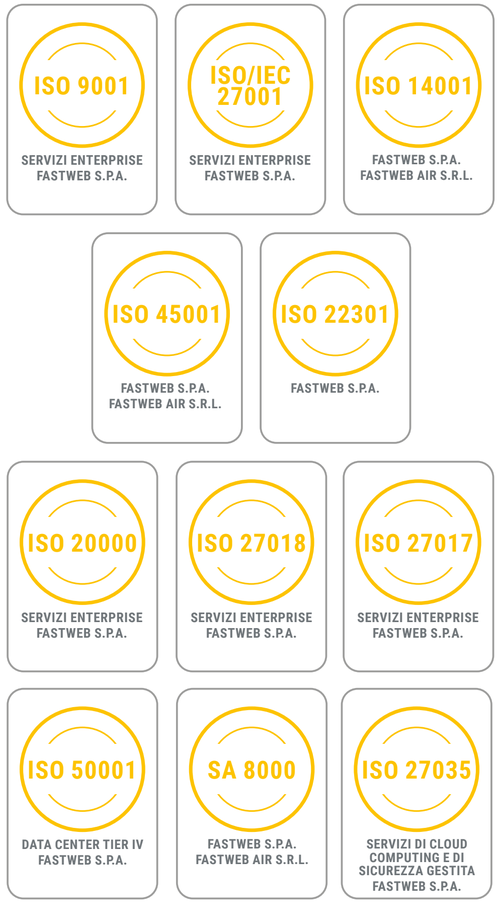
UNA NUOVA CERTIFICAZIONE: LA SA8000 SULLA RESPONSABILITÀ SOCIALE

Nel corso del 2021 Fastweb ha implementato un Sistema di Gestione della Responsabilità Sociale (SGRS) ottenendo la certificazione SA8000 con l'obiettivo di presidiare al meglio le tematiche di responsabilità sociale e di garantire il rispetto dei principi fondamentali dei diritti umani e dei lavoratori.

Il conseguimento della certificazione rappresenta per Fastweb un importante riconoscimento rispetto al proprio impegno sui temi della responsabilità sociale di impresa, aumentando così la fiducia nei servizi forniti da parte di tutti gli stakeholder. Inoltre, promuove il coinvolgimento del personale sui temi di responsabilità sociale, il consolidamento della cultura aziendale su questi temi e supporta lo sviluppo di azioni su temi emergenti quali il *Diversity Management* e il presidio dei temi di responsabilità sociale nella catena di fornitura.
In linea con le disposizioni dello standard SA8000, Fastweb ha istituito un gruppo di lavoro dedicato: il *Social Performance Team* (SPT). Quest'ultimo è costituito in maniera equilibrata da rappresentanti del management aziendale e da rappresentanti dei lavoratori, e ha l'obiettivo di monitorare le performance e il raggiungimento degli obiettivi in materia di responsabilità sociale, non solo all'interno di Fastweb ma anche nelle scelte che la società realizza lungo la sua catena di fornitura.

In questo contesto, la società ha definito e approvato una Politica della Responsabilità Sociale, un documento che include l'impegno di Fastweb ad adeguarsi a tutti i requisiti dello Standard SA8000 e a rispettare i requisiti legislativi nazionali e internazionali in materia di diritti umani. In particolare, Fastweb si impegna a vietare l'impiego di lavoro infantile e di lavoro forzato, tutelare il benessere, la salute e la sicurezza dei lavoratori, rispettare il diritto di libertà di associazione e di contrattazione collettiva, vietare ogni tipologia di discriminazione e di pratiche disciplinari scorrette, rispettare il diritto ad un orario di lavoro appropriato e una retribuzione dignitosa.

I sistemi adottati sono stati integrati fino ad ottenere un **unico sistema di gestione che guida l'operatività interna e garantisce la corretta applicazione delle regole aziendali nei diversi ambiti operativi**.
Tale sistema include: qualità dei processi (ISO 9001) sicurezza delle informazioni e dei dati (ISO 27001), sicurezza delle informazioni e dei dati per i servizi di cloud computing (ISO 27017), gestione della privacy per i servizi di Public Cloud (ISO 27018), gestione degli incidenti di sicurezza delle informazioni (ISO 27035), ambiente (ISO 14001), salute e sicurezza nei luoghi di lavoro (ISO 45001), gestione dei servizi ICT (ISO 20000), continuità operativa (ISO 22301), energia (ISO 50001) e responsabilità sociale (SA 8000).



1.3.1
L'APPROCCIO ALLA FISCALITÀ

Fastweb opera secondo principi improntati a valori di onestà, correttezza e osservanza della normativa tributaria. Nell'ambito del rapporto con le Autorità fiscali, la Società si impegna nella preventiva interlocuzione e nel mantenimento di rapporti volti alla trasparenza, al dialogo ed alla collaborazione. Fastweb ritiene infatti che l'assoluta trasparenza nei confronti dell'Amministrazione finanziaria e il pieno rispetto della normativa e degli obblighi fiscali facciano parte dei propri imprescindibili doveri di contribuente e di responsabilità sociale verso le Istituzioni e il Paese.

Non detiene direttamente o indirettamente società localizzate in Stati o territori aventi un regime fiscale privilegiato e applica policy in materia di prezzi di trasferimento volte ad evitare erosione di base imponibile fiscale. A questo proposito, Fastweb valuta attentamente l'evoluzione della normativa fiscale sia domestica che internazionale volta a contrastare i fenomeni di erosione fiscale e *profit splitting*, con l'impegno costante di rispettarne i principi. Le voci e gli oneri di natura fiscale sono indicati regolarmente, nell'ambito dei bilanci annuali sottoposti ad assurance di parte terza.

Dal punto di vista della gestione del rischio, Fastweb si è dotata di processi e procedure che assicurino la corretta attribuzione di ruoli, responsabilità e poteri a ciascun soggetto coinvolto nei processi con implicazioni fiscali, in modo da assicurare una corretta gestione del rischio fiscale e minimizzare la possibilità di controversie. Allo stesso tempo, vengono adottate tutte le misure necessarie per il pieno e costante coinvolgimento della funzione fiscale nelle decisioni di business. Qualora i processi implementati da Fastweb non prevedano già il coinvolgimento della funzione fiscale, la funzione di business si occupa di coinvolgere preventivamente il dipartimento fiscale al fine di assicurare un'adeguata valutazione degli effetti e dei rischi fiscali.

Nel 2021 Fastweb ha inoltre avviato un progetto finalizzato all'implementazione di un efficace sistema di controllo e gestione del rischio fiscale e la conseguente adozione di un Tax Control Framework ("TCF").

Le tipologie di rischio fiscale che possono manifestarsi nell'ambito dei processi aziendali sono state suddivise tra i rischi fiscali di adempimento, rischi di natura interpretativa su operazioni routinarie e su quelle non routinarie.

Fastweb assicura che i processi per la gestione del rischio fiscale garantiscano un'adeguata protezione degli Stakeholder interni ed esterni, sia in termini di mitigazione del rischio (anche in considerazione dei possibili impatti reputazionali), sia in termini più generali di salvaguardia dello shareholders' value, inteso come interesse degli Stakeholder al non depauperamento del valore aziendale.
Fastweb S.p.A. e le sue controllate Fastweb Air S.r.l. e 7 Layer S.r.l. sono residenti ai fini fiscali in Italia. Fastweb S.p.A. e Fastweb Air S.r.l. aderiscono al consolidato fiscale con la holding Swisscom Italia S.r.l., che effettua i versamenti IRES in Italia sul reddito imponibile consolidato italiano.

La sostenibilità per Fastweb: tecnologia e innovazione per lo sviluppo sostenibile

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

L'Agenda 2030 delle Nazioni Unite, articolata in 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile (SDGs, Sustainable Development Goals) è il framework di riferimento che orienta le nostre scelte, affinché costituiscano un contributo concreto al raggiungimento degli obiettivi globali.
Il settore delle telecomunicazioni e delle tecnologie digitali infatti rappresenta un importante abilitatore del percorso di sostenibilità tracciato dagli SDGs: le soluzioni digitali possono accelerare l'introduzione di soluzioni sostenibili e mitigare gli impatti ambientali e sociali negativi.

Gli SDGs sono obiettivi fortemente interconnessi tra loro, pertanto ogni progetto che contribuisca allo sviluppo sostenibile aiuta il raggiungimento di ognuno di essi. In base alle attività svolte, tuttavia, ci sono obiettivi su cui ciascuna realtà può agire in modo più incisivo e altri su cui può portare un contributo indiretto.
In particolare, con i progetti e le iniziative in campo, Fastweb contribuisce direttamente al raggiungimento di 10 obiettivi, ad esempio attraverso lo sviluppo di infrastrutture e di soluzioni digitali innovative, la diffusione delle competenze digitali e della digital adoption, la riduzione degli impatti ambientali delle nostre attività, la lotta ai cambiamenti climatici.

2.1

IL CONTRIBUTO DELLA RIVOLUZIONE DIGITALE NEL RAGGIUNGIMENTO DEGLI SDGS

Digitalizzazione e sviluppo sostenibile sono temi strettamente correlati tra loro. Le tecnologie della quarta rivoluzione industriale quali intelligenza artificiale, robotica e Internet delle Cose (IoT) e più in generale di tutto il settore ICT, possono dare un grande contributo alla realizzazione degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti a livello internazionale.

"Crediamo fortemente che il digitale debba diventare una leva fondamentale per la sostenibilità. Crediamo che il futuro debba appartenere a tutti e ci impegniamo perché sia sempre più connesso, inclusivo e sostenibile" *(Alberto Calcagno, AD)*

Proprio con l'obiettivo di sfruttare le tecnologie offerte dalla quarta rivoluzione industriale a favore dello sviluppo sostenibile, in seno al *World Economic Forum* è nata l'iniziativa 2030Vision[1], che raccoglie l'adesione di alcune delle maggiori aziende nel mondo, nell'intento di sviluppare le soluzioni tecnologiche necessarie per sostenere la realizzazione degli obiettivi dell'Agenda 2030 dell'ONU. Come riportato infatti in un recente studio del WEF [2], le tecnologie permettono di accelerare il raggiungimento del 70% dei 169 target derivanti dai 17 *Sustainable Development Goals* per la realizzazione dell'Agenda 2030.

LE TECNOLOGIE PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE A LIVELLO INTERNAZIONALE

Per quali obiettivi sono oggi maggiormente disponibili soluzioni generate dalla Quarta Rivoluzione Industriale (4RI)?

La tecnologia potrebbe avere un alto impatto su

10 dei **17** SDGs

70% dei **169**

target SDG possono essere direttamente favoriti dall'innovazione tecnologica

SDGs con il più alto numero di soluzioni 4RI ad oggi:

SDGs con il più basso numero di soluzioni 4RI ad oggi:

Le sfide che gli operatori ICT si trovano ad affrontare sono state rese ora ancora più complesse dalla crisi sanitaria mondiale, che ha bruscamente rallentato il percorso avviato nei diversi Paesi per il raggiungimento degli SDGs. Infatti, la crisi attuale sta minacciando decenni di guadagni in termini di sviluppo, ritardando ulteriormente la transizione urgente verso sistemi economici più verdi e inclusivi. La situazione pandemica ha avuto un impatto particolarmente negativo sulle persone più povere e vulnerabili, inasprendo le disuguaglianze e le disparità: ad esempio, uno studio delle Nazioni Unite, "*The Sustainable Development Goals Report 2021*" [3], segnala che il tasso globale di povertà estrema è aumentato per la prima volta in oltre 20 anni, spingendo nel 2020 124 milioni di persone nuovamente verso la povertà estrema. Inoltre, la pandemia ha innalzato i rischi relativamente alla scolarizzazione, registrando 101 milioni di bambini scesi sotto il livello minimo di competenza di lettura, ha aumentato il livello di violenza domestica verso le donne e ha aumentato il tasso di lavoro di cura non retribuito e sottopagato che ricade sempre più sulle donne con un impatto sulle loro opportunità di istruzione, reddito e salute. In aggiunta, nonostante il rallentamento economico globale, le concentrazioni dei principali gas serra hanno continuato ad aumentare.

Nonostante queste difficoltà, i valori e i principi degli SDGs sono la chiave per avviare un piano di ripartenza sostenibile, inclusivo ed equo. Il ruolo delle soluzioni digitali è fondamentale in questo contesto, offrendo nuove possibilità e opportunità non solo per il business, ma anche per le comunità e l'ambiente.

Nell'ambito dell'iniziativa 2030Vision, il World Economic Forum ha sviluppato un framework per agevolare l'accelerazione digitale dei paesi, attraverso uno strumento che può essere applicato a qualunque organizzazione. Il modello si compone di sei pillar sui quali le organizzazioni devono concentrarsi per fare in modo che i progressi tecnologici agiscano da *enabler* e contribuiscano al progresso verso gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

[1] *Vision2030, https://www.2030vision.com/*

[2] *World Economic Forum, 2020, "Unlocking technology for the Global Goals"*

[3] *United Nations, 2021, "The Sustainable Development Goals Report 2021"*

FRAMEWORK DEL WORLD ECONOMIC FORUM PER AGEVOLARE L'ACCELERAZIONE DIGITALE DEI PAESI[4]

	VISIONE E STRATEGIA	GOVERNANCE E RESPONSABILITÀ	INNOVAZIONE, RICERCA E SVILUPPO
DEFINIZIONE	L'impiego della tecnologia per raggiungere gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile è multiforme e deve essere affrontato attraverso una pianificazione dettagliata e un forte coordinamento tra le funzioni dell'organizzazione che sono coinvolte nel processo. Le organizzazioni possono raggiungere questo obiettivo definendo una visione per guidare il progresso della tecnologia e lo sviluppo delle proprie strategie verso la realizzazione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.	Governare la realizzazione della visione e della strategia degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile attraverso l'assegnazione di responsabilità, il coinvolgimento della leadership e l'implementazione di meccanismi di supervisione efficaci.	Sostenere le soluzioni innovative, dalla loro ideazione, alla Ricerca e Sviluppo di base e applicata, fino alla loro dimostrazione e applicazione sul mercato.
APPLICAZIONE	■ Comprendere le applicazioni concrete della tecnologia agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile in termini di obiettivi, strumenti e stakeholder. ■ Stabilire una visione comune per il progresso della tecnologia per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e sviluppare una strategia volta a concretizzare tali obiettivi. ■ Definire azioni e leve chiave per integrare le tecnologie della Quarta Rivoluzione Industriale all'interno dei piani strategici. ■ Pianificare e implementare un sistema inclusivo per raccogliere e agire sulle «lessons learned», anche attraverso il monitoraggio e la misurazione dei progressi.	■ Sviluppare un approccio agile, resiliente e che coinvolge l'intera organizzazione per lo sviluppo di strategie a sostegno della tecnologia per realizzare l'Agenda 2030 degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. ■ Nominare una funzione di supervisione e responsabilità alla leadership, come ad esempio un comitato direttivo. ■ Assegnare la responsabilità di implementazione ai leader.	■ Finanziare la Ricerca e lo Sviluppo di base e applicata, per lo sviluppo di tecnologie con un impatto sociale e ambientale. ■ Sostenere lo sviluppo di ecosistemi di innovazione per avanzare soluzioni tecnologiche per raggiungere gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile. ■ Sostenere lo sviluppo di capacità per creare, fare progredire e ottimizzare il sistema dei dati, la fornitura di tecnologie e infrastrutture per raggiungere i target definiti dagli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

[4] *Harnessing Technology for the Global Goals: A framework for government action, World Economic Forum, 2021 (rielaborazione EY)*

DEFINIZIONE

APPLICAZIONE

FINANZIAMENTI PER LA COMMERCIALIZZAZIONE

Creare le condizioni per il successo dello sviluppo, del lancio ed espansione sul mercato e della commercializzazione delle tecnologie d'avanguardia che possono contribuire al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

- Sostenere le tendenze tecnologiche, compresa l'adozione di protocolli tecnologici responsabili e con obiettivi di sostenibilità.
- Sviluppare un piano per supportare le infrastrutture digitali e fisiche nel perseguimento delle priorità strategiche.

PERSONE E COMPETENZE

Comprendere la maniera in cui la tecnologia trasformerà il mercato del lavoro e prendere le misure necessarie per sostenere i dipendenti nell'acquisizione di competenze digitali e relative alle tecnologie all'avanguardia, in modo tale che ciascuno possa fornire il suo contributo per raggiungere i target degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile attraverso nuove tecnologie.

- Prendere provvedimenti per effettuare un *reskilling* e un *upskilling* delle competenze della forza lavoro sulle tematiche relative alla Quarta Rivoluzione Industriale.
- Attuare programmi formativi che includano lo sviluppo di competenze della forza lavoro sulle tematiche relative alla Quarta Rivoluzione Industriale.
- Stabilire dei programmi di riqualificazione delle competenze del personale.
- Prevedere iniziative presso gli istituti accademici per diffondere e aumentare le competenze digitali e tecnologiche.

AZIONE COLLETTIVA E COLLABORAZIONE

Promuovere azioni collettive e collaborative per realizzare iniziative per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile attraverso la partecipazione a partenariati e alleanze multistakeholder per realizzare attività congiunte e scambiare risorse.

- Considerare attentamente i principali stakeholder interni ed esterni e stabilire uno scopo e una procedura per il loro coinvolgimento.
- Comunicare agli stakeholder le proprie soluzioni tecnologiche all'avanguardia in linea con la visione e la strategia degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.
- Essere attivamente impegnati con partenariati e collaborazioni multistakeholder per sviluppare azioni e scambiare risorse.

IL *WORLD ECONOMIC FORUM* INDICA INOLTRE OTTO *ENABLER* CHE CONTRIBUISCONO AL SUPERAMENTO DELLE BARRIERE PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE[5]:

OPPORTUNITÀ E SFIDE ECONOMICHE

40,73 MILIARDI DI EURO

è lo stanziamento previsto dal Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) per la Missione 1, *Digitalizzazione, innovazione, competitività e cultura.* Di questi, il 24% è destinato a progetti per la digitalizzazione, innovazione e sicurezza nella PA, il 60% alla digitalizzazione del sistema produttivo, e il restante 16% al turismo e cultura 4.0.

Fonte: Piano nazionale di ripresa e resilienza #nextgenerationItalia

2,018 TRILIONI DI EURO

sono gli investimenti previsti per i prossimi 7 anni (2021-2027) che l'Unione Europea ha stanziato per il programma NextGenerationEU in risposta alla crisi pandemica, volto a fare fronte i danni economici e sociali e guidare la transizione verso un'Europa sostenibile e resiliente.

Fonte: European Commission, 2021, "The EU's 2021-2027 long-term budget and NextGenerationEU"

600 MILIARDI DI DOLLARI

è la stima del contributo che il 5G avrà sull'economia mondiale, pari al 2,1% della crescita dell'economia globale, con effetti su tutti i settori economici e abilitando nuove classi di servizi nei più svariati ambiti.

Fonte: Osservatori Digital Innovation della school of Management del Politecnico di Milano - Rapporto sulla filiera delle Telecomunicazioni in Italia, 2021

76%

è la percentuale delle organizzazioni italiane che soffre di *Talent Shortage* in ambito di cybersecurity, ossia la difficoltà dei datori di lavoro nel reperire persone con competenze in ambito di sicurezza informatica.

Fonte: Clusit 2021

10%

è la percentuale di aumento dei cyber attacchi gravi tra il secondo semestre del 2020 e il primo semestre del 2021 in Italia.

Fonte: Clusit 2021

[5] *Harnessing Technology for the Global Goals: A framework for government action, World Economic Forum, 2021 (rielaborazione EY)*

OPPORTUNITÀ E SFIDE SOCIALI

20°

è la posizione dell'Italia, su 28 Paesi europei, nell'indice DESI che misura i progressi degli stati membri UE in termini di digitalizzazione dell'economia e della società nel 2020. L'Italia è inoltre al 25° posto per quanto riguarda il Capitale Umano[6] nel 2020.

Fonte: Desi Report 2021

60,4%

è la percentuale di assunzioni per le quali le imprese italiane hanno richiesto il possesso di competenze digitali.

Fonte: Analisi della domanda di competenze digitali nelle imprese, indagine 2020, Sistema informativo Excelsior di Unioncamere e Anpal, 2020

1,5 MILIONI

sono le nuove risorse in possesso di competenze digitali di base che saranno necessarie alle imprese italiane tra il 2020 e il 2024.

Fonte: Previsioni dei Fabbisogni occupazionali in Italia a medio termine, Sistema informativo Excelsior di Unioncamere e Anpal, 2020

55%

è la percentuale di imprese europee che hanno riferito di avere difficoltà a reclutare specialisti ICT nel 2019.

Fonte: Desi Report 2021 - Human Capital

19%

è la percentuale di imprese europee che hanno assunto specialisti ICT nel 2020.

Fonte: Desi Report 2021 - Human Capital

[6] La dimensione del Capitale Umano del DESI ha due sottodimensioni: "competenze dell'utente di Internet" e "competenze avanzate e sviluppo". La prima si basa sull'indicatore stilato dalla Commissione Europea sulle competenze digitali del Paese, calcolato in base al numero e alla complessità delle attività che coinvolgono l'uso di dispositivi digitali e di Internet. La seconda raccoglie indicatori sugli specialisti ICT, sui laureati ICT e sulle imprese che forniscono una formazione ICT dedicata.

OPPORTUNITÀ E SFIDE AMBIENTALI

16%

è la riduzione stimata di CO_2 a livello globale per ogni aumento del 5% nell'accesso e nella disponibilità della popolazione alle tecnologie digitali.

Fonte: ETNO, 2021, "The State of Digital Communications 2021"

15%

è la percentuale di emissioni globali di gas serra che il settore digitale potrebbe contribuire a ridurre entro il 2030 grazie interventi diretti; 35% è l'ulteriore riduzione che potrebbe essere ottenuta indirettamente grazie al digitale influenzando le decisioni dei consumatori e del business e attraverso trasformazioni di sistema..

Fonte: Exponential Roadmap - Scaling 36 solutions to halve emissions by 2030, ver. 1.5, 2020

1,97%

è la percentuale di carbon footprint dell'industria ICT prevista nel 2030, in diminuzione rispetto al 2,3% registrato nel 2020.

Fonte: GeSI e Deloitte, 2019, "Digital with Purpose: Delivering a SMARTer2030"

2 MILIONI

di tonnellate è l'aumento stimato della quantità di e-waste prodotto ogni anno a livello globale.

Fonte: The Global E-waste Monitor 2020, UNU, ITU and ISWA

11.000

sono le aziende in tutta Europa tenute, a partire dal 2022, a pubblicare la propria quota di fatturato, opex e capex riferiti ad attività in grado di contribuire agli obiettivi di mitigazione e di adattamento al cambiamento climatico, secondo la definizione fornita dalla Tassonomia europea. Tale numero è destinato a salire e arrivare a 49.000 secondo l'iniziativa legislativa "Corporate Sustainability Reporting Directive" attualmente in discussione.

Fonte: Commissione Europea

2.2

IL CONTRIBUTO DI FASTWEB PER COSTRUIRE IL FUTURO CON FIDUCIA

Fastweb ha recentemente definito “TU SEI FUTURO” la sua nuova visione strategica, strutturata in tre aree distinte che costituiscono i pilastri della mission aziendale nella quale finalità di business e di beneficio comune hanno pari valenza. L’integrazione delle opportunità legate alla sostenibilità nel cuore della strategia aziendale ha comportato anche la trasformazione di Fastweb S.p.A. in **Società Benefit**. Questo passaggio sancisce, anche a livello giuridico, l’orientamento di tutte le scelte operative e strategiche dell’azienda verso la creazione di valore positivo per la comunità.

Fastweb aiuta le persone a costruire il proprio futuro, con fiducia: un futuro più connesso, più inclusivo e più ecosostenibile.

‘Futuro più connesso’ esprime la volontà di Fastweb di garantire un futuro più connesso e di essere un punto di riferimento nell’**accelerazione della digitalizzazione del Paese**.

Grazie all’estensione dell’infrastruttura di rete, Fastweb si impegna a contribuire alla riduzione del Digital Divide presente in Italia, fornendo connettività anche nelle aree prive di reti a banda ultralarga. Fastweb ha continuato a investire nella propria infrastruttura di rete, nella diffusione della tecnologia 5G per la realizzazione di reti convergenti fisso-mobile e tecnologie digitali all’avanguardia con l’obiettivo finale di mettere a disposizione di tutti i cittadini, imprese e PA reti a banda ultralarga con la migliore connettività e soluzioni digitali per migliorare la qualità di vita.

La crescita del Paese avviene anche attraverso l’offerta di servizi innovativi che favoriscano la digitalizzazione e lo sviluppo di nuovi business e nuove soluzioni: il percorso verso l’**OTT Infrastrutturato** intende fornire ai clienti un’esperienza eccellente e servizi innovativi basati sulla semplicità d’uso e sulla trasparenza.

L'introduzione del 5G ha accelerato ulteriormente la trasformazione di Fastweb in operatore convergente, grazie allo sviluppo delle nuove tecnologie FWA e 5G Mobile, che consentono a un numero sempre maggiore di città di fruire di connessioni ultraperformanti. Gli ingenti investimenti a favore dell'innovazione tecnologica e dell'*open innovation* hanno permesso di applicare il 5G in numerosi settori e contesti territoriali.
Inoltre, a fronte di un esponenziale impiego del digitale, è fortemente aumentata l'importanza della *cybersecurity* e della protezione delle informazioni e dei dati dei Clienti. Per questo motivo, Fastweb ha continuato a investire in infrastrutture, risorse e competenze per assicurare sempre i più elevati livelli di sicurezza della propria rete e fornire ai propri clienti un servizio di massima protezione da possibili attacchi informatici.

'Futuro più inclusivo' rappresenta la volontà di garantire un futuro più inclusivo sia all'interno, sia all'esterno dell'azienda, di impegnarsi nella **diffusione delle competenze digitali per tutti e nell'attenzione verso le esigenze dei propri dipendenti, dei clienti e delle comunità locali.**

Con **Fastweb Digital Academy** Fastweb continua a rispondere alla sfida delle competenze digitali attraverso azioni volte a ridurre il gap culturale italiano sull'utilizzo degli strumenti digitali, con l'obiettivo di trasformare la transizione tecnologica in opportunità concrete per cittadini e imprese. La pandemia ha senz'altro accelerato il passaggio al digitale di Pubblica Amministrazione, imprese, mondo della scuola, rendendo però ancora più evidente il gap di competenze digitali attualmente esistente. Nel corso dell'anno sono stati erogati, oltre ai corsi in streaming, corsi *on demand*, allargando così esponenzialmente il bacino di utenza della formazione, per informare e creare competenze sulle nuove tecnologie, fornendo strumenti concreti per saper cogliere le opportunità offerte dal mondo del digitale. Nel quadro della nuova strategia "TU SEI FUTURO", la *Digital Academy* agisce come vero e proprio hub di formazione digitale, parte integrante dell'offerta di connettività di Fastweb. A partire dal 2022, infatti, per i clienti residenziali e per le piccole medie imprese che utilizzano i nostri servizi viene resa disponibile una corsia preferenziale per accedere ai corsi in aula e fruire in anteprima di tutti i contenuti digitali.

"Working Smart(er)" è invece l'approccio di Fastweb verso un rinnovato modo di lavorare, con priorità verso la tutela della salute e il benessere delle proprie persone. Si basa su uno stile di management evoluto e fondato sui principi di autonomia e flessibilità, che dà a tutti la possibilità di lavorare in modalità *smartworking* tutti i giorni. Per le persone che lavorano in Fastweb e per le loro famiglie sono state organizzate numerose iniziative di supporto e sostegno sia nell'ambito della salute che in quello del benessere, per continuare ad affrontare questo difficile periodo di pandemia ancora in corso. A riprova del presidio delle tematiche di responsabilità sociale e del rispetto dei principi fondamentali dei diritti umani per i lavoratori, nel 2021 Fastweb ha ottenuto la certificazione SA8000. Inoltre, nel 2021, Fastweb ha evidenziato l'importanza della promozione e della diffusione di una cultura inclusiva attraverso l'implementazione di una *Policy di Diversity & Inclusion* e diverse iniziative ed eventi organizzati all'interno e all'esterno dell'azienda.
L'attenzione alle persone si è concretizzata anche attraverso l'**attenzione alle comunità locali**. Dopo aver supportato ospedali, scuole, associazioni e piccole realtà imprenditoriali, anche nel 2021 è proseguita l'erogazione di donazioni in denaro, beni o servizi, anche con il coinvolgimento dei dipendenti e clienti.

'Futuro più ecosostenibile' è il terzo ambito di azione previsto dalla nuova strategia aziendale, per contribuire allo sviluppo sostenibile anche per quanto riguarda la tutela dell'ambiente. **Fastweb si impegna nella lotta ai cambiamenti climatici sia fissando sfidanti obiettivi di riduzione, sia definendo un percorso di miglioramento che la porterà alla carbon neutrality nel 2025.**

Già nel 2020 Fastweb ha aderito alla *Science Based Target initiative*, definendo un chiaro obiettivo di riduzione delle proprie emissioni di gas a effetto serra entro il 2030. Tale obiettivo è stato validato scientificamente e dichiarato in linea con i target fissati dall'Accordo di Parigi sul clima del 2015.

Nel 2021 l'azienda ha voluto confermare e rafforzare il proprio impegno, definendo un percorso progressivo di compensazione delle emissioni non eliminabili, diventando già nel corso dell'anno carbon *neutral* per tutte le emissioni dirette e per quelle legate all'erogazione del servizio ai clienti, e fissando l'ambizioso obiettivo di diventare completamente carbon *neutral* entro il 2025.

In parallelo, ha avviato un percorso di riqualificazione delle aree urbane, che prevede la messa a dimora di 9.000 alberi in 3 anni nelle città di Milano, Roma e Bari, in un'iniziativa che ha coinvolto anche i dipendenti e le loro famiglie.

Infine, grande attenzione è data allo sviluppo di soluzioni innovative che possano aiutare i clienti a gestire al meglio le risorse e gli aspetti ambientali, al fine di evitare gli sprechi e migliorare la tutela dell'ambiente nel suo complesso.

Il ruolo di **Climate Leader** di Fastweb è stato riconosciuto da Financial Times e Statista, che ogni anno stilano la lista delle migliori aziende europee per l'impegno nella riduzione dell'impatto sui cambiamenti climatici. In questa particolare classifica, Fastweb è prima in Italia e seconda in Europa, dove si posiziona come più virtuosa nel suo settore nella riduzione delle emissioni.

Come ulteriore strumento di diffusione dei principi della nuova strategia, "TU SEI FUTURO" ha introdotto la **settimana del futuro**: a partire dal 2022 tutti i dipendenti Fastweb dedicheranno 5 giorni all'anno al raggiungimento degli obiettivi di responsabilità sociale e di sostenibilità ambientale. Saranno quindi chiamati a promuovere e contribuire alle finalità dei tre pilastri della strategia diventando formatori della *Digital Academy* o divulgatori delle competenze digitali presso scuole, biblioteche, centri per anziani, partecipando attivamente ad interventi di riforestazione delle periferie o prendendo parte a progetti di economia circolare.

A conferma dell'impegno di Fastweb nella completa integrazione della sostenibilità nella propria strategia, nel corso del 2021, ***Standard Ethics***, agenzia di rating indipendente attiva a livello internazionale nel mondo degli ESG, ha assegnato a Fastweb il **rating "EE" (Strong)** per aver saputo sviluppare una governance della Sostenibilità, con particolare riguardo agli obiettivi ambientali, e di neutralità climatica.

La nuova strategia di Fastweb si conferma in linea con i temi identificati all'interno dell'analisi di materialità. Nella figura sottostante sono rappresentati i temi associati a ciascuna area strategica.

FUTURO PIÙ CONNESSO	FUTURO PIÙ INCLUSIVO	FUTURO PIÙ ECOSOSTENIBILE
INFRASTRUTTURE DIGITALI PER IL PAESE	COMPETENZE DIGITALI PER IL FUTURO	LOTTA AI CAMBIAMENTI CLIMATICI
5G COME TECNOLOGIA ABILITANTE	*DIVERSITY AND INCLUSION*	EFFICIENZA ENERGETICA
RIVOLUZIONE DIGITALE, INTELLIGENZA ARTIFICIALE E INNOVAZIONE TECNOLOGICA	TRASPARENZA, SEMPLICITÀ, ASCOLTO E FIDUCIA	SOLUZIONI ICT PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE
PERFORMANCE ECONOMICA E CREAZIONE DI VALORE PER GLI *STAKEHOLDER*	WORKING SMART: LE PERSONE AL CENTRO	SOSTENIBILITÀ LUNGO LA *SUPPLY CHAIN*
PRIVACY E *CYBERSECURITY*		
ETICA E COMPLIANCE		

Per maggiori dettagli relativamente all'analisi di materialità e ai temi materiali identificati, si rimanda alla Nota Metodologica.

2.3

GLI IMPEGNI PER IL FUTURO

Il quadro degli obiettivi e dei target, definiti da Fastweb nel corso del 2021, è stato aggiornato rispetto alle performance del 2020. La tabella mostra lo stato di avanzamento degli obiettivi, declinati in relazione ai *Sustainable Develpment Goals (SDGs).*

FUTURO PIÙ CONNESSO

IMPEGNI PER IL 2021	PERFORMANCE 2021	SDG
Entro il 2024 garantire **collegamenti fino a 1 Gigabit a 24 milioni di famiglie e imprese in Italia**	7,5 milioni di famiglie e imprese raggiunte da una connessione con velocità fino a 1 Gigabit per secondo	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE; 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
Entro il 2025 **raggiungere con copertura in fibra FTTH il 76%** delle unità immobiliari delle aree grigie e nere, corrispondenti a circa 16,5 milioni di unità in oltre 1.600 città	**Raggiunto con copertura in fibra FTTH il 22%** delle unità immobiliari delle aree grigie e nere, corrispondenti a circa 6,5 milioni di unità in circa 200 città/comuni	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
Entro il 2024 raggiungere con la tecnologia Ultra FWA 8 milioni di famiglie e imprese nelle aree grigie e 4 milioni nelle aree bianche (45% della popolazione)	Raggiunti 400 comuni con tecnologia FWA, pari a 1,4 milioni di famiglie e imprese	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
Entro il 2025 coprire il **90% della popolazione con servizio mobile in 5G**	Copertura pari al 45% della popolazione con servizio mobile 5G	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE
Entro il 2021 lanciare un upgrade tecnologico della rete proprietaria per **portare la velocità di connessione da 1 a 2,5 Gigabit in 30 grandi città** con una copertura complessiva di 4 milioni di case	Lanciato upgrade tecnologico della rete proprietaria e **portata la velocità di connessione da 1 a 2,5 Gigabit in 30 grandi città** con una copertura complessiva di 4 milioni di case	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE; 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
Aumentare la popolazione aziendale coinvolta attivamente nel programma di Open Innovation e sviluppare maggiormente le relazioni con startup, Innovation Hub e Università per generare prodotti e servizi innovativi	363 dipendenti coinvolti nei progetti di Open Innovation (+81,5% rispetto al 2020)	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE; 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
Mantenere e rafforzare il presidio sulle tematiche di *Privacy* e *Cybersecurity* per garantire la miglior tutela dei dati e delle informazioni dei clienti (*consumer* ed *enterprise*)	Rafforzamento dell'organizzazione interna, dei processi e dei controlli Sviluppo e rafforzamento di servizi di *cybersecurity* e di protezione dei dati per i clienti	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE

IMPEGNI PER IL FUTURO
Entro il 2025 garantire collegamenti fino a 1 Gigabit a 21 milioni di famiglie e imprese in Italia
Entro il 2026 raggiungere con copertura in fibra FTTH il **76% delle unità immobiliari delle aree grigie e nere**, corrispondenti a circa 14,5 milioni di unità in oltre 2.500 città
Entro il 2024 raggiungere con la tecnologia FWA **8 milioni di famiglie e imprese nelle aree grigie e 4 milioni nelle aree bianche** (45% della popolazione)
Entro il 2026 coprire il **90% della popolazione con servizio mobile in 5G**
Rafforzare il modello di monitoraggio della catena di fornitura con ulteriori parametri legati alla sostenibilità
Raddoppiare il Security Operation Center (SOC) per rafforzare ulteriormente il presidio di cybersecurity dedicato ai clienti enterprise
Realizzazione di **40 nodi edge** per un cloud più capillare e vicino al cliente
9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE; 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA; 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

FUTURO PIÙ INCLUSIVO

IMPEGNI PER IL 2021	PERFORMANCE 2021	SDG
Contribuire ad accrescere le competenze digitali delle persone attraverso le attività della Digital Academy	16.307 partecipanti ai corsi della Digital Academy, di cui 7.496 nel 2021	4, 8
Estendere l'accesso ai corsi della Fastweb Digital Academy	Introduzione dei corsi della Fastweb Digital Acade my in modalità *on demand*	17, 5
Estendere l'accesso all'iniziativa Benessere Digitale e mettere a disposizione il test sulle competenze digitali	Implementazione del portale Benessere Digitale Scuole e apertura della piattaforma alle scuole interessate	4
Rendere l'esperienza di welfare dei dipendenti sempre più semplice e immediata e migliorare ulteriormente il panorama dei servizi offerti e la user experience	Il 76% dei dipendenti ritiene di essere incoraggiato a ricercare un buon equilibrio vita privata / lavoro Il 71% dei dipendenti ritiene che Fastweb offra dei benefit particolari	4, 3
Estendere il programma welfare sull'istruzione Fastweb Edu per raggiungere un maggior numero di dipendenti	16 borse di studio erogate a studenti meritevoli, più che triplicando il valore del 2020 + erogazione servizi a totale copertura di tutte le richieste ricevute	4
Aumentare la flessibilità per tutti dipendenti, per favorire un maggior equilibrio vita privata / lavoro	Eliminazione delle timbratura del cartellino Estensione fino a giugno 2022 della possibilità per il 100% della popolazione aziendale di lavorare in modalità smartworking tutti i giorni della settimana	9, 5
Far evolvere le competenze dell'azienda rispetto alla digitalizzazione e alle sfide di business in atto	Arricchimento del OTT learning program Oltre 50.000 ore di formazione erogate	4, 8
Proseguire nella diffusione della cultura del feedback in tutti gli ambiti aziendali	93% della popolazione aziendale attiva sull'App The Feedback Avvio in fase pilota del progetto Feedback 360	4, 8
Mantenere elevati i livelli di engagement e senso di appartenenza dei dipendenti anche con le nuove modalità di lavoro di "smartworking esteso".	Raggiunti livelli di eccellenza nella survey di reputation interna sulla qualità dell'ambiente di lavoro	4

IMPEGNI PER IL FUTURO

Contribuire alla crescita digitale dei cittadini attraverso corsi della **Fastweb Digitai Academy.**

Raggiungere 500.000 partecipanti entro il 2025

Divulgare la piattaforma Benessere Digitale Scuole al maggior numero di scuole secondarie e ad altri interlocutori interessati per progetti di miglioramento delle abilità e delle competenze digitali di giovani che vivono in contesti svantaggiati

Definire un nuovo modello ibrido di lavoro che continui a favorire l'equilibrio vita privata/lavoro

Far evolvere le competenze dell'azienda rispetto alla digitalizzazione e alle sfide di business in atto

Proseguire nella diffusione della cultura del feedback promuovendo l'utilizzo dello strumento feedback 360

Training e sensibilizzazione di tutta la popolazione aziendale sui temi di Diversity, Equity and Inclusion

Favorire l'ingresso in azienda di dipendenti donne, in modo da aumentare la rappresentanza di genere e creare un luogo di lavoro sempre più inclusivo

Rebranding del programma di Welfare e aumento dell'*awareness* del pacchetto di benefit offerto dall'azienda

Implementazione del *total reward statement* al fine di valorizzare l'investimento complessivo di Fastweb sulle proprie persone

Promuovere la strategia di attrazione dei giovani talenti per sostenere la *talent acquisition* e le esigenze di *recruiting*

Introduzione della **settimana del futuro**, durante la quale tutti i dipendenti Fastweb dedicheranno 5 giorni all'anno al raggiungimento degli obiettivi di responsabilità sociale, diffusione delle competenze digitali e di sostenibilità ambientale.

3, 4, 8, 17

FUTURO PIÙ ECOSOSTENIBILE

IMPEGNI PER IL 2021	PERFORMANCE 2021	SDG
Entro il 2030 ridurre le proprie emissioni in linea con l'Accordo di Parigi sul clima ■ Riduzione del 62% dello Scope 1 (rispetto al 2018) ■ Conferma dell'acquisto del 100% dell'energia da fonti rinnovabili fino al 2030 ■ Riduzione del 15% dello Scope 3 (rispetto al 2018)	■ Riduzione del 49% dello Scope 1 ■ Acquisto di energia da fonti rinnovabili per tutto il 2021 ■ Piantati 3000 alberi nelle città di Milano, Roma e Bari per migliorare la qualità dell'aria e della vita	13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO
Migliorare l'efficienza energetica dell'infrastruttura di rete Riduzione dei consumi di energia elettrica di circa 1.000.000 kWh annui grazie a interventi di miglioramento dell'infrastruttura.	Ottenuta certificazione ISO 50001 (Sistema di Gestione dell'Energia) per il Data Center Tier IV di Milano Consolidamento degli interventi di miglioramento dell'efficienza energetica realizzati negli anni, che, dal 2015 a oggi, hanno portato ad un risparmio energetico cumulato di oltre 30 GWh a parità di perimetro. In particolare, nel 2021 il risparmio annuo consolidato è stato di c.a. 7 milioni di kWh.	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ 13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO
Proseguire nel percorso di *Digital Transformation* dei processi e individuare le priorità di digitalizzazione	Mantenimento del livello di digitalizzazione dei processi aziendali al 90%	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE 8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA
Proseguire anche nel 2021 la collaborazione con Legambiente sul Marchio di Sostenibilità	Collaborazione con Legambiente confermata anche per il 2021	13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO 17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI

IMPEGNI PER IL FUTURO

Diventare **Carbon Neutral entro il 2025**

Definire **obiettivi ancora più ambiziosi** nella riduzione della **Carbon Footprint** aziendale

Piantare altri **6.000 alberi** nelle città di **Milano, Roma e Bari**

Migliorare l'efficienza energetica dell'infrastruttura di rete

Realizzare entro il 2022 ulteriori interventi di miglioramento dell'infrastruttura con potenzialità complessiva di riduzione dei consumi di energia elettrica di circa 250.000 kWh annui

Proseguire anche nel 2022 la collaborazione con Legambiente sul **Marchio di Sostenibilità**

7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE
11 CITTÀ E COMUNITÀ SOSTENIBILI
12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI
13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO

Futuro più connesso

3.1

GLI IMPATTI DI FASTWEB SULLO SVILUPPO SOCIO-ECONOMICO DEL PAESE

Anche quest'anno Fastweb, con l'ausilio della società di consulenza EY, ha rinnovato lo studio finalizzato a valutare il proprio contributo economico e sociale al Paese in termini di impatto occupazionale, contribuzione al PIL e contribuzione fiscale, tramite un modello economico-statistico basato sulle tavole input-output e sui dati di procurato.

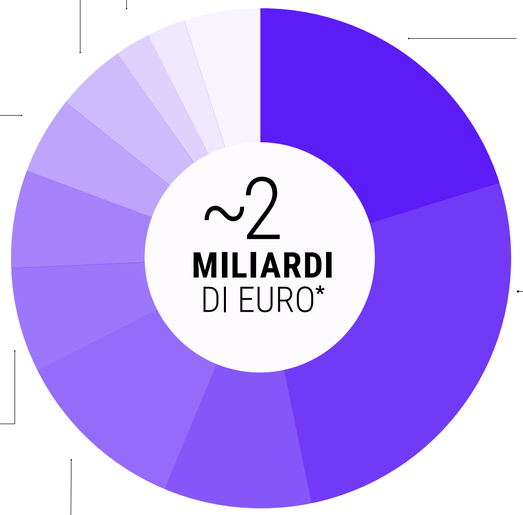
L'analisi risponde alla volontà dell'azienda di fornire una rendicontazione più ampia e completa degli impatti derivanti dal proprio operato.

Un'analisi che non si limita al solo impatto diretto ma che si estende anche alla creazione di valore lungo la catena di fornitura, attraverso l'acquisto di beni e servizi necessari alla propria attività di business (impatto indiretto) e agli impatti generati dalla ricchezza immessa nel sistema economico dagli occupati diretti ed indiretti attraverso le spese per consumi finali (impatto indotto).

Le principali voci di spesa in Italia si concentrano nel settore dei servizi di telecomunicazione (26% procurato), della consulenza informatica, programmazione e attività connesse (20% del procurato), nell'acquisto di apparati di rete (11% del procurato), della riparazione di macchinari e apparecchiature (9% del procurato), nel settore della pubblicità e ricerche di mercato (7% del procurato), della manutenzione degli apparati ICT (6% del procurato), nell'acquisto di fibra ottica (5% del procurato), nei cantieri di posa dell'infrastruttura e dei locali tecnologici (5% del procurato), nei servizi di business support (3% del procurato),
nella fornitura di energia elettrica e gas (2% del procurato) e nelle attività immobiliari (1% del procurato).

Fastweb, inoltre, affida parte dei processi necessari per l'erogazione dei servizi ad alcune grandi società in outsourcing, stipulando accordi quadro di partnership che garantiscano livelli adeguati di prestazione e affidabilità, anche dal punto di vista sociale e ambientale.

LE PRINCIPALI VOCI DI SPESA IN ITALIA



29 MILIONI di € spesi nel settore della fornitura di energia elettrica e gas

49 MILIONI DI € spesi nel settore dei servizi di business support

387 MILIONI DI € spesi nel settore della consulenza informatica, programmazione e attività connesse

505 MILIONI DI € spesi nel settore dei servizi di telecomunicazione

180 MILIONI DI € spesi nel settore della riparazione di macchinari e apparecchiature

218 MILIONI DI € spesi per l'acquisto di apparati di rete

130 MILIONI DI € spesi nel settore della pubblicità e ricerche di mercato

121 MILIONI DI € spesi nel settore della manutenzione degli apparati ICT

97 MILIONI DI € spesi nell'acquisto di fibra ottica

87 MILIONI DI € spesi nei cantieri di posa dell'infrastruttura e dei locali tecnologici

14 MILIONI DI € spesi nel settore della attività immobiliari

** Nel grafico vengono rappresentate le principali fonti di spesa, in termini d'acquisto di beni e servizi e di investimenti, di Fastweb S.p.A. e Fastweb Air S.r.l. in Italia (95% dello speso totale in Italia)*

GLI IMPATTI DI FASTWEB*

	31.735 posti di lavoro generati	**3 miliardi €** valore aggiunto	**532 milioni €** versati allo stato
IMPATTI DIRETTI	**2.840** posti di lavoro (persone)	**1.009 milioni €** valore aggiunto	**116 milioni €** contribuzioe fiscale
IMPATTI INDIRETTI	**21.934** posti di lavoro (Full Time Equivalents)	**1.614 milioni €** valore aggiunto	**317 milioni €** contribuzioe fiscale
IMPATTI INDOTTI	**6.961** posti di lavoro (Full Time Equivalents)	**439 milioni €** valore aggiunto	**99 milioni €** contribuzioe fiscale

** I risultati includono le attività di Fastweb S.p.A., Fasteweb Air S.r.l. e 7Layers S.r.l.*

COSA SIGNIFICA

11 posti di lavoro attivati indirettamente per ogni milione di € speso da Fastweb	**0,84** milioni di € di valore aggiunto generato indirettamente ogni milione di € speso da Fastweb	**0,17** milioni di € di contributi fiscali versati indirettamente per ogni milione di € speso da Fastweb
14 posti di lavoro attivati per ogni milione di € speso dai consumatori attivati direttamente e indirettamente	**0,87** milioni di € di valore aggiunto generato per ogni milione di € speso dai consumatori attivati direttamente e indirettamente	**0,20** milioni di € di contributi fiscali versati per ogni milione di € speso dai consumatori attivati direttamente ed indirettamente
10 posti di lavoro attivati per ogni dipendente Fastweb	**2** milioni di € di valore aggiunto generato per ogni milione di € di valore aggiunto da Fastweb	

LA GESTIONE DELLA CATENA DI FORNITURA

Il processo di approvvigionamento è regolato dalla **Procurement Policy** che sancisce l'impegno da parte di Fastweb nella promozione dell'integrità e della trasparenza lungo la catena di fornitura, assicurando che i fornitori operino per garantire la migliore qualità possibile, rispettando e condividendo l'impegno aziendale nei confronti dei clienti, della società e dell'ambiente.

Il processo di **qualifica dei fornitori** è parte integrante del modello di approvvigionamento ed è un processo necessario affinché questi possano entrare a far parte dell'Albo Fornitori e si possa quindi procedere con la definizione di contratti e l'emissione di ordini. Il processo di qualifica si applica ai fornitori con un rischio superiore allo zero e non si applica quindi ad alcune tipologie di aziende o per alcune tipologie di prodotti e servizi, quali ad esempio l'affitto di locali, abbonamenti a giornali o riviste, strutture alberghiere. Il processo non si applica inoltre ad alcuni fornitori strategici con caratteristiche di erogazione di prodotti o servizi non sostituibili, per cui l'approvvigionamento risulta obbligato.
Il processo di qualifica risulta in questo caso modulato anche sulla base degli obblighi contrattuali in corso. L'obiettivo della qualifica è di garantire che l'eventuale rischio di impresa relativo agli acquisti sia monitorato e tracciato e, dove necessario, mitigato. I fornitori sono qualificati su tre livelli di rischio: alto, medio e basso, valutati in relazione ad aspetti di tipo

giuslavoristico, safety, sociale e ambientale, e rispetto alle attività core di business aziendale.

Il processo di qualifica è guidato da principi inderogabili di **trasparenza, efficienza economica** e **conformità** alle normative vigenti. Al fine di concludere positivamente il processo di accreditamento, tutti i fornitori devono sottoscrivere specifiche clausole relative a **tematiche ambientali e di responsabilità sociale** che sanciscono l'impegno al rispetto di tutta la normativa applicabile e in particolare del Modello 231, della normativa giuslavoristica, delle norme di salute e sicurezza e ambientali e dei principi di responsabilità sociale legati al rispetto dei diritti umani. A tutti i fornitori è inoltre richiesto di agire nei rispetto dei principi espressi nel Codice Etico aziendale. A supporto di quanto dichiarato, i fornitori devono trasmettere idonea evidenza documentale. La funzione acquisti verifica tutta la documentazione presentata dai fornitori prima di autorizzarne l'ingresso in Albo e monitora costantemente lo stato di validità dei documenti di interesse. Il processo di qualifica viene inoltre ripetuto integralmente con cadenza annuale [7].
Successivamente, in fase di attivazione della fornitura viene verificato puntualmente il rispetto di singoli requisiti (in materia giuslavoristica, di salute e sicurezza e ambientale), in funzione della specificità del bene / servizio acquistato. Per i fornitori che svolgono attività operative in campo (es. cantieri di installazione o di manutenzione rete) sono inoltre previsti controlli *in situ* di conformità rispetto a requisiti safety e ambientali.

Con l'obiettivo di aggiungere ulteriori elementi di sostenibilità rilevanti nella gestione degli approvvigionamenti, Fastweb intende integrare **nuove dimensioni della sostenibilità** tra i requisiti di qualifica dei fornitori, nonché sviluppare un sistema di valutazione dei fornitori strutturato capace di dare valore al business e aumentare progressivamente la cultura di sostenibilità lungo l'intera catena di fornitura.

A questo proposito, nel 2021 è stato intrapreso un percorso specifico finalizzato all'individuazione di possibili metriche per integrare anche aspetti ESG all'interno dei criteri di definizione del livello di rischio dei fornitori, integrando ad esempio elementi di valutazione delle performance in materia di diritti umani, condizioni lavorative, etica, impatto ambientale e pratiche di approvvigionamento.

In relazione ai diritti umani, al lavoro minorile e forzato e ai diritti dei lavoratori, seppur ad oggi non vi sia stata alcuna segnalazione in tal senso, le possibili aree considerate a maggior criticità riguardano la catena di fornitura IT.
Per sviluppare una catena di fornitura responsabile e sostenibile, Fastweb si è impegnata inoltre ad informare la totalità dei suoi fornitori sui propri valori, principi e responsabilità che devono guidare il comportamento dei partner attraverso la condivisione del nuovo Codice Etico e comunicando a tutti i fornitori di aver adottato un sistema di gestione della Responsabilità Sociale conforme allo standard SA8000.

La qualifica dei fornitori, nonché tutti gli adempimenti amministrativi relativi all'emissione dell'ordine e alla consuntivazione dei servizi forniti sono gestiti da Fastweb attraverso una **piattaforma digitale** dedicata, adottata dall'azienda a partire dal 2019.

Nel 2021 Fastweb ha lavorato con circa 1300 fornitori (di cui 216 iscritti al nuovo Albo Fornitori nel corso dell'anno). Inoltre, il 98% del valore degli acquisti si è concentrato su fornitori italiani. Nel 2021 7Layers ha lavorato con circa 300 fornitori.

Con riferimento invece alle procedure implementate in 7layers, la catena di fornitura è caratterizzata da una gestione e una struttura snella, in cui la società si approvvigiona direttamente dai fornitori della tecnologia di cui necessita per l'erogazione dei propri servizi. Data la dimensione relativamente ristretta del mercato di riferimento, la scelta dei fornitori è guidata per lo più dalle specifiche tecniche necessarie. Nel futuro ci si pone l'obiettivo di prevedere la definizione di specifici parametri per la gestione del parco fornitori in conformità al Modello 231 di recente adozione.

[7] *La nuova società di recente acquisizione 7Layers S.r.l. non ha ancora implementato processi di valutazione dei fornitori secondo criteri ambientali e sociali o secondo gli impatti negativi della catena di fornitura.*

3.2

UNA NUOVA STRATEGIA: L'OTT INFRASTRUTTURATO

Nel 2021, Fastweb ha proseguito nella definizione e implementazione della propria strategia per diventare un "**OTT (Over The Top) Infrastrutturato**", affiancando allo sviluppo infrastrutturale l'impegno a garantire immediatezza e semplicità d'uso delle soluzioni digitali fornite ai clienti.

L'obiettivo è quello di offrire una connettività con le migliori prestazioni ovunque e in qualsiasi momento, una *customer experience* semplice e veloce e la massima sicurezza informatica e protezione dei dati.

A questo scopo sono stati delineati tre filoni principali, fortemente interconnessi tra di loro:

- Lo sviluppo infrastrutturale di reti di nuova generazione;
- Lo sviluppo di prodotti e servizi per semplificare la vita digitale dei clienti;
- Il potenziamento dei servizi cloud e security.

3.2.1
SVILUPPO INFRASTRUTTURALE E RETI DI NUOVA GENERAZIONE

Dal punto di vista infrastrutturale Fastweb ha proseguito lo sviluppo delle proprie strategie, orientate all'innovazione tecnologica, alla convergenza fisso-mobile e al miglioramento continuo della qualità di connessione. Oggi in Italia può navigare in internet alla velocità di 1 Gbps solo il 25% della popolazione, tipicamente quella delle grandi città. Nei centri medio-piccoli l'accesso alla rete avviene ancora con velocità significativamente più basse, nonostante le esigenze di connettività siano molto aumentate, anche a seguito dell'emergenza sanitaria in atto, e continueranno ad aumentare in futuro.

L'obiettivo di Fastweb è quello di eliminare il "digital divide" in Italia, annullare il divario in termini di velocità di connessione e qualità dei servizi tra le grandi città e i piccoli centri, mettendo a disposizione di tutte le famiglie e imprese una connettività fiber-like entro il 2026.

Per raggiungere questo importante obiettivo, Fastweb, a fine 2020, ha lanciato il programma **NeXXt Generation 2025**, un piano per connettere con il futuro milioni di famiglie sul territorio nazionale basato su tre pilastri: leadership tecnologica, trasparenza e responsabilità sociale. Con riferimento alla componente di leadership tecnologica, Fastweb, nel 2021, ha proseguito il suo piano di copertura della rete Ultra FWA sul territorio italiano. L'azienda è stata il primo operatore in Italia e tra i primi in Europa a lanciare, a fine 2020, la propria **rete Ultra FWA**. Questa tecnologia coniuga la potenza della fibra e quella delle frequenze 5G, consentendo di erogare un servizio di connettività fissa di nuova generazione con velocità fino a 1 Gbps, senza limiti di traffico e numero di dispositivi connessi. La rete Ultra FWA interesserà le città situate in aree grigie e bianche, in modo da offrire anche nelle città medio-piccole, al momento escluse dalla connettività a 1Gbps, le stesse performance di connettività riservate finora alle grandi città.

Il servizio ha permesso di estendere la rete a 400 comuni nel 2021, con l'obiettivo di raggiungere 2.000 centri abitati entro il 2024, per una copertura complessiva di **8 milioni di famiglie e imprese nelle aree grigie e 4 milioni nelle aree bianche**[8], ovvero il 45% della popolazione italiana. Sarà possibile abbattere tempi e costi di attivazione del servizio collegando l'ultimo miglio, non con la fibra, ma con le frequenze 5G mobili.

[8] *La rete Ultra FWA viene realizzata nell'ambito dell'accordo stipulato con Linkem a dicembre 2019, e ulteriormente esteso in agosto 2020 per raggiungere anche le aree bianche.*

LA TECNOLOGIA ULTRA FWA

La tecnologia Ultra FWA utilizza in maniera ibrida la potenza della rete fissa e le frequenze del 5G, e in particolare lo spettro in banda 26 GHz che Fastweb si è aggiudicata nell'ambito dell'asta pubblica indetta dal Ministero dello Sviluppo Economico nel 2018, per coprire in modalità wireless gli ultimi 250-500 metri e portare alle abitazioni, tramite piccoli apparati *outdoor* posizionati sui tetti o sui balconi, connessioni ultra-performanti del tutto analoghe a quelle realizzate con la fibra.

Questa soluzione permette di connettere le aziende e le abitazioni con tempi e costi di realizzazione notevolmente ridotti rispetto alle tradizionali reti in fibra, garantendo comunque performance simili a quelle della rete FTTH e raggiungendo velocità di collegamento fino al Gigabit per secondo.

Ulteriori investimenti sono stati realizzati anche per l'espansione dell'infrastruttura di rete fissa, in modo da raggiungere in FTTH una fetta sempre più grande di popolazione. Perseguendo tale obiettivo, Fastweb ha consolidato le collaborazioni avviate negli ultimi anni, finalizzate a realizzare sinergie per l'ottimizzazione delle risorse e degli investimenti. Attraverso **Flash Fiber S.r.l.**, la joint venture creata nel 2016 con TIM, e grazie ad un accordo siglato nel 2019 con **Open Fiber**, Fastweb ha rafforzato ulteriormente la copertura dei propri servizi nelle zone in cui non dispone di infrastruttura proprietaria. Infatti, al 2020, attraverso **Flash Fiber**, ha raggiunto oltre **3 milioni di famiglie e imprese in 29 città** con FTTH, e con **Open Fiber** ha connesso **180 nuove città con reti FTTH** con velocità di connessione fino a 1 Gigabit per secondo.

A partire dal 2021 è pienamente operativa **FiberCop**, società in cui sono state conferite la rete secondaria in rame di TIM e la rete in fibra sviluppata da FlashFiber. FiberCop è detenuta per il 58% da TIM, per il 4,5% da Fastweb e per il 37,5% dal fondo infrastrutturale KKR[9] e il suo Consiglio di Amministrazione si compone di nove consiglieri, di cui cinque sono designati da Tim, tre da KKR e uno da Fastweb.

La New Company, già dotata di un asset di rete che offre collegamenti Ultra Broadband (UBB) ad oltre il 90% della popolazione grazie alle tecnologie FTTC e FTTH, consentirà di completare il piano di copertura in fibra con velocità di connessione di 1 Gbps nelle aree nere e grigie del Paese e accelerare l'adozione dei servizi UBB attraverso un modello di coinvestimento aperto. Il suo obiettivo è quello di raggiungere, entro il 2026, il 76% delle unità immobiliari delle aree grigie e nere, corrispondenti ad una copertura del 56% delle unità immobiliari tecniche del Paese in oltre 2.500 città. FiberCop opererà unicamente nel mercato wholesale e offrirà fin da subito, a tutti gli operatori del mercato, servizi di accesso passivi alla rete secondaria in rame e fibra.
Complessivamente, grazie alla nuova tecnologia FWA e all'attività di FiberCop, il numero di famiglie e imprese coperte da banda ultralarga passerà dagli attuali 8 milioni, con tecnologia FTTH e FTTN, a circa **23 milioni** nel 2026.

Per quanto riguarda l'infrastruttura di rete fissa, per far fronte al fortissimo incremento dell'utilizzo dei servizi di connettività da parte dei clienti durante le fasi di lockdown e più in generale di emergenza sanitaria, sono stati realizzati investimenti molto consistenti che hanno accelerato l'incremento della capacity realizzando in 2 mesi i potenziamenti previsti per i prossimi 2 anni. Questo ha consentito di garantire la continuità del servizio per tutti i clienti, in tutti i settori.

In linea con il primo e il secondo pilastro del programma NeXXt Generation 2025, ossia la leadership tecnologica e la massima trasparenza, Fastweb ha realizzato un innovativo upgrade tecnologico della rete proprietaria per le connessioni in FTTH già esistenti, che ha portato, nei primi mesi del 2021, la velocità di connessione da 1 Gbps attuale a 2,5 Gbps. Questo incremento di performance è stato reso disponibile in modo indistinto sia per i nuovi clienti, sia per i clienti esistenti, che potranno richiedere l'upgrade della propria connessione senza costi aggiuntivi. L'intervento ha coinvolto **30 grandi città**, per una copertura complessiva di circa 4 milioni di abitazioni, per rispondere al nuovo bisogno di connettività in seguito ai nuovi stili di vita imposti dall'emergenza sanitaria: queste nuove performance confermano quanto il controllo della rete end-to-end e la proprietà dell'infrastruttura siano l'abilitatore chiave dell'innovazione.

Infine, nell'ambito della rivoluzione del NeXXt Generation 2025 per il *mobile*, nel corso del 2021 Fastweb, nell'ambito dell'accordo con WindTre, ha proseguito l'implementazione della rete di telefonia mobile 5G e ha messo il proprio servizio mobile 5G a disposizione di tutti i clienti (sia quelli nuovi, sia quelli che già ne utilizzavano i servizi) senza alcun costo aggiuntivo. Primo e unico operatore a mettere a disposizione dei propri clienti la tecnologia 5G con offerte senza vincoli di durata o costi aggiuntivi, il 5G di Fastweb è stato "acceso" in un primo momento nelle città di Milano, Bologna, Roma e Napoli, e si estenderà via via ad altri comuni, seguendo il roll out della rete mobile, per coprire il **90% della popolazione entro il 2025**[10]. Grazie alla rete 5G, i clienti raggiunti dal servizio hanno potuto usufruire di una connessione con velocità fino a 1 Gbps anche in mobilità.

Fastweb si posiziona così sul mercato con una leadership tecnologica indiscussa, associata alla assoluta trasparenza e semplicità, per mettere a disposizione dei suoi clienti la massima potenza di connessione, e, al contempo, trattando i vecchi clienti esattamente come i nuovi, fornendo a tutti la possibilità di aderire in qualsiasi momento alla migliore offerta disponibile, non imponendo vincoli di permanenza e lasciando al cliente piena libertà di interrompere il servizio in qualsiasi momento.

[9] *L'accordo prevede il conferimento del 20% della partecipazione in FlashFiber di Fastweb a fronte del quale quest'ultima deterrà il 4,5 per cento della nuova entità.*

[10] *La rete mobile 5G di Fastweb viene realizzata nell'ambito dell'accordo decennale stipulato nel 2019 con Wind Tre, che prevede, oltre alla realizzazione congiunta della rete mobile 5G, la fornitura progressiva da parte di Wind Tre dei servizi di roaming sulla propria rete (4G e tecnologie precedenti), consentendo a Fastweb di mantenere a livello nazionale la copertura dei propri servizi mobili. Allo stesso tempo, Fastweb fornirà a Wind Tre l'accesso wholesale alla propria rete FTTH e FTTN, aumentando la capacità dell'operatore di offrire connessioni ultra-broadband ai propri clienti di rete fissa*

5G E IOT: GLI AMBITI DI APPLICAZIONE

Grazie alle sue caratteristiche di velocità, latenza e "capacità" in termini di quantità di connessioni abilitate, il 5G rivoluzionerà il modo in cui viviamo e produciamo, inaugurando l'epoca dell'internet delle cose e trasformando radicalmente le città e numerosi settori industriali.

Le altissime prestazioni del 5G consentono di evolvere i servizi e i prodotti, attraverso l'abilitazione del cosiddetto "internet delle cose" (IoT, ovvero l'impiego delle funzionalità della rete Internet nell'utilizzo di oggetti comuni), con l'obiettivo finale non solo di aumentare la capacità di comunicazione e connessione, ma anche di migliorare la qualità della vita delle persone in numerosi ambiti: sanità, mobilità, turismo e vita nelle città, nonché migliorare le performance di moltissimi settori produttivi, dall'agricoltura all'Industria 4.0. Le reti 5G rappresentano la naturale evoluzione delle reti fisse in FTTH: sono reti "convergenti" e versatili, in cui la tradizionale differenza tra rete fissa e mobile tende a sfumare, capaci di assicurare connettività ad altissime prestazioni sia in casa, sia in mobilità.

SMART HEALTH

La Sanità è un settore che sta divenendo sempre più strategico e che ha, al contempo, una previsione di spesa sempre più importante per il futuro. In generale, infatti, aumenta l'aspettativa media di vita della popolazione[11] e aumenta l'incidenza delle patologie croniche[12].

La telemedicina è una modalità di erogazione di servizi di assistenza sanitaria, tramite il ricorso a tecnologie innovative, in situazioni in cui il professionista della salute e il paziente (o due professionisti) non si trovano nella stessa località. La prestazione in Telemedicina non sostituisce la prestazione sanitaria tradizionale nel rapporto personale medico-paziente, ma la integra per potenzialmente migliorarne efficacia, efficienza e appropriatezza.
Una soluzione che da un lato favorisce i pazienti, riducendo gli spostamenti domicilio-ospedale e viceversa, o controllando la corretta assunzione dei farmaci e l'esecuzione di esami programmati eseguibili localmente, dall'altro consente di ottimizzare tempi e costi sostenuti dalle strutture sanitarie e di raggiungere un maggior numero di pazienti.

SMART SECURITY

Nella società attuale, dove l'utilizzo di dispositivi digitali è sempre più diffuso, cresce l'esigenza di una gestione rapida ed evoluta della sicurezza. **Smart Security** è il servizio di videosorveglianza avanzata e sicurezza integrata di Fastweb che si rivolge alle aziende pubbliche e private. Basato su una piattaforma di video-analisi evoluta che include strumenti di Intelligenza Artificiale in grado di supportare concretamente il personale addetto alla sorveglianza, identifica in modo automatico e in tempo reale eventi minacciosi, evidenziandoli tra i numerosi eventi ordinari che si susseguono ed escludendo i falsi allarmi, senza violare i principi di privacy e diritti della persona stabiliti dalle normative in vigore, e consente l'automatizzazione del people counting.

SMART INFRASTRUCTURE

La necessità di migliorare la sicurezza delle infrastrutture, come per esempio i ponti, le autostrade, gli edifici pubblici come le scuole, per garantire la protezione dei cittadini è diventata una priorità assoluta. Gli enti pubblici e i concessionari per la gestione di infrastrutture pubbliche hanno oggi l'opportunità di superare i limiti degli attuali controlli manutentivi e cambiare radicalmente approccio, grazie a connessioni internet sempre più veloci, all'Internet of Things e a tecnologie di monitoraggio innovative ed automatizzate, con le quali è possibile rilevare in modo semplice, preciso e immediato lo stato di qualsiasi infrastruttura. La soluzione IoT **Smart Infrastructure di Fastweb** risponde pienamente a questa esigenza: garantisce la realizzazione in tempi rapidi di un sistema di monitoraggio

[11] *Secondo gli ultimi dati del Rapporto Bes Istat (2019), l'aspettativa media di vita nel nostro Paese si attesta a 80,8 anni per gli uomini e 85,2 anni per le donne.*

[12] *Secondo ResearchGates, per esempio, il numero di pazienti affetti da diabete nel mondo passerà dai 177 milioni del 2010 ai 366 milioni del 2030.*

completo e chiavi in mano, in grado di fornire una valutazione accurata e in tempo reale dello stato e del livello di sicurezza di qualsiasi opera e di agevolare la programmazione e il finanziamento degli interventi di riqualificazione e manutenzione necessari, sulla base del relativo grado di priorità.

SMART PARKING

Fastweb sta sviluppando per il Comune di Torino e per APS Holding relativamente al Comune di Padova una soluzione di Smart Parking che, attraverso l'installazione di sensori per il monitoraggio dell'occupazione dei posti auto cittadini, permette di ridurre il traffico e le emissioni e di ottimizzare il processo di ricerca di parcheggio. I Big Data sulla mobilità raccolti attraverso questa soluzione, riguardanti lo stato di occupazione dei parcheggi e dei flussi di mobilità dei cittadini in tempo reale, alimentano una piattaforma di analytics che supporta l'Amministrazione nel prendere decisioni di governance della mobilità veicolare.

SMART TRAFFIC

Alcune città italiane hanno realizzato, sfruttando la rete Internet di Fastweb, un sistema di gestione intelligente del traffico che, integrando il sistema di gestione semaforica urbana, consente di regolare il traffico e di dare la priorità di passaggio ai mezzi pubblici, creando la cosiddetta "onda verde", riducendone i tempi di percorrenza. La stessa soluzione può essere adottata per favorire il passaggio di mezzi di soccorso o delle forze dell'ordine.

5G ED ELETTROMAGNETISMO: COSA SAPPIAMO

In occasione della pandemia globale, sono state diffuse nel mondo *fake news* sul 5G, aumentando i dubbi e timori circa i possibili effetti nocivi dei campi elettromagnetici emessi dalle antenne.
Fastweb monitora puntualmente l'evoluzione della ricerca scientifica in questo campo per garantire la tutela della salute dei cittadini e il totale rispetto della normativa, particolarmente stringente.
La potenza del segnale emesso dall'antenna - direttamente proporzionale al campo elettromagnetico generato – è regolato da norme internazionali che adottano il principio di precauzione: le linee guida stilate dalla International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection (ICNIRP) e dall'IEEE International Committee on Electromagnetic Safety (IEEE ICES) e riconosciute dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) e dalla UE.

Nello specifico tali linee guida, aggiornate nel 2020, fissano limiti cautelativi uguali per tutte le tecnologie (2G, 3G, 4G e 5G) e prevedono limiti emissivi 50 volte inferiori ai valori SAR (Specific Absorption Rate) di soglia minima per i quali sono stati osservati effetti sanitari. In Italia, poi, il fenomeno è controllato in modo ancora più stringente: i limiti di emissione dei campi elettromagnetici sono stati fissati a un decimo rispetto a quelli suggeriti a livello europeo (6 V/m rispetto ai 60 V/m previsti dalla direttiva europea).

3.2.2
SVILUPPO DI PRODOTTI E SERVIZI PER SEMPLIFICARE LA VITA DIGITALE DEI CLIENTI

Nella sua graduale trasformazione in **OTT Infrastrutturato**, Fastweb ha fortemente investito nel rinnovo dei sistemi di ***Digital Transformation***, con l'obiettivo di unire la potenza delle sue tecnologie d'eccellenza con offerte e soluzioni all'insegna della semplicità e dell'immediatezza, fornendo le massime performance a tutti, dai cittadini, alle aziende e alla Pubblica Amministrazione.
In linea con questo obiettivo, nel 2021 Fastweb ha lanciato **NeXXt**, il primo internet box di ultima generazione che integra comandi vocali e innovative funzionalità di intelligenza artificiale, offrendo un'esperienza di navigazione innovativa, performante e al tempo stesso semplice e personalizzata.

Fastweb NeXXt è il primo router in Italia ad integrare **Alexa**, l'assistente vocale di Amazon basato su cloud ed intelligenza artificiale che con il semplice comando vocale consente di svolgere una gamma potenzialmente illimitata di attività, dall'effettuazione di chiamate e la ricezione dei messaggi, alla riproduzione di musica, l'impostazione di promemoria e il controllo degli oggetti connessi della casa. Questo nuovo strumento all'avanguardia può anche essere affiancato ai **Fastweb Booster**, potenti ripetitori del segnale Wi-Fi con smart speaker integrato, che garantiscono stabilità e continuità della connessione e l'interazione con Alexa da ogni angolo della casa.

Fastweb NeXXt rappresenta uno strumento per semplificare la vita dei clienti, garantendo una gestione personalizzata della connessione, configurabile attraverso l'utilizzo semplice ed immediato della voce, attivando Alexa, o attraverso la app MyFastweb.
Coerentemente con l'obiettivo di trattare tutti i clienti in maniera indistinta, Fastweb ha incluso NeXXt in tutte le offerte Fastweb per i nuovi clienti e, successivamente, lo ha reso disponibile anche per i già clienti, che ne potranno fare richiesta direttamente nell'area clienti MyFastweb e dall'app MyFastweb.

Il nuovo internet box si posiziona in continuità con l'offerta Smart Home lanciata nel 2020 da Fastweb, che propone due soluzioni differenti, **Casa Smart** e **Sempre a casa**, che permettono ai clienti di rendere la propria casa più sicura e intelligente, adottando degli strumenti di facile utilizzo ed estremamente *user friendly*.

All'interno del suo portafoglio di servizi volto alle imprese, Fastweb ha lanciato nel 2021 il **Fastweb Mobile Enterprise**, una soluzione efficiente per lavorare in mobilità grazie all'innovativa rete mobile 5G. Il servizio propone un'offerta flessibile, scalabile e modulare, che garantisce ampia libertà nella sua definizione e nella scelta dei servizi aggiuntivi in base alle esigenze del cliente, adattandosi così a tutte le tipologie di business, dalle piccole e medie imprese fino alle grandi aziende.
Fastweb Mobile Enterprise offre le migliori performance di rete e una connessione di massima potenza grazie all'utilizzo della rete 5G, inclusa gratuitamente ed attivata in automatico.

Grazie a importanti investimenti nell'acquisizione di competenze specializzate nei **servizi ICT e Cloud Computing**, Fastweb ha rafforzato il proprio posizionamento come fornitore di servizi Cloud nel mercato Enterprise attraverso lo sviluppo di soluzioni innovative, affidabili e sicure e il consolidamento del centro di competenza ICT interno. Fastweb ha lanciato nel 2021 diversi prodotti e servizi nel mercato Enterprise, per soddisfare con maggior efficacia e rapidità i bisogni dei clienti business e PA, realizzare piattaforme abilitanti sempre più evolute che guardano all'IoT e all'Intelligenza Artificiale e proporre soluzioni avanzate che siano in grado di accelerare il processo di digitalizzazione e di assicurare la continuità operativa, migliorando la customer experience.

A riprova del rafforzamento di Fastweb nei servizi Cloud, nel 2021, l'azienda è diventata **Partner Certificato SAP**, posizionandosi così tra i player di mercato più affidabili e sicuri nella gestione delle soluzioni applicative utilizzate dalle aziende per la digitalizzazione dei processi.
Infine, nel 2021, Fastweb ha lanciato ***NeXXt Communication***, il servizio in cloud di *Unified Communication & Collaboration*, pensato per fornire strumenti di ultima generazione per gestire al meglio il business aziendale, sia dall'ufficio, sia in mobilità, in modo tale di accompagnare anche le piccole e medie imprese nel percorso di trasformazione digitale. Infatti, grazie alle avanzate funzionalità del nuovo servizio, NeXXt Communication rende sempre più semplici ed efficienti la comunicazione, la collaborazione e la condivisione di documenti, adattandosi ai nuovi paradigmi del lavoro agile, permettendo di avere sempre il proprio ufficio **"a portata di mano"** grazie alla convergenza tra telefono fisso, mobile e PC, e la funzionalità di ***collaboration***, in grado di consentire la condivisione di file e documenti tra più persone, contemporaneamente e da qualsiasi dispositivo.

La strategia di OTT infrastrutturato ha modificato anche le modalità di ideazione e sviluppo dei prodotti e dei servizi: con l'adozione di un approccio orientato ai prodotti, Fastweb intende ridurre in modo rilevante i tempi di realizzazione delle iniziative e allo stesso tempo aumentare progressivamente la qualità dei servizi offerti al mercato.

Al tradizionale approccio *waterfall,* che prevede una gestione sequenziale delle attività volta a rispondere a specifici requisiti dati, è stato affiancato, per lo sviluppo dei progetti più innovativi, l'approccio *orientato ai prodotti,* con l'applicazione dei principi del *design thinking,* dell'*agile*, della *continuous integration* & *continuous delivery* e del *devOps.* Tale approccio consente rilasci più frequenti con aggiornamenti incrementali, dettati dal progressivo riscontro degli utilizzatori.

Lo sviluppo di iniziative secondo questa modalità, rispetto a quella tradizionale, permette una maggiore rapidità di realizzazione e implementazione del progetto e una qualità nel risultato finale altrettanto elevata. Questo anche grazie alla forte integrazione di tutte le competenze necessarie dall'inizio della fase di concezione del prodotto fino alla fase di delivery.
Nel percorso verso l'OTT infrastrutturato, Fastweb ha proseguito nel progetto, avviato nel 2020, di inserimento di giovani talenti provenienti da diverse aree del territorio italiano, completando così un team di professionisti di eccellenza nell'ambito delle TLC, al fine di creare una combinazione ideale di conoscenze, esperienza ed entusiasmo. La multidisciplinarità del team è un aspetto distintivo per creare sinergie e raggiungere grandi risultati.

Un ulteriore ingrediente fondamentale per il miglioramento dei servizi è rappresentato dall'applicazione strutturata delle tecniche di **Intelligenza Artificiale.** Anche in questo ambito, a partire dal 2020 Fastweb ha avviato un percorso progressivo di internalizzazione delle competenze, al fine di costituire un centro di eccellenza interno all'organizzazione. La creazione di questo nuovo polo si inserisce in un programma più ampio di valorizzazione delle competenze che supera i luoghi fisici: con la modalità di lavoro da remoto, Fastweb ha creato un polo tecnologico "distribuito", permettendo ad esperti ICT di varie città d'Italia di lavorare in squadra per uno stesso obiettivo.

Questa nuova area di competenze permetterà di innovare prodotti e servizi per i clienti e migliorare i processi interni all'azienda. In particolare, nel 2021 è stato lanciato il primo *use case* dedicato alla fascia consumer, che, attraverso un algoritmo, permette all'area di *Customer Care* di gestire le chiamate ai clienti in base alle criticità e al livello di urgenza. Oltre a questo, sono stati identificati da parte del management oltre 70 possibili *use case* aggiuntivi di Intelligenza Artificiale che vanno dai servizi per i clienti, agli ambiti amministrativi, attraversando tutti i processi, che verranno analizzati e sviluppati progressivamente in funzione delle priorità aziendali.

L'adozione di tecniche e soluzioni di Intelligenza Artificiale e l'utilizzo di algoritmi per l'analisi dei dati pone di fronte alla necessità di guadagnare la fiducia dei cittadini, assicurare, sempre e comunque, la tutela dei diritti e la prevenzione di fenomeni lesivi, quali ad esempio derive discriminatorie o utilizzo dei dati per finalità illecite.
Per questi motivi già da tempo Fastweb si rifà alle linee guida internazionali in merito allo sviluppo e utilizzo dell'Intelligenza Artificiale, più specificatamente all'Artificial Intelligence Act (COM/2021/206 final) e Coordinated Plan On Artificial Intelligence 2021 della Comunità Europea e alle Recommendation Of The Council On Artificial Intelligence (2019) dell'OCSE.
Laddove si parli di intelligenza artificiale non si può, infatti, prescindere dal richiamo ai profili etici. Per questo motivo, ogni qualvolta uno degli *use case* sulla IA viene valutato per essere messo in campo, viene effettuato uno screening dello stesso rispetto alle linee guida internazionali, affinchè vengano sempre garantiti i principi di equità e responsabilità che sono parte stessa dei valori aziendali.
Data l'accelerazione della richiesta di soluzioni AI, Fastweb ha ritenuto opportuno iniziare a strutturarsi in modo formale, per questo è stato avviato un tavolo di lavoro dedicato che, partendo dai principi espressi nelle linee guida internazionali, produrrà una Policy e una soluzione di Governance per tutto quanto riguarda il mondo dell'Intelligenza Artificiale.

3.2.3
POTENZIAMENTO DEI SERVIZI CLOUD E CYBERSECURITY

La semplificazione della vita digitale dei clienti passa attraverso l'erogazione di servizi basati su cloud e per cui deve essere garantita la massima sicurezza in termini di protezione dei dati e delle informazioni.

In questo percorso di potenziamento strategico, nel 2021 Fastweb ha siglato un'intesa con **Amazon Web Services (AWS)**, la piattaforma di servizi cloud più completa e diffusa al mondo, con l'obiettivo di accelerare la trasformazione digitale della Pubblica Amministrazione, delle imprese italiane e delle società di piccole e medie dimensioni attraverso lo sviluppo congiunto di soluzioni avanzate.
Fastweb offre così una soluzione altamente integrata, mettendo a disposizione un servizio che viene eseguito su AWS Cloud. Quest'ultimo si caratterizza da un'elevata scalabilità, l'utilizzo di un modello ibrido con, da una parte, alte performance e sicurezza e, d'altra parte, flessibilità e la disponibilità di un ampio range di servizi a valore aggiunto, tra cui soluzioni di migrazione, sicurezza, analisi e Edge Computing.
Nell'ambito di questo servizio, Fastweb ha già realizzato una prima sessione formativa a novembre 2021 che ha coinvolto circa 400 partecipanti, tra commerciali e tecnici; questa prima sessione è solo l'inizio di un percorso continuativo di formazione che includerà sessioni formative, certificazioni e training on the job. In termini di certificazioni "AWS Cloud Pratictioner", al momento sono coinvolte circa 120 persone e nel corso del 2022 sarà complessivamente coinvolto tutto il team prevendita e PM (circa 300 persone) e tutto il gruppo KAM (circa 200 persone). In questo modo, l'azienda potrà porsi come interlocutore nei processi di *Digital Transformation* delle aziende e nella gestione *end-to-end* di soluzioni di migrazione, sviluppo e gestione degli applicativi di AWS, oltre al monitoraggio delle performance, il backup e recovery, al fine di accelerare i cicli di innovazione, ridurre i rischi e aumentare l'efficienza delle aziende clienti.

Con l'obiettivo di potenziare ulteriormente le offerte Cloud e rafforzare il suo posizionamento nel segmento della trasformazione digitale delle imprese e della PA, Fastweb ha inoltre aperto nel 2021 un nuovo **Data Center Tier IV a Roma**, che si aggiunge all'hub tecnologico di Milano. L'azienda ha così anticipato i trend di mercato, avviando una nuova fase della sua strategia che prevede l'investimento in infrastrutture di "prossimità" per offrire servizi di tecnologia all'avanguardia e la massima attenzione al tema della sicurezza dei dati delle imprese e pubbliche amministrazioni.

L'impegno di Fastweb per prevenire il cyber crime attraverso soluzioni di cyber security continua a concretizzarsi anche nell'**accompagnamento dei clienti** in percorsi di progressivo rafforzamento dei propri sistemi di difesa, attraverso soluzioni e offerte all'avanguardia tarate sulle diverse esigenze dei clienti business.

La volontà di soddisfare sempre meglio le esigenze e le aspettative del cliente si è tramutata nell'offerta di Fastweb come unico provider di riferimento, grazie a un pacchetto integrato di servizi di connettività e di protezione della rete e dei dati. Il modello di ***Managed Security Service Provider (MSSP)*** adottato include la messa a disposizione di piattaforme tecnologiche e servizi di Nexxt generation Firewall, Anti DDos per Anti Malware, *Cloud Security* e *Mail security*.

Fastweb ha inoltre istituito un ***Competence Center*** specializzato nell'analisi delle esigenze del cliente e nella realizzazione di soluzioni ad hoc, ed è dotata di un **Security Operation Center (SOC)** dedicato ai clienti Enterprise per il monitoraggio proattivo e la mitigazione degli attacchi informatici. Il SOC, attivo 24 ore su 24, registra e raccoglie in tempo reale eventi da tutti i punti della rete elaborando circa 800 milioni di segnali ogni giorno e individuando tempestivamente anomalie e potenziali attacchi. Fastweb, grazie a questo strumento, collabora con il Clusit, l'associazione italiana per la sicurezza, fornendo informazioni chiave, oltre a partecipare agli aggiornamenti e gli eventi annuali. In particolare, nel 2021 Fastweb ha rilevato un aumento del 180% delle attività malevole nell'ambito degli attacchi informatici sulla propria rete, a prova della crescente importanza di dotarsi di sistemi di cybersecurity all'avanguardia.

Al fine di concretizzare la strategia di rafforzamento dei servizi di cybersecurity disponibili per i propri clienti, Fastweb e 7Layers operano in collaborazione e in sinergia per proporre alle imprese soluzioni di cybersecurity integrando i servizi di protezione della rete di Fastweb con soluzioni che permettono la protezione dei dispositivi e degli apparati installati presso i clienti.

L'integrazione delle soluzioni di 7Layers nell'offerta Fastweb ha consentito alla clientela *Enterprise* di beneficiare di servizi aggiuntivi,

coprendo integralmente il proprio fabbisogno di protezione e di sicurezza contro le minacce informatiche. Alla già solida proposta di Fastweb di servizi, principalmente legati alla protezione delle infrastrutture di rete, monitorate costantemente dal *Security Operation Center* (SOC), si aggiunge una vera e propria squadra di pronto intervento per combattere i cyber attacchi. Infatti, la proposta di *7Layers* si compone di soluzioni avanzate di *Threat Management* e di *Threat Intelligence*, l'area della *Security* più innovativa e in forte crescita, di cui 7Layers è leader, permettendo di aumentare sensibilmente il livello di protezione dell'IT aziendale grazie a un approccio preventivo e alla capacità di gestione e di mitigazione degli attacchi più evoluti (*Managed Detection and Response*).

L'integrazione dei servizi e la collaborazione con i professionisti altamente specializzati di 7Layers consente a Fastweb di avere il controllo diretto end-to-end dell'intero ciclo di vita dei servizi erogati e di rispondere ancora più velocemente alle esigenze del mondo business.

Un'ulteriore novità in ambito Enterprise, grazie alla forte spinta del business, è la definizione di un piano strategico per la crescita dei servizi IT e di sicurezza. In particolare, su questo secondo aspetto, è stato realizzato un forte investimento che ha portato al **raddoppio delle sedi operative del SOC Enterprise** e un significativo incremento del personale dedicato alla protezione dei propri clienti. La seconda unità organizzativa basata su Bari, insieme alla gemella con base a Milano, forniranno un presidio in H24, dedicato al mercato Enterprise e le Pubbliche Amministrazioni, con il compito di svolgere attività di monitoraggio, analisi di vulnerabilità, prevenzione e difesa dalle minacce informatiche. Il modello organizzativo, geograficamente distribuito, sfrutta la presenza delle sedi Fastweb già in essere sul territorio e incontra la necessità di erogazione dei servizi in business continuity, grazie anche a strumenti condivisi, comunicazioni *live* dei due poli, nonché processi certificati secondo gli standard ISO, che rendono trasparente l'erogazione stessa del servizio.

La creazione di un apposito programma di academy, per la formazione di Security Architect e Cyber Analyst, è frutto di una precisa scelta che, impiegando l'ampio e vivace bacino universitario di Bari, consentirà lo sviluppo delle competenze di Cybersecurity mantenendole legate al territorio.

Infine, è stato creato un nuovo servizio di sicurezza gestita, FastSecurity WEB & API, che offre un sistema di difesa completo e integrato per prevenire i danni ai sistemi informatici aziendali proteggendo le applicazioni. La soluzione, erogata tramite appliance installate presso il Cloud Fastweb, rappresenta un'ottima soluzione di outsourcing per i clienti, che permette loro di ottimizzare le risorse interne e operare in maniera ancora più affidabile. L'architettura del servizio comprende un sistema di management console, una piattaforma di monitoring e un sistema di reporting web. Tutte le attività sono gestite da personale altamente specializzato, operativo presso il SOC di Fastweb e dedicato alla gestione dei clienti Enterprise.

3.3 PRIVACY E CYBERSECURITY

3.3.1 CYBERSECURITY

Il Rapporto Clusit [13] 2021 dell'Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica è stato pubblicato, per la prima volta quest'anno, a metà anno, a causa dell'incremento esponenziale di attacchi informatici, sia a livello quantitativo, sia qualitativo (per la gravità del loro impatto). L'Italia ha confermato questo trend e ha riscontrato, nel 2020, 1.874 attacchi gravi, con un aumento del 12% rispetto al 2019 e una media di 156 attacchi gravi al mese. Inoltre, il solo primo semestre 2021 ha registrato 1.053 attacchi gravi, con una media di 176 attacchi gravi al mese, valore in aumento del 12% rispetto alla media del 2020.

Il diffondersi dell'epidemia da Covid-19 ha inciso ulteriormente sulla qualità e quantità dei fenomeni legati al cybercrime, con particolare riferimento al crimine di tipo economico-finanziario. La pandemia ha inoltre spinto l'accelerazione digitale e tecnologica delle aziende, portando di conseguenza la necessità di aumentare la protezione dei dati e la cybersecurity.

A questo si aggiunge la progressiva introduzione della tecnologia 5G che, abilitando tra l'altro l'estesa interconnessione tra dispositivi (nel cosidetto *Internet of Things*), amplierà sempre di più la "superficie d'attacco" sia in termini di volume di dati e informazioni trasmessi, sia nel numero di dispositivi connessi.

Alla luce di questi trend, l'Europa e l'Italia hanno intensificato l'attenzione sul tema della cybersecurity, anche dal punto di vista normativo. La Direttiva (UE) 2016/1148, nota come Direttiva NIS, recepita a livello nazionale con il D.Lgs 65/2018, rappresenta il primo provvedimento di carattere generale adottato in ambito europeo sul tema della sicurezza *Cyber*. La Direttiva ha introdotto disposizioni finalizzate a conseguire un elevato *standard* comune di sicurezza all'interno dell'Unione Europea prevedendo l'adozione, a carico dei soggetti operanti in settori strategici (OSE, Operatori di Servizi Essenziali, e FSD, Fornitori di Servizi Digitali), di misure tecniche e organizzative atte a garantire la sicurezza di reti e sistemi informativi e introducendo l'obbligo di notifica degli incidenti rilevanti.

In attuazione degli artt. 16-bis e 16-ter del D.Lgs. 259/2003 (c.d. Codice delle comunicazioni elettroniche) il Decreto MISE del 12 Dicembre 2018 (c.d. Decreto Telco) ha delineato una dettagliata regolamentazione in materia di sicurezza e integrità delle reti di telecomunicazioni, imponendo agli operatori Telco l'obbligo di adottare misure di sicurezza volte a ridurre i rischi di interruzione dei servizi forniti agli utenti e di segnalare al CSIRT *(Computer Security Incident Response Team)* italiano e all'ISCTI (Istituto superiore delle comunicazioni e delle tecnologie dell'informazione) gli incidenti con impatto significativo sui servizi.
Un'ulteriore importante modifica si è avuta nel 2019 relativamente al c.d. *Golden Power*, ovvero quell'insieme di strumenti volti a salvaguardare le imprese operanti in ambiti strategici o di interesse nazionale, o ancora all'interno di settori considerati ad alta intensità tecnologica. Il D.L. n. 22 del 25 marzo 2019 ha infatti esteso il *Golden Power* alla nuova tecnologia 5G per questioni di sicurezza nazionale, allargando l'ambito di applicazione dei connessi poteri speciali in capo al Governo, ovvero la facoltà di esercitare potere di veto o di dettare specifiche prescrizioni agli accordi – conclusi con soggetti esterni all'UE – che abbiano come oggetto attività o beni funzionali all'implementazione della tecnologia 5G.

[13] *Il CLUSIT è l'Associazione Italiana per la Sicurezza Informatica, nata nel 2000 con lo scopo di promuovere e diffondere nel Paese la cultura e la consapevolezza della sicurezza informatica attraverso iniziative di formazione e di sensibilizzazione, seminari, pubblicazione di documenti, ecc. Ogni anno il CLUSIT redige un Rapporto che fornisce una panoramica dello stato del cyber-crime e della CyberSecurity in Italia.*

Da ultimo, il D.L 105/2019 (c.d. Decreto *Cybersecurity*), convertito dalla L. 133/2019, ha istituito il c.d. perimetro di sicurezza nazionale cibernetica, all'interno del quale rientrano i soggetti pubblici e privati che esercitano funzioni o servizi essenziali dipendenti da reti, sistemi informativi e servizi informatici dalla cui discontinuità possa derivare un pregiudizio alla sicurezza nazionale. Tale disciplina mira a conseguire l'obiettivo della sicurezza di reti, sistemi informativi e servizi informatici di pertinenza dei soggetti rientranti nel perimetro prevedendo, oltre all'adozione di specifiche misure tecnico-organizzative e all'obbligo di notifica degli incidenti sui sistemi informativi, una procedura di valutazione da parte del CVCN (Centro di Valutazione e Certificazione Nazionale) degli affidamenti di forniture di beni, sistemi e servizi ICT, destinati a essere impiegati sulle reti.
Il decreto determina inoltre che per la falsa comunicazione delle informazioni agli organi preposti previste dalla normativa e per l'ostacolo alle attività di vigilanza previste siano applicate le sanzioni previste dal D. Lgs. 231/2001. A questo fine, nel corso del 2021 è stato aggiornato il Modello 231 di Fastweb S.p.A. al fine di recepire la nuova fattispecie di reato, individuare le aree di rischio e le regole aziendali definite per gestire gli adempimenti previsti dal Decreto.

In data 5 novembre 2020 è entrato in vigore il DPCM n.131/2020, che stabilisce le modalità e i criteri procedurali per individuare i soggetti inclusi nel "Perimetro di Sicurezza Nazionale Cibernetica", individuando i settori di attività in cui operano i soggetti inseriti nel perimetro e definendo i parametri per la definizione degli elenchi delle reti, dei sistemi informativi e dei servizi informatici. Nel corso del 2021 sono stati pubblicati altri 3 decreti attuativi relativi alle notifiche degli incidenti (DPCM 81/2021), all'attuazione di quanto previsto dall'art. 1 c. 6 del D.L. 105/19 (DPR 54/2021) e all'individuazione delle categorie di beni, sistemi e servizi ICT destinati ad essere impiegati nel perimetro di sicurezza nazionale cibernetica (DPCM 15 giugno 2021).

Inoltre, il 13 luglio 2021 è stato approvato dalla Commissione europea il Piano nazionale di ripresa e resilienza (PNRR), all'interno del quale la sicurezza cibernetica costituisce uno degli interventi previsti. La cybersecurity rappresenta così uno dei sette investimenti della Digitalizzazione della pubblica amministrazione italiana, volto alla creazione ed al rafforzamento delle infrastrutture legate alla protezione cibernetica del Paese.

In questo contesto, è stato convertito con modificazioni il decreto-legge 14 giugno 2021 n.82 in legge 4 agosto 2021 n.109. La nuova legge reca "*disposizioni urgenti in materia di cybersicurezza, definizione dell'architettura nazionale di cybersicurezza e istituzione dell'Agenzia per la cybersicurezza nazionale*" e ha l'obiettivo di promuovere una cultura della sicurezza cibernetica e aumentare la consapevolezza sia nel settore pubblico, sia nel settore privato. Viene altresì definita l'architettura nazionale di cybersicurezza e vengono istituite nuove istituzioni, ossia l'Agenzia Nazionale per la *Cybersecurity*, il Comitato interministeriale per la cybersicurezza e il Nucleo per la cybersicurezza.

Già negli anni precedenti, per rafforzare sempre più le proprie difese all'interno di un contesto in cui i rischi di attacco sono sempre maggiori, Fastweb ha definito una precisa **organizzazione interna** deputata alla prevenzione e al contrasto degli attacchi. Tale organizzazione prevede un'unità dedicata che definisce gli standard tecnici di sicurezza e le procedure da seguire in tutte le fasi di vita della rete: dalla fase di progettazione (in cui viene applicato il principio della *"security by design"*) alla fase di *procurement* (nella quale sono stati adottati controlli stringenti per garantire qualità e sicurezza dei prodotti e servizi acquistati dai partner), fino alle fasi di realizzazione e di esercizio della rete stessa.

Per dare attuazione al disegno organizzativo delineato attraverso tali standard tecnici e procedure, dal 2020 sono state messe in campo tre linee di difesa, che interagiscono e collaborano tra loro per contrastare al meglio i fenomeni di cybercrime. La prima linea di difesa coinvolge tutti i principali Team aziendali, affinché progetti, prodotti e servizi dei clienti siano gestiti secondo le linee guida di sicurezza aziendale. Nella seconda linea si colloca il Team di Security, che presidia temi di *Cybersecurity* nelle sue varie anime (aspetti tecnici, di processo, di contrasto ad attacchi e frodi, di consapevolezza delle persone), aspetti di continuità del business e sicurezza fisica. La terza linea di difesa è costituita dal dipartimento di Internal Audit, che svolge una funzione di verifica e controllo indipendente, volta ad assicurare che le eventuali problematiche aperte siano indirizzate in modo coerente con il livello di rischio associato, per rafforzare il Sistema di Controllo Interno. Le tre linee collaborano strettamente in un processo integrato mirato al raggiungimento di un massimo livello di sicurezza.

Nel corso del 2021, Fastweb ha investito ulteriormente in risorse sia in termini di capitale umano, sia economico. Infatti, attraverso l'acquisizione di competenze ad alto valore, Fastweb ha ridefinito la sua strategia di *cybersecurity* attraverso un piano triennale che verte su due cardini principali, quello tecnologico e quello strategico.

Da un punto di vista tecnologico, Fastweb ha proseguito e potenziato il proprio approccio *Risk-Based*, basato sull'adozione del *NIST Cybersecurity Framework*, ossia delle linee guida indicate dall'agenzia governativa degli USA, su come gestire e ridurre i rischi nella sicurezza delle infrastrutture IT, individuando i rischi principali dell'azienda, e indirizzare interventi tecnologici pianificati.

L'approccio strategico si focalizza sull'engagement Top-Down del Board e, di conseguenza, a cascata su tutta l'azienda, per la diffusione di una cultura pervasiva sulla cybersecurity. Questa strategia ha previsto l'adozione di un approccio semplice, di supporto e collaborativo, in ottica di una sicurezza abilitante il business.

Sul piano formativo, anche nel corso del 2021 sono stati erogati corsi specialistici, attraverso i moduli *"Information Security Crash Course"*, *"Information Security per la Rete"* e *"Secure Coding per Sviluppatori Web"*, che hanno coinvolto circa 150 partecipanti, analogamente a quanto registrato nel 2020.
Fastweb, nel 2021, ha ampliato ulteriormente le sue azioni di sensibilizzazione e *awareness* rivolte a tutto il personale in ambito di cybersecurity e di tutela della sicurezza fisica delle persone.

In particolare, la campagna di sensibilizzazione ha previsto una proposta continua e periodica di moduli formativi relativi agli ultimi aggiornamenti in tema di sicurezza informatica, permettendo alle persone di Fastweb di mantenersi costantemente aggiornate su temi che spaziano dalla sicurezza dei dispositivi mobili, al Ransomware, al *phishing*, alle *mobile app*, al *social engineering* fino alla navigazione sicura. Queste azioni hanno raggiunto importanti risultati in termini di *engagement*, che testimoniano la maturità e il livello di consapevolezza all'interno di Fastweb, con una partecipazione volontaria media dell'80% di tutta la popolazione Fastweb. In aggiunta, tutti i moduli sono seguiti da questionari di apprendimento, che nel 2021 hanno ottenuto una media di successo di circa il 90% in termini di performance.

Anche per il 2021 Fastweb ha mantenuto le certificazioni dei propri sistemi di gestione sviluppati secondo gli standard internazionali: ISO 27001 per la gestione della sicurezza delle informazioni e dei dati, ISO 27018, relativa alla gestione della privacy per i servizi di Public Cloud, ISO 27017, che riguarda l'introduzione di controlli di sicurezza delle informazioni e dei dati specifici per i servizi di cloud computing e ISO 27035, che specifica le modalità da seguire per la gestione degli incidenti di sicurezza delle informazioni.

3.3.2
LA TUTELA DELLA PRIVACY

La tutela della privacy, per Fastweb, sta alla base del rapporto di trasparenza e fiducia con i propri clienti. Per assicurare una corretta gestione dei dati personali, Fastweb dispone di un modello organizzativo sviluppato in accordo ai principi del Regolamento UE n. 2016/679, GDPR. Il processo è stato nel tempo reso più snello ed efficace e i processi di protezione dei dati sono stati consolidati.
In accordo con le disposizioni del GDPR, Fastweb S.p.A. ha nominato un **Data Protection Officer (DPO)**, supervisore indipendente responsabile del presidio della gestione del trattamento di dati personali e della loro protezione. Nominato per la prima volta nel 2018, dal 2020 i suoi ambiti di responsabilità e competenza sono stati estesi anche a Fastweb Air S.r.l. Fastweb ha reso pubblici i contatti del DPO (dpo@fastweb.it, dpo@pec.fastweb.it e indirizzo della sede) sia nell'informativa sulla privacy, sia sui canali web preposti.

Il modello organizzativo della gestione della privacy prevede anche la struttura di **Compliance Privacy**, con ruolo di supporto e assurance al DPO, all'Amministratore Delegato di Fastweb S.p.A., ai Data Manager e ai Data Ambassador.
7Layers ha adottato un proprio modello di gestione della privacy in conformità alla disposizioni del GDPR, e ha nominato un proprio DPO, rendendone pubblici i contatti (7layers.dpo@legalmail.it).
Il GDPR prevede che l'organizzazione applichi i principi di *privacy by design*

e *privacy by default*, responsabilità in carico ai **Data Manager** di Fastweb, designati per ciascun team e con riporto diretto all'Amministratore Delegato di Fastweb S.p.A. Nel corso del 2020 è stata aggiornata la lista dei **Data Ambassador**, figure definite da Fastweb con il ruolo di supporto ai Data Manager per gli aspetti di comunicazione verso il DPO e la struttura di Compliance Privacy, oltre che punto di riferimento per le questioni inerenti alla gestione dei dati personali.

Al fine di consolidare ulteriormente i processi di Data Protection, Fastweb ha creato, a partire dal 2019, diversi **Competence Center** all'interno dei vari team di lavoro, con l'obiettivo di predisporre un presidio e di supportare l'adeguamento dei contratti al GDPR. Il primo Competence Center è stato creato all'interno del Team Enterprise, che fornisce, ad esempio, supporto nella definizione delle responsabilità e delle misure tecniche e organizzative che Fastweb deve implementare nella gestione dei dati personali dei clienti. Un analogo Competence Center è stato consolidato anche all'interno del Team Consumer, per fornire supporto nell'applicazione del GDPR sia nell'ambito della gestione del customer care, sia nell'ambito della gestione dei canali di vendita. Nel 2021 è iniziata la fase di consolidamento di due
ulteriori Competence Center, che faranno riferimento ai Team di *Product Design & Delivery* e di *Technology,* in modo da fornire supporto nell'applicazione del GDPR anche nell'ambito dell'implementazione di nuove soluzioni tecnologiche all'avanguardia.

Inoltre, Fastweb dispone anche di un **Privacy Committee**, responsabile di valutare le inadempienze nell'ambito dei canali commerciali rispetto alle previsioni contrattuali anche in ambito privacy, da cui scaturiscono le applicazioni di sanzioni e provvedimenti di altra natura.

La tutela dei dati per Fastweb significa anche assicurare una corretta gestione dei dati personali da parte delle agenzie di telemarketing ingaggiate dall'azienda. A seguito di una sanzione comminata nel corso del 2021 dal Garante Privacy a causa della non corretta gestione dei dati da parte di alcune agenzie, Fastweb ha introdotto controlli più stringenti con un conseguente significativo calo delle segnalazioni nel corso dei mesi successivi. In particolare, Fastweb ha introdotto una verifica preventiva delle liste di contatti utilizzate dalle agenzie per assicurare la qualità e il rispetto della compliance. Solamente dopo questa verifica le agenzie di telemarketing possono utilizzare le liste, senza integrarle con contatti reperiti autonomamente o non preventivamente autorizzati da Fastweb.

Quanto ai rapporti con gli interessati, per garantire un **riscontro tempestivo e trasparente** alle segnalazioni inerenti al trattamento dei dati personali, Fastweb mette a disposizione diversi canali tra cui una mail dedicata (**privacy@fastweb.it**) e un indirizzo PEC (**privacy@pec.fastweb.it**).

Nel corso del 2021 sono state ricevute 3458 richieste, di cui 8 pervenute dal **Garante della Privacy** - l'autorità di controllo nazionale per la protezione dei dati personali[14]. Delle richieste ricevute, circa il 73% riguardava il diritto di opposizione e il 21% il diritto di cancellazione, mentre il restante 6% era riconducibile ad altre motivazioni: a ciascuna di esse Fastweb ha fornito puntuale risposta.

Le segnalazioni ricevute presso la casella di posta privacy vengono monitorate in maniera strutturata attraverso un sistema dedicato, che consente di monitorare in modo puntuale le richieste e assicurare una risposta adeguata e tempestiva.

DESCRIZIONE	2019	2020	2021
Totale richieste pervenute	3.718	2.383	3.458
Di cui pervenute dal Garante Privacy	17	48	8
Sanzioni dal Garante Privacy	0	0	1

In particolare, le segnalazioni pervenute possono riguardare il diritto di opposizione per chiamate indesiderate. Le chiamate illecite effettuate da agenzie ingaggiate da Fastweb vengono sanzionate attraverso un meccanismo di controllo interno, mentre quelle provenienti da numeri non riconosciuti vengono segnalate alle autorità.

[14] *Per maggiori informazioni: http://www.garanteprivacy.it/*

3.4

OPEN INNOVATION: UN PARADIGMA VINCENTE PER PROGETTARE INSIEME IL FUTURO

Una nuova generazione di prodotti, servizi e modelli di business si sviluppa attraverso un ecosistema fatto di imprese, incubatori e centri di ricerca ed è possibile, oggi, grazie all'adozione di un paradigma basato su *Open Innovation*.

Fastweb, per la natura del suo business e coerentemente con la sua storia, ha un'attitudine fortemente orientata allo sviluppo di nuove tecnologie e servizi e reinterpreta il prossimo futuro attraverso il concetto di innovazione in modalità aperta, diffusa e trasversale per continuare a ricoprire un ruolo centrale nella digitalizzazione del Paese.

Lanciato nel 2019, il programma di **Open Innovation** è un ambizioso progetto di innovazione che coinvolge tutti i dipartimenti dell'azienda e che intende promuovere il confronto con il mondo esterno, in particolare con startup, poli di innovazione e Centri di Ricerca. Attraverso questo scambio continuo di idee tra le competenze interne ed esterne, Fastweb intende **alimentare e diffondere una cultura dell'innovazione aperta**, creare un eco-sistema virtuoso, accelerare la trasformazione delle idee innovative in progetti concreti e rispondere alle sfide del mercato in modo rapido e semplice.
Il programma di Open Innovation si è concretizzato attraverso il lancio della prima *wave* nel 2019 con la *Call for Idea* "**#CallFoRevolution**" rivolta ai dipendenti Fastweb, attraverso la quale sono stati selezionati tre progetti: due in corso di formalizzazione nella fase di *scale up*, mentre il terzo focalizzato sullo sviluppo di una tecnologia di *Blockchain* adottata già dai primi clienti Enterprise.

Nel 2020 è stata avviata una seconda *wave* con il lancio di ***#Open2TheFuture***, in collaborazione con Cariplo Factory, coinvolgendo nella partecipazione anche l'ecosistema esterno di Startup, PMI, Centri di Ricerca e Università. Questa seconda *wave* è stata orientata alla selezione e allo sviluppo di idee innovative in due principali aree di interesse: quella delle **soluzioni digitali** - per migliorare la qualità della vita dei clienti negli ambiti di entertainment e tempo libero, Smart

Home, salute, benessere e sicurezza - e quella delle **soluzioni *data-driven*** - al fine di supportare la trasformazione e il miglioramento dell'efficienza operativa aziendale e dell'esperienza del cliente, attraverso l'utilizzo dei *big data*, dell'intelligenza artificiale e di strumenti avanzati di automazione. Nei primi mesi del 2021, sono stati presentati al Board 4 prototipi innovativi realizzati internamente da Fastweb e 2 prototipi realizzati da start-up, ottenendo l'approvazione per lo sviluppo delle soluzioni definitive attraverso un lavoro di *scale up* dei prototipi, realizzando sostanziali sviluppi delle soluzioni innovative proposte.

Oltre alle due *wave*, Fastweb ha portato avanti ulteriori iniziative di innovazione, coinvolgendo direttamente partner tecnologici e numerosi dipendenti di diverse funzioni aziendali.
Nel corso del 2020, è stata avviata una sperimentazione volta allo sviluppo e all'integrazione dell'**assistente vocale** di Alexa e Google con il **modem FASTGate** di Fastweb, sfruttando gli smart speaker compatibili. Questo progetto è stato precursore di molte idee e spunti che sono poi stati utilizzati per realizzare un servizio vocale efficace e capace di gestire sia i FASTGate, sia l'innovativo internet box Fastweb NeXXt, consentendo il lancio del prodotto finito a settembre 2021.

A supporto dello sviluppo di soluzioni blockchain, nel 2021 Fastweb è stato partner tecnologico di Confindustria Chieti Pescara per la realizzazione del progetto "**Abruzzo Blockchain**"**,** sponsorizzato da Camera di Commercio e Confindustria di Chieti Pescara. L'iniziativa ha avuto come obiettivo l'implementazione di una piattaforma blockchain dedicata alle piccole e medie imprese delle province interessate, al fine di certificare i loro processi di produzione. A supporto della piattaforma, Fastweb ha contribuito ad arricchire le competenze delle imprese attraverso sessioni formative sull'utilizzo dello strumento e sulle competenze necessarie per integrarlo nei processi di produzione e comunicazione aziendale. Con il supporto di Fastweb Digital Academy, nel 2022 si terrà un percorso con Confindustria Chieti Pescara, con l'obiettivo di supportare le aziende registrate nella piattaforma a comprenderne i benefici di integrazione digitale, adatto a promuoversi, gestire attività di e-commerce e ottimizzare i sistemi a supporto dei processi aziendali che necessitano di tracciamento dei prodotti lungo la filiera mediante la tecnologia blockchain.

Oltre ad *"Abruzzo Blockchain",* è stato lanciato un secondo progetto in collaborazione con lo Steering Committee Blockchain di Assolombarda, ossia il "**Libro bianco sulla *Blockchain***" pubblicato ad aprile 2021 da Assolombarda. Coinvolgendo diverse realtà, l'obiettivo è stato quello di rendere disponibile un documento aperto a disposizione di tutte le aziende del mondo produttivo lombardo, in grado di avere fruibili linee guida utili a fornire informazioni sull'utilizzo della *blockchain*: dalla descrizione del suo concetto intrinseco, della sua nascita, delle sue prospettive di sviluppo, nonché delle sue principali applicazioni, sono stati raccolti quattordici casi di implementazione e delineate dieci proposte di *policy* al fine di contribuire la creazione di un contesto idoneo e favorevole allo sviluppo della tecnologia e delle sue potenzialità.

Fastweb S.p.A. ad aprile 2021 è diventato partner del "***Fintech District***", un HUB finanziario e tecnologico che contribuisce all'innovazione dell'ecosistema finance europeo. Fastweb intende così contribuire attivamente alla crescita dell'ecosistema *fintech* in Italia, abilitando le connessioni tra l'industria finanziaria tradizionale e l'innovativa comunità *fintech*, supportando la trasformazione digitale del settore finance italiano. Si propone inoltre di approfondire le applicazioni *fintech* per creare connessioni con il mondo delle *start up del settore*, supportandole nella loro crescita mediante l'implementazione di servizi Fastweb necessari allo *scale up* delle aziende.
Fastweb ha infatti potenziato in modo significativo la propria offerta tecnologica, con soluzioni per rispondere agli stringenti requisiti che regolano il mercato finanziario italiano, attraverso una gamma dedicata di servizi ICT che comprende cybersecurity, privacy e protezione dei dati, oltre alla rinnovata offerta di servizi *Cloud*.

Nell'ambito *Open Innovation* è proseguito anche il progetto "***ILEX-Fastweb Future Essentials***" svolto nel 2020 e 2021 attraverso webinar in diretta *streaming* e dedicato completamente ai dipendenti, al fine di favorire il coinvolgimento interno, la formazione del *mindset* e la diffusione della cultura dell'innovazione all'interno dell'azienda. L'obiettivo è stato quello di permettere agli innovatori di estendere i propri orizzonti e fare ordine nelle *hype words* di rilievo utilizzate dai media digitali e non, approfondire gli utilizzi pratici (attuali e futuri) di strumenti e soluzioni quali l'IoT (*Internet of Things*), la blockchain, gli algoritmi di analitica avanzata, l'Intelligenza Artificiale, la realtà aumentata e virtuale al fine di fornire le conoscenze base in coerenza con la strategia di Fastweb di diventare un OTT infrastrutturato. Sono stati realizzati in totale quattro cicli di apprendimento interno durante i quali i più di 80 partecipanti in remoto hanno potuto apprendere e sperimentare le linee guida del mondo digitale.

A sostegno dello sviluppo innovativo, Fastweb ha preso parte all'iniziativa ***"UChronicles",*** progetto realizzato dalla Città

Metropolitana di Milano con lo scopo di realizzare, tramite una co-progettazione partecipata, un palinsesto di attività per le scuole, volto alla realizzazione di un percorso formativo online per gli studenti sulle *soft skills* e sull'incontro di riflessioni individuale e di gruppo utili a proporre idee. Il percorso si è sviluppato in tre fasi principali: *Rifletti* (lavoro individuale), *Immagina* (in team), *Progetta* (in team). Le idee selezionate sono state oggetto di un *hackaton* finale nel quale sono state presentate le schede di progetto dettagliate al fine di potere avviare la prototipazione in un futuro delle soluzioni individuate. Fastweb ha preso parte a questa iniziativa in qualità di giudice valutando le idee innovative degli studenti.

Nel 2021 è stato anche organizzato e coordinato un *workshop* di ***Design Thinking***, con fasi di *apprendimento, approfondimento, immaginazione, proposizione* e *co-creazione*. Il percorso, dedicato alla struttura aziendale che si occupa dello sviluppo e della realizzazione dei prodotti, ha avuto l'obiettivo di coinvolgere tutto il *team* esteso (composto da più di 300 dipendenti) in progetti innovativi attraverso la "*cross contamination*" di molteplici idee e, allo stesso tempo, creare un bagaglio di competenze comuni sulle tendenze del mercato *Consumer*, le sue sfide e l'evoluzione dei bisogni dei clienti. In seguito alla creazione di un background culturale comune, mediante la condivisione di materiale didattico, sono stati organizzati incontri per approfondire le varie tematiche e per stimolare la proposizione di idee innovative creando una roadmap di nuovi prodotti e di aree di sviluppo del portafoglio dedicato ai clienti residenziali. La fase finale del progetto ha visto la raccolta di 36 idee innovative permettendo la concretizzazione di soluzioni utili per lo sviluppo di nuovi prodotti.

3.5

CONCORRENZA LEALE E TRASPARENZA NELLE COMUNICAZIONI COMMERCIALI

Il rispetto delle regole della concorrenza e la trasparenza nella comunicazione al cliente rappresentano due aspetti centrali nel mercato delle telecomunicazioni e per questo sono fortemente regolamentati e presidiati da diverse autorità pubbliche.

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)
L'AGCM è un'Autorità amministrativa indipendente cui è affidato il compito di garantire il rispetto delle regole che vietano le intese anti-concorrenziali tra imprese, gli abusi di posizione dominante e le concentrazioni in grado di creare o rafforzare posizioni dominanti dannose per la concorrenza.
Per maggiori informazioni, consultare il sito online: www.agcm.it/

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)
L'AGCOM ha il compito di assicurare la corretta competizione degli operatori sul mercato delle telecomunicazioni e risponde del proprio operato al Parlamento, che ne definisce i poteri, lo statuto e ne elegge i componenti.
Per maggiori informazioni, consultare il sito online: www.agcom.it/

La trasparenza dei messaggi e la chiarezza nella comunicazione delle offerte sono due elementi chiave che rappresentano la qualità del servizio che Fastweb fornisce ai propri clienti.
Nel corso del 2021, Fastweb non ha ricevuto sanzioni dalle Autorità competenti.
Inoltre, a luglio Fastweb ha ricevuto notifica dell'annullamento, da parte del TAR Lazio, del provvedimento dell'AGCM , che accertava l'intesa anticoncorrenziale posta in essere tra Tim, Vodafone, Fastweb e Wind Tre. Nello specifico, il provvedimento aveva a oggetto il coordinamento delle strategie commerciali relative al passaggio dalla fatturazione quadri-settimanale (28 giorni) a quella mensile, con il mantenimento dell'aumento percentuale dell'8,6% della spesa annuale sostenuta dai clienti.

Il TAR ha quindi condiviso la considerazione secondo cui il mantenimento dell'aumento di prezzo, già praticato, fosse l'unica condotta plausibile per gli operatori e non il frutto di una concertazione. Attualmente, si è in attesa di pronunzia da parte del Consiglio di Stato.

Futuro più inclusivo

4.1

#GETDIGITAL: LA CRESCITA DIGITALE DEL PAESE E DEI CITTADINI

#GetDigital rappresenta la risposta di Fastweb alla sfida delle competenze digitali: una piattaforma di azioni per **ridurre il gap culturale italiano in termini di digitalizzazione**, per contribuire alla diffusione di nuove conoscenze fondamentali e trasformare la transizione tecnologica in atto in benefici concreti per cittadini e imprese.
Nel 2021 Fastweb ha **potenziato ulteriormente il programma**, ampliando e arricchendo i progetti strategici chiave:

- **Fastweb Digital Academy**, la scuola per le competenze digitali lanciata con Cariplo Factory;

- **Digital IQ**, lo strumento di autovalutazione delle competenze e attitudini digitali rivolto a cittadini e imprese.

Il tema del benessere digitale in famiglia, per genitori e ragazzi, ha visto l'azienda rafforzare ulteriormente il proprio impegno, grazie a iniziative volte a promuovere un'esperienza di internet e delle tecnologie che sia, innanzitutto, positiva e consapevole.

FASTWEB DIGITAL ACADEMY: COMPETENZE DIGITALI PER TUTTI

Fastweb Digital Academy (FDA) è la scuola che si occupa della preparazione alle professioni digitali.
Nata nel 2016 da una collaborazione tra Fastweb e Fondazione Cariplo, nell'ambito di Cariplo Factory, la missione di FDA è:

- **Imparare Digitale:** ovvero diffondere le logiche e le competenze del digitale;
- **Lavorare Digitale:** contribuire allo sviluppo dei nuovi mestieri digitali;
- **Agire Digitale:** promuovere attitudini e comportamenti funzionali alla crescita della cultura dell'innovazione in Italia.

L'anno 2021 ha rappresentato un anno di forte crescita sia per la partecipazione ai corsi, sia per l'offerta di FDA. L'Academy di Fastweb ha proseguito le sue attività in modalità da remoto, arricchendo il catalogo corsi online, e ha aggiunto nel proprio sito una nuova sezione ***"on demand",*** dove si possono trovare corsi appositamente registrati per essere fruiti in qualsiasi momento.

Grazie a questa ulteriore trasformazione, la Fastweb Digital Academy ha avuto l'opportunità di allargare a tutta Italia il bacino di utenza dei propri corsi, rendendo possibile a chiunque iscriversi e fruire dell'offerta formativa direttamente dalla propria abitazione con la massima flessibilità.

Le attività formative erogate dalla Fastweb Digital Academy sono aperte a tutti e gratuite; la didattica è affidata a specialisti ed è previsto il rilascio di un attestato che certifica le competenze acquisite. Già dal 2017, anche i dipendenti Fastweb hanno potuto iscriversi ai corsi della FDA direttamente dalla intranet interna Agorà, includendo tali programmi didattici all'interno del proprio percorso formativo previsto dall'azienda. Oltre ai giovani e ai professionisti, l'offerta si rivolge anche alle **piccole e medie imprese**, per fornire loro un supporto nel processo di trasformazione digitale.

L'ampio ventaglio di corsi della FDA è articolato su 4 aree - *Digital Design & Making, Digital Development, Digital Marketing & Communication, Digital Soft Skills* - che vengono arricchite ogni anno con contenuti nuovi. Nel 2021 l'offerta è stata arricchita con nuovi corsi dedicati alla

Cybersecurity, un tema oggi di estrema importanza: per il 2021 FDA ha infatti lanciato un corso gratuito altamente professionalizzante dedicato alla formazione e al perfezionamento di una tra le professionalità più ricercate nel mondo del lavoro nel campo della sicurezza informatica, il ***Network Security Architect.***

Il corso *Network Security Architect,* volto alla formazione di figure specializzate nella progettazione, configurazione e collaudo dei sistemi di sicurezza all'interno della rete IT di un'organizzazione, prevede l'**erogazione online di 160 ore** di formazione gratuita all'interno di un percorso di 6 settimane con attività di didattica integrata, esercitazioni guidate e studio individuale.

Al termine del percorso formativo, è stato rilasciato un certificato di partecipazione agli studenti, e nel 2021 una persona è stata assunta da 7Layers e un'altra è stata inserita in percorso di stage presso Fastweb S.p.A. L'offerta formativa in ambito Cybersecurity sarà ulteriormente arricchita nei prossimi anni.

> Con l'obiettivo di accrescere le competenze digitali delle piccole e medie imprese e colmare il gap che ne limita la competitività, la FDA ha creato un percorso didattico finalizzato allo sviluppo delle competenze in ambito social media, e-commerce, digital marketing e Cybersecurity.

In aggiunta, il palinsesto di corsi della FDA è stato arricchito nel 2021 con il ***Future Toolkit***, una sezione con contenuti on demand dedicato agli insegnanti e ai ragazzi delle scuole superiori di tutta Italia. L'obiettivo di questa nuova proposta è di informare e creare competenze sulle

nuove tecnologie che stanno trasformando profondamente la società e il mondo delle professioni, per dare strumenti concreti per cogliere le opportunità offerte dal mondo del digitale. Il *Future Toolkit* è stato progettato per essere di facile accesso, attraverso 12 video pillole fruibili direttamente online e presentate da Federica Mutti, *YouTuber, brand strategist* e *content creator.* Le video pillole vertono su tre macro-temi: le competenze digitali, le nuove tecnologie e le nuove professioni digitali. Ogni video coinvolge un esperto del settore, che viene intervistato per affrontare l'argomento di riferimento attraverso curiosità, aneddoti e spunti di riflessione.

FASTWEB DIGITAL ACADEMY E ARCI SERVIZIO CIVILE: INSIEME PER L'EDUCAZIONE DIGITALE DEL PAESE

Fastweb Digital Academy e Arci Servizio Civile (ASC Aps), la più grande associazione di scopo italiana dedicata esclusivamente al servizio civile, collaborano insieme per avviare un percorso di rafforzamento delle competenze digitali degli operatori volontari che parteciperanno ai progetti del "Servizio Civile Digitale" e che guideranno i cittadini nella trasformazione digitale del Paese.

Questa iniziativa si inserisce all'interno del programma "Ponti digitali per reti sociali", programma quadro di sperimentazione del Servizio Civile Digitale per contribuire a superare l'attuale divario nelle competenze digitali del Paese e produrre un impatto benefico sulle comunità. Il progetto si pone in linea con il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza e con la Strategia nazionale per le competenze digitali, per i quali viene reputato fondamentale lo sviluppo e il potenziamento dei servizi di "facilitazione digitale" sul territorio.

Da un lato, ASC Aps ha contribuito al progetto attraverso il coinvolgimento di enti di accoglienza in tutta Italia per raggiungere fasce della popolazione in difficoltà nell'utilizzo degli strumenti digitali; dall'altro, FDA ha messo a disposizione degli operatori volontari selezionati sia il test delle competenze digitali, Digital IQ, sia percorsi didattici per fornire le competenze richieste dalla trasformazione digitale in atto. Oltre ad offrire gli strumenti tecnici e informazioni sulla sicurezza in rete, i momenti formativi proposti si focalizzano anche sulla consapevolezza delle opportunità che il digitale può offrire, attraverso ad esempio corsi sul Personal Branding e sulla sicurezza della rete internet.

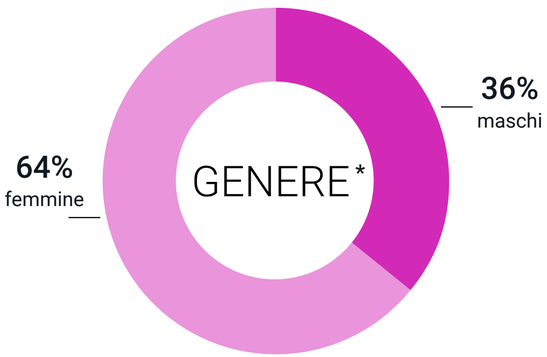
"Attraverso la Fastweb Digital Academy vogliamo dare ai giovani volontari gli skill fondamentali che li aiutino ad accompagnare anche le fasce deboli della popolazione verso la trasformazione digitale. Vogliamo aiutare le persone a costruire il proprio futuro".
(Anna Lo Iacono, Sustainability Senior Manager)

La FDA ha riscontrato risultati estremamente positivi nel 2021: si è registrato un numero di iscritti di gran lunga più elevato rispetto agli anni precedenti, con un effetto moltiplicatore dovuto all'aumento del numero di classi e alla possibilità di seguire i corsi sia in modalità online, sia in modalità *on demand*, garantendo la massima flessibilità. Complessivamente, nel corso dell'anno, sono state organizzate 192 classi, tra modalità *streaming* e *live*.

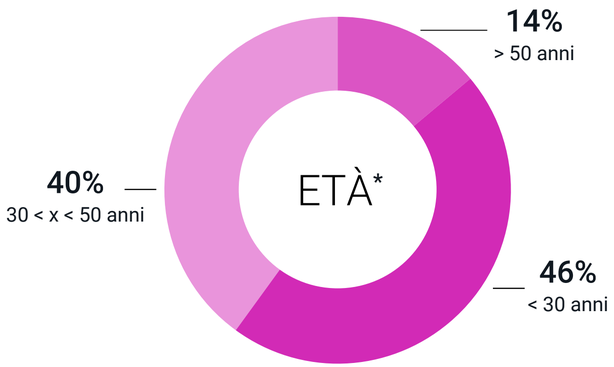
LA STORIA E I DATI DI FASTWEB DIGITAL ACADEMY

IL CONTRIBUTO DI FASTWEB DIGITAL ACADEMY DAL 2016 A OGGI [15]	NEL 2019	NEL 2020	NEL 2021
16.307 Partecipanti Di cui **11.878** online	1.389	4.687 4.393	7.496 7.471
526 Classi formate Di cui **279** online	83	104 92	188 187
Corsi on-demand		1	5
10.715 Ore di formazione erogata Di cui 3.368 online	1.929	1.604 1.294	2.114 2.074

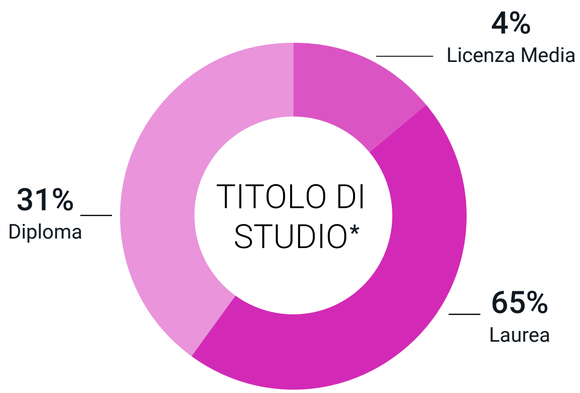
[15] *I dati riportati non comprendono quelli relativi alla fruizione del Future Toolkit.*



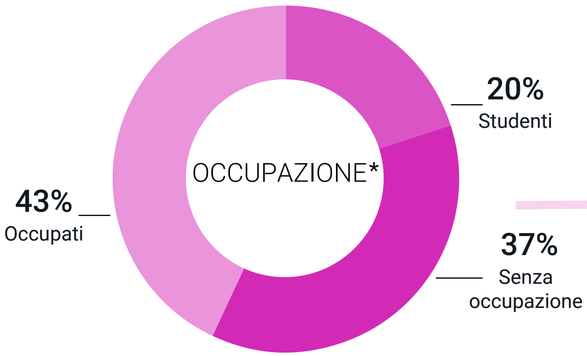
* Dato calcolato sulle persone
che hanno compilato
l'anagrafica relativa al genere (79%)



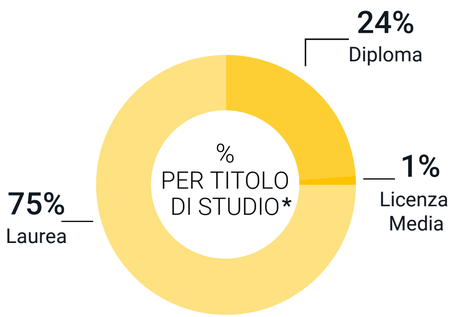
* Dato calcolato sulle persone
che hanno compilato
l'anagrafica relativa all'età (88%)



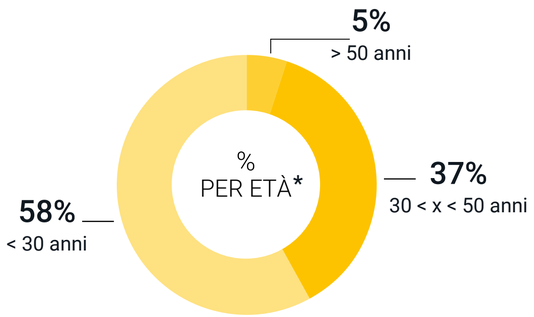
* Dato calcolato sulle persone
che hanno compilato l'anagrafica
relativa al titolo di studio (83%)



* Dato calcolato sulle persone che hanno compilato
l'anagrafica relativa allo stato occupazionale (82%)



* Dato calcolato sulle persone
in cerca di occupazione che hanno
compilato l'anagrafica relativa al titolo
di studio (100%)



* Dato calcolato sulle persone
in cerca di occupazione
che hanno compilato l'anagrafica
relativa all'età (98%)

In linea con quanto realizzato negli anni precedenti, nel 2021 FDA ha organizzato numerosi eventi, attività e progetti speciali.

	Iniziative in continuità con l'anno precedente:	Nuove iniziative:
2016		▪ La bussola del futuro
2017		▪ Contentware Summit ▪ Elle Active ▪ Milano Film Festival
2018	▪ Elle Active ▪ Milano Film Festival	▪ Milano Digital Week ▪ Stem in the City ▪ Alternanza digitale ▪ Digital Meet (PD)
2019	▪ Milano Digital Week ▪ Stem in the City ▪ Elle Active ▪ Alternanza digitale	▪ Millennials e Professioniste ▪ Lucania Future Lab ▪ 99&Lode
2020	▪ 99&Lode ▪ Milano Digital Week ▪ Stem in the City ▪ Elle Active	▪ Digital Meet ▪ Restart Talent Meet ▪ VR e arte ▪ L'Italia che fa ▪ Concorso SI Fabbrica
2021	▪ 99&Lode ▪ Milano Digital Week ▪ Stem in the City ▪ Elle Active ▪ Digital Meet	▪ Collaborazione con il Comune di Taranto ▪ La tavola rotonda sulla cybersecurity ▪ TEDx «Time 2.0»

Nel 2021, per il quarto anno consecutivo, Fastweb ha partecipato alla **Milano Digital Week** con tema "Città Equa e Sostenibile", generando riflessione sui concetti di equità e sostenibilità all'interno dei processi di ripensamento della città del futuro, abilitati dalle nuove tecnologie.

Nell'iniziativa che ha visto oltre 690 eventi online e 150.000 partecipanti, Fastweb Digital Academy e Fastweb hanno organizzato diversi webinar, approfondimenti, video on demand e incontri virtuali con l'obiettivo di avvicinare ancora di più le persone al mondo del digitale.

Nei primi mesi del 2021 si è conclusa la seconda edizione di **99eLode**, iniziativa promossa da Fastweb Digital Academy e Cariplo Factory, in collaborazione con Io Donna, che offre alle 99 migliori laureate italiane (33 per il Nord, 33 per il Centro e 33 per il Sud) la possibilità di accedere a un percorso di formazione gratuita, interamente online, sulle professioni digitali più richieste dal mercato del lavoro. Le neolaureate, selezionate in base a criteri di eccellenza, possono fruire di tre settimane di formazione gratuita e orientamento sulle principali competenze digitali richieste dal mercato del lavoro.

Al termine del percorso formativo, sono stati offerti due stage in Fastweb e tre borse di studio per un master online in *Digital Marketing* alla Rcs Academy. Inoltre, durante il 2021, è stata creata una community social molto attiva sui social network di Fastweb, Fastweb Digital Academy, Cariplo Factory e Io Donna, dove le giovani neolaureate hanno condiviso le proprie aspettative, le proprie impressioni sul percorso e l'entusiasmo di farne parte.
Il progetto **99eLode** è stato rilanciato anche a fine 2021, aprendo le iscrizioni a novembre per la terza edizione dell'iniziativa: le due settimane di formazione gratuita e orientamento saranno erogate a partire da gennaio 2022.

Un'ulteriore iniziativa a cui FDA ha preso parte, per il quarto anno consecutivo, è **#STEMintheCity**, l'iniziativa del Comune di Milano con il sostegno delle Nazioni Unite, volta a promuovere le materie tecnico-scientifiche e rimuovere gli stereotipi culturali che allontanano le ragazze dai percorsi di studio nelle materie tecniche e ridurre il divario di genere nelle carriere e nelle professioni STEM. L'iniziativa del 2021 si intitola "**Naturalmente STEM. Per un futuro sostenibile e digitale**" e si pone l'obiettivo di dimostrare che il connubio tra scienza e tecnologia è in grado di sostenere il futuro delle nuove generazioni e dare risposte sulle nuove questioni globali relative all'ambiente. FDA ha partecipato con diversi contenuti a tema digitale, tra cui l'evento *live* "**I principi di una leadership di successo**" e svariati contenuti *on demand* relativi alle competenze digitali, finalizzati a fornire gli strumenti per affrontare il lavoro e lo studio in modalità online.

In tema di promozione del talento femminile, per il quinto anno consecutivo la Fastweb Digital Academy ha partecipato al progetto **Elle Active 2021**, realizzato sia in presenza presso l'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano sia in diretta streaming. La quinta edizione, dal titolo "**101 modi per lavorare meglio**", è stata un'occasione di riflessione e confronto sulle nuove sfide lavorative del futuro, sul dare una svolta alla propria carriera, valorizzare i propri meriti e realizzare le proprie ambizioni. In particolare, Fastweb ha partecipato attraverso delle sessioni di *mentoring* erogate da alcune manager di Fastweb in veste di *coach*; una masterclass dedicata alla cybersecurity e alle possibilità professionali legate a questo ambito e una sessione di presentazione della Fastweb Digital Academy.

Nell'ambito di **DIGITAL Meet**, il Festival promosso da Fondazione Comunica e Talent Garden Padova con l'obiettivo di diffondere l'alfabetizzazione digitale a cittadini e imprese, Fastweb Digital Academy ha partecipato attraverso due webinar formativi con un forte focus sui cambiamenti portati dall'era digitale: sia nelle nuove dinamiche nel campo dell'e-commerce sia nella comunicazione e scrittura digitale. Nell'ambito di DIGITAL meet, Fastweb è stata inoltre Partner della seconda edizione di "**Startup Marathon**", iniziativa volta a presentare e a valorizzare le migliori start-up italiane nell'ambito del digitale.

Nel 2021, FDA e il **Comune di Taranto** hanno avviato una collaborazione per lo sviluppo delle competenze digitali sul territorio, prevedendo un percorso che accompagni le persone nell'apprendimento delle nuove skill digitali per formare professionisti in grado di contribuire allo sviluppo del tessuto produttivo tarantino. I corsi formativi sono aperti, gratuiti e fruibili online, e riguardano l'uso consapevole della tecnologia da parte dei più giovani, il digital marketing, l'e-commerce e il personal branding.
Un'ulteriore iniziativa di Fastweb nel 2021 è stata la **tavola rotonda di Fastweb Digital Academy**, per discutere il tema della cybersecurity e delle competenze più richieste dal mercato: un'occasione per approfondire il ruolo sempre più strategico della sicurezza informatica per le imprese e per condividere l'offerta formativa professionalizzante della FDA. In questa occasione, Michele Colajanni, Professore ordinario di Ingegneria informatica all'Alma Mater Studiorum dell'Università di Bologna, e Andrea Lasagna, Security Officer di Fastweb, si sono confrontati pubblicamente sui principali aspetti della cybersecurity: le minacce emergenti, la rapida evoluzione delle tecniche di attacco e la conseguente necessità di reperire sul mercato figure professionali altamente specializzate e preparate ad affrontarne le nuove sfide.

Con l'obiettivo di diffondere la cultura del digitale tra i ragazzi delle scuole superiori nel 2021 Fastweb ha realizzato una rubrica all'interno di **SmemoApp**, il diaro scolastico digitale di Smemoranda. La rubrica ha previsto alcune video pillole sul mondo del digitale in cui vengono raccontati, con un linguaggio divertente da alcuni giovani influencer, i temi del personal branding, del 5G, dell'intelligenza artificiale, dei Social Media, della cybersecurity e delle *fake news*.

Infine, nel 2021, Fastweb Digital Academy ha partecipato al primo **TEDx** dal titolo "Time 2.0", realizzato dagli studenti dell'Università Cattolica di Milano con ospiti di rilievo nazionale e internazionale, la cui tematica discussa è stata il viaggio alla scoperta della quarta dimensione. L'evento, organizzato da FDA, ha ospitato diversi workshop, tra cui "La tecnologia 5G – Come cambia la percezione del tempo", e ha visto la partecipazione di Marco Arioli, Technology Officer di Fastweb, che ha illustrato la tecnologia del 5G, le sue potenzialità e applicazioni future attraverso esempi concreti.

DIGITAL IQ. LA CHIAVE D'ACCESSO ALLE COMPETENZE DIGITALI

Anche nel 2021 Fastweb ha promosso la diffusione del **Digital IQ**, lo strumento di **autovalutazione delle competenze digitali** ideato internamente e realizzato grazie alla collaborazione scientifica del dipartimento di Sociologia e Ricerca sociale dell'Università Bicocca di Milano e del team di psicologi e psicometristi della società di consulenza *People&Business Value*.

Si tratta di un test innovativo che valuta principalmente le **soft skill e le competenze digitali critiche richieste dal mondo scolastico e del lavoro** per consentire agli utenti di ottenere una valutazione individuale sulle competenze e sulle attitudini digitali acquisite, oltre a un badge digitale che può essere allegato al curriculum vitae o condiviso sui social media.

Una peculiarità dello strumento consiste nel considerare anche il "Benessere Digitale" come dimensione portante. Accanto alla gestione dell'*overload* informativo, considerata come una competenza trasversale, sono state introdotte domande sul *focusing*, ossia sulla capacità di focalizzarsi e mantenere l'attenzione su informazioni specifiche e su molti altri aspetti del benessere digitale.

Digital IQ viene offerto in 2 versioni: una versione gratuita, disponibile sul sito web dedicato (www.digitaliq.it) che permette a chiunque sia interessato di svolgere il test in autonomia e di ricevere il badge sopra menzionato, e una versione per le aziende che prevede un test più approfondito con il quale le imprese possono testare le competenze dei dipendenti e avere una restituzione aggregata dello scenario, in modo da individuare i principali bisogni formativi.

A fine 2021, il Digital IQ è stato utilizzato da circa 20.000 persone, di cui 11.285 persone che hanno acceduto alla versione disponibile sul sito web, da 3.594 persone che hanno completato la versione dedicata alle aziende, da 1.668 studenti che hanno completato la versione scuole realizzata nel 2020 e da 48 operatori volontari nell'ambito del progetto in collaborazione con Arci Servizio Civile.

BENESSERE DIGITALE: INIZIATIVE PER GLI INSEGNANTI, GLI STUDENTI E I LORO GENITORI

Con il progetto **Benessere digitale** Fastweb intende accompagnare le famiglie e i giovani nell'esperienza quotidiana del nuovo mondo della digitalizzazione, fornendo loro gli strumenti per conoscere i rischi e le opportunità del digitale, sapendone interpretare linguaggio e trasformazioni in un'ottica consapevole e positiva.

Benessere digitale si è ulteriormente evoluto nel marzo 2021 grazie alla collaborazione di Fastweb con l'Università Bicocca e con una rete di scuole, che ha permesso di sviluppare il progetto **Benessere Digitale Scuole**. L'iniziativa prevede un percorso formativo online gratuito dedicato agli insegnanti, fruibile attraverso la piattaforma e-learning dell'Università Bicocca, accessibile dall'indirizzo www.benesseredigitalescuole.it. Il percorso è strutturato in quattro moduli per un **totale di 25 ore, di cui 12 da svolgere in classe con gli studenti** per affrontare i temi più attuali e critici della loro vita digitale. In particolare, la formazione offre risorse e strumenti per l'educazione degli studenti della scuola secondaria di primo e secondo grado alla "cittadinanza digitale". I contenuti del progetto sono stati sviluppati da un gruppo di esperti a livello nazionale e sono stati testati in un esperimento controllato che ha prodotto miglioramenti significativi sulle abitudini d'uso dello smartphone e sul benessere soggettivo.

A valle dei corsi formativi gli studenti sono sottoposti a un test di competenza digitale per valutare il loro livello di cittadinanza digitale, basato sul *framework* DIGCOMP 2.1.
Sempre sul tema del Benessere Digitale, il 7 febbraio 2021, in occasione della Giornata Nazionale contro il Bullismo e il Cyberbullismo, Fastweb ha lanciato la campagna **#ConnessiControilBullismo**, la nuova iniziativa contro gli abusi in rete. In questo ambito, l'azienda si è impegnata in varie attività digital e social per tutto l'anno 2021, fornendo agli utenti strumenti per acquisire maggior consapevolezza circa il fenomeno del cyberbullismo e un utilizzo responsabile degli strumenti digitali.

In particolare, la campagna ha previsto 8 approfondimenti a cui hanno partecipato professionisti ed esperti per trattare diversi temi, dalla navigazione responsabile, al ruolo degli adulti rispetto alla prevenzione del cyberbullismo, alla condivisione consapevole delle immagini dei figli sui social. I contenuti proposti hanno raggiunto 407.200 utenti e sono stati visti da 115.500 persone.

In questo contesto, Fastweb ha anche fornito supporto al movimento "**Mabasta**", nato nel 2016 presso l'Istituto "Galilei-Costa" di Lecce, attraverso il progetto "**Scuole debullizzate col Modello Mabasta**", che coinvolge sei diverse scuole medie distribuite sul territorio italiano in una sperimentazione innovativa di informazione, prevenzione e contrasto ad ogni forma di bullismo e cyberbullismo. L'iniziativa prevede l'applicazione presso le scuole del "**Modello Mabasta**", un protocollo di sei azioni messe a punto dopo aver ascoltato le opinioni di migliaia di studenti dai 10 ai 16 anni in decine di scuole in ogni regione d'Italia.

#ConnessiControilBullismo guarda gli incontri realizzati

I pericoli della rete	Ospite Gianluigi Bonanomi > Comprendere i limiti e le potenzialità della rete e scoprire quali sono le migliori norme di comportamento.
Sharenting	Ospite Gianluigi Bonanomi > Condivisione non consensuale sui social network di foto dei propri figli e sulle conseguenze che ne derivano.
Killo Pow3r e arrivo	Ospite Rosy Russo > Capire e condividere i nuovi linguaggi dei ragazzi e conoscere l'ambiente digitale che frequentano.
Rischi dell'uso precoce di smartphone e social media	Ospite Marco Gui > Evidenze empiriche sull'utilizzo precoce dello smartphone. Rischi e opportunità che si manifestano nella vita "sempre online".
Sexting e revenge porn	Ospiti Anna Prandina e Federica Casnici > Sexting e il revenge porn: come è possibile tutelarsi.
Video genitori alla riscossa	Ospite Francesco Fossetti > correlazione tra videogame e violenza e rischi e benefici del videogioco come piazza digitale, punto d'incontro per persone di diverse fasce d'età.
Un video genitore quasi perfetto	Ospite Francesco Fossetti > Costi legati al videogaming e suggerimenti per orientare l'interesse dei ragazzi verso prodotti virtuosi.
Bullismo e mondo scuola	Ospiti Mirko Cazzato e Daniele Manni > L'esperienza concreta del movimento Mabasta nato per contrastare i fenomeni di bullismo e cyberbullismo dentro e fuori le scuole.

4.2

TRASPARENZA, FIDUCIA, SEMPLICITÀ E ASCOLTO NELLA RELAZIONE CON I NOSTRI CLIENTI

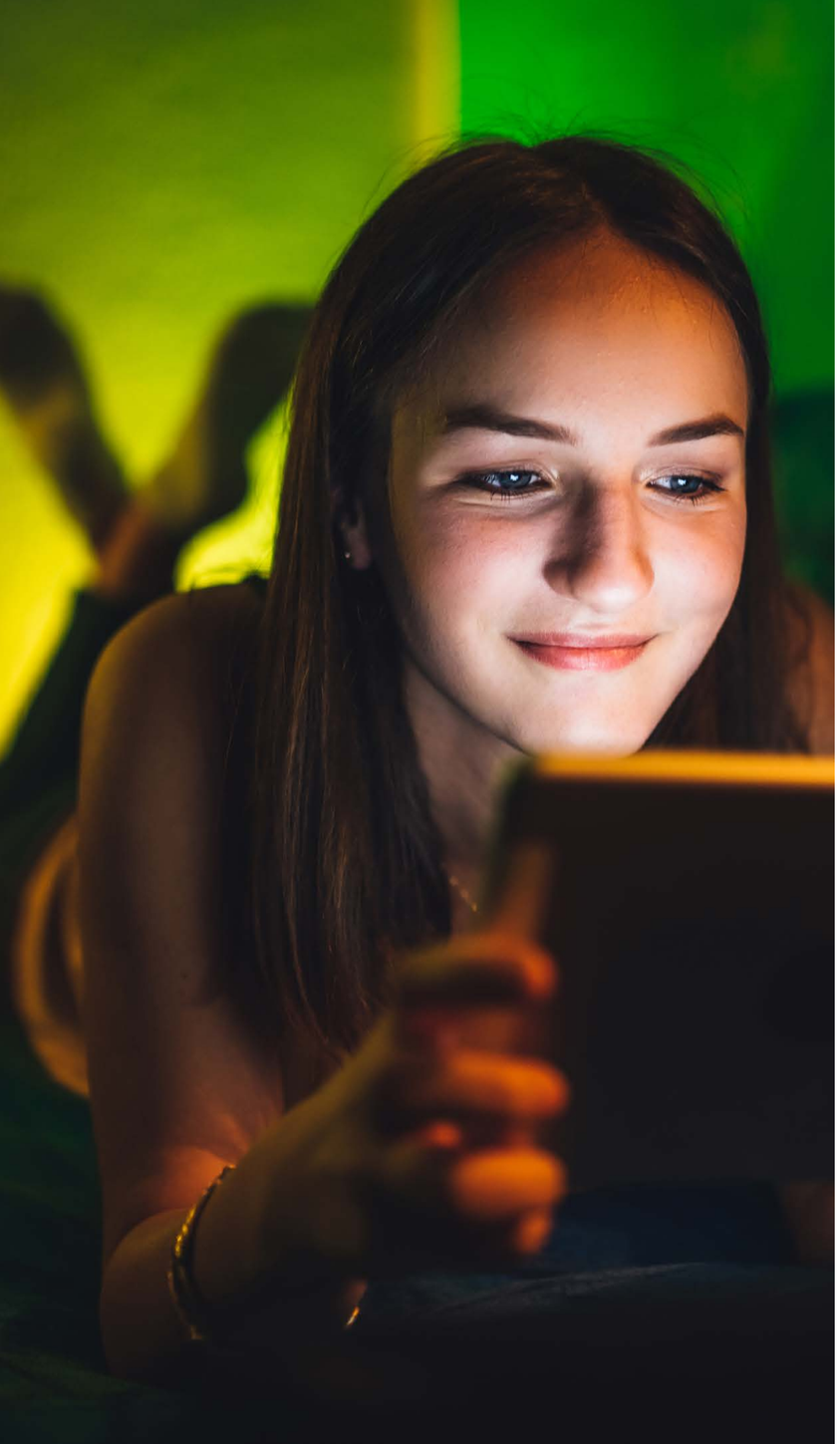
Nel 2021 Fastweb ha lanciato il nuovo piano NeXXt Generation 2025 che rappresenta l'impegno nel mettere a disposizione di tutte le famiglie e imprese una connettività di tipo gigabit e che ha come pilastri fondamentali la Trasparenza, la Responsabilità Sociale e la Leadership Tecnologica.

L'ASCOLTO DEGLI STAKEHOLDER: UNO STRUMENTO STRATEGICO E UN PRINCIPIO GUIDA

Fastweb opera secondo una logica di miglioramento continuo per rafforzare la relazione di fiducia con i propri clienti e in generale con tutti i soggetti interessati alle scelte dell'azienda. Per questo motivo, dal 2015 promuove un ascolto attivo delle istanze degli stakeholder in collaborazione con **The RepTrak Company** attraverso interviste, sondaggi e questionari finalizzati a comprenderne il percepito, i bisogni e le aspettative.
Anche nel corso del 2021 Fastweb ha aumentato il proprio livello di reputazione in maniera più significativa rispetto alla crescita media del settore. Le tematiche esplorate per la determinazione del punteggio sono relative al livello di apprezzamento dell'azienda sulla base di aspetti sia "emozionali", legati alla reputazione in senso generale, sia razionali, correlati alla percezione del livello di qualità dei prodotti, della capacità di innovare, della qualità del posto di lavoro, dell'eticità e della visione strategica a lungo termine.

Nello specifico, Fastweb ha registrato nel 2021 una crescita positiva rispetto all'anno precedente, in tutte le dimensioni oggetto di analisi. Una particolare crescita è stata riscontrata in quelle relative alla *Corporate Social Responsibilty*, cresciute in media di due punti su una scala da 1 a 100. All'ambito della CSR afferiscono in particolare l'area "*Citizenship*", che misura il ruolo sociale dell'azienda, l'area "*Conduct*", relativa alla trasparenza e al comportamento corretto sul mercato, e l'area "*Workplace*", riferita alla percezione delle modalità adottate dall'azienda quale datore di lavoro.

La metodologia di analisi adotta un approccio multi-stakeholder che prevede il coinvolgimento di attori esterni (opinione pubblica informata e clienti residenziali su mobile, fisso e convergenti) e interni (personale dipendente) con cadenza variabile da mensile ad annuale a seconda dello stakeholder considerato.
In generale, l'indagine ha riconosciuto il ruolo primario di Fastweb e delle altre società del settore nell'assicurare la connettività e agevolare quelle che sono diventate le nuove modalità di dialogo, ascolto e contatto. Anche le numerosissime iniziative, realizzate nel 2020 e nel 2021 per sostenere la comunità nel far fronte all'emergenza dovuta al Covid-19, sono state riconosciute come importanti da parte degli stakeholder intervistati.
Oltre alla positività di punteggi registrata per tutte le categorie di stakeholder, Fastweb continua a registrare un incremento nel punteggio rilevato nei sondaggi effettuati con i propri dipendenti (vedi par. 4.3.2).



4.2.1
L'ASCOLTO E L'ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE RESIDENZIALE

Per realizzare il piano NeXXt Generation 2025 e per rispondere al bisogno crescente di connettività a elevate performance dettato dal cambiamento di abitudini e stili a seguito dell'emergenza sanitaria, nel 2021 la velocità di connessione viene portata a 2,5 Gbps nella rete proprietaria FTTH. Tale incremento è disponibile in modo indistinto per i nuovi come per i già clienti, senza costi aggiuntivi.

Anche il lancio del servizio 5G mobile, avvenuto a fine 2020, segue lo spirito NeXXt Generation e viene reso disponibile gratuitamente in tutte le nuove offerte e per tutti i clienti, consentendo di raggiungere una velocità di download fino al Gigabit al secondo, ovvero circa 10 volte quella offerta dalla tecnologia 4G.

Nel corso del 2021 sono stati inoltre lanciati o rinnovati diversi servizi, in linea con le più recenti evoluzioni tecnologiche, per migliorare la *User Experience* di clienti. Ne sono un esempio il servizio VoLTE, che consente di effettuare chiamate in Alta Definizione e di continuare a navigare alla massima velocità durante la conversazione telefonica, una nuova interfaccia per la piattaforma di mail @fastwebnet.it e FastwebUP, il programma di *engagement* e fidelizzazione dei clienti residenziali e Partita IVA di Fastweb, che sostituisce il precedente LiveFast e permette di usufruire gratuitamente di vantaggi, offerte e promozioni dedicate. Da sempre la continuità del servizio per un'attività business è un fattore determinante e ancora di più nell'attuale contesto di emergenza sanitaria. Per far fronte a questa esigenza è stata rilasciata per i clienti Partita IVA la funzionalità di backup 4G che garantisce, in caso di mancanza di connessione wireline, lo switch automatico su connettività Mobile Fastweb, grazie ad una Internet Key con SIM Mobile inclusa. A conferma dell'attenzione per il livello di servizio offerto, inoltre, sono stati rinforzati i servizi di assistenza rivolti ai clienti business.

4.2.2
L'ASCOLTO E L'ATTENZIONE VERSO IL CLIENTE ENTERPRISE

Oltre ai clienti residenziali, Fastweb si pone in costante ascolto anche delle aziende, di piccole, medie o grandi dimensioni e della Pubblica Amministrazione, adattando i suoi servizi alle esigenze di ciascuna tipologia di business.

In relazione ai clienti *Enterprise*, Fastweb accompagna le imprese nel loro percorso verso la transizione digitale, arricchendo il suo portafoglio di prodotti e attraverso nuove partnership congiunte.

In particolare, sono stati rafforzati i servizi *Cloud* e *Security* in modo da accompagnare i clienti nella migrazione dei sistemi tradizionali verso un nuovo paradigma.
Inoltre, Fastweb ha avviato diverse collaborazioni con partner di eccellenza, puntando alla leadership tecnologica nella creazione di soluzioni congiunte per affiancare i propri clienti, offrendo servizi che semplifichino i processi interni e la fruibilità dei servizi delle imprese. Ne sono un esempio la collaborazione con *Amazon Web Services* (rif. par. 3.2.3), il servizio *NeXXt Communication* (rif. par. 3.2.2) e la partnership con SAP (rif. par. 3.2.2).
Con specifico riferimento alle PMI, Fastweb ha lanciato nell'anno anche delle soluzioni dedicate di *Unified Communication & Collaboration*, andando oltre il semplice adattamento delle pratiche lavorative in ambiente virtuale, e focalizzandosi su soluzioni nell'ambito della *collaboration*, offrendo così la possibilità di trasformare l'ufficio del cliente in una postazione mobile.

Con l'obiettivo di fornire un supporto a 360° ai propri clienti, Fastweb dedica ai propri clienti Small business corsi di formazione erogati dalla Fastweb Digital Academy, con percorsi creati su misura per le aziende di piccole dimensioni. In particolare, vengono approfonditi gli strumenti di Digital Marketing, ossia l'utilizzo dei social media per migliorare la propria reputazione e aumentare il bacino di clienti, l'*e-commerce management*, ossia la gestione e l'utilizzo di un sito e-commerce e la cybersecurity, tema estremamente importante per la sopravvivenza del business. Per il 2022, Fastweb prevede di proseguire e ampliare ulteriormente l'offerta, proponendo nuove tematiche utili alla fascia di imprese di piccole dimensioni.

Tale iniziativa si aggiunge alle altre azioni di *caring* che Fastweb ha messo in campo nel 2021 a sostegno delle Imprese clienti, come ad esempio le campagne di aggiornamento tecnologico della connettività allo scopo di fornire sempre il miglior servizio disponibile.

LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

Uno strumento strategico per monitorare il grado di soddisfazione dei clienti, anche in relazione alle misure di miglioramento introdotte, è rappresentato da una rilevazione che viene effettuata ormai da diversi anni: il **Net Promoter Score (NPS)**. Le rilevazioni avvengono settimanalmente, mensilmente o semestralmente, in funzione del settore di clientela considerato e del parametro preso in analisi.

L'NPS è un indice di misurazione numerico calcolato a partire dalla domanda "Quanto è probabile che tu raccomandi Fastweb a un collega o a un amico su una scala da 1 a 10?". Nello specifico è calcolato come differenza tra la percentuale dei Promotori e la percentuale dei Detrattori e viene analizzato sia con riferimento all'esperienza complessiva del Cliente con Fastweb (NPS relazionale), sia con riferimento a una interazione specifica (NPS transazionale).

Tutti gli sforzi effettuati da Fastweb per avvicinarsi sempre di più al cliente finale, si sono tradotti in un miglioramento del tasso di churn, l'indice che misura la percentuale dei clienti che disattivano l'abbonamento, e in un incremento del NPS: rispetto all'anno precedente, Fastweb si è attestato quale primo operatore sul fisso e tra i primi sul mobile.

4.2.3
INSIEME AI CONSUMATORI PER DEFINIRE LE REGOLE DEL GIOCO

L'ascolto e la collaborazione sono due principi chiave in Fastweb per gestire la relazione continuativa con i consumatori e con le associazioni che li rappresentano.

Dopo aver sottoscritto un protocollo d'intesa con cinque delle principali Associazioni dei Consumatori e aver realizzato, nel corso del 2019, la nuova Carta dei Servizi per la telefonia fissa [16], nel 2020 l'azienda ha deciso di creare la nuova Carta dei Servizi anche per la telefonia Mobile. Come la precedente, anche questa è stata realizzata in collaborazione con Adiconsum, Adoc, Altroconsumo, Federconsumatori e U.Di.Con e ha come obiettivo quello di aumentare la chiarezza e la trasparenza dei servizi e rendere i consumatori ancora più informati e consapevoli dei propri diritti.

Anche la nuova Carta dei Servizi Mobile è disponibile sul sito www.fastweb.it ed è accessibile in qualunque momento e da qualsiasi device, in versione digitale interamente navigabile.

Il protocollo d'intesa sottoscritto da Fastweb con le cinque Associazioni dei Consumatori sopra richiamate prevede un'attività di dialogo e confronto continuo, nell'ottica della tutela del cliente, non circoscritto all'aggiornamento e alla revisione della documentazione contrattuale ma esteso a molte altre attività rivolte ai consumatori. Da marzo 2020, ad esempio, Fastweb ha implementato un apposito canale di comunicazione diretta tra le cinque Associazioni firmatarie del protocollo d'intesa, gli utenti e l'azienda, utilizzabile dai clienti nel caso in cui abbiano la necessità di segnalare alle stesse Associazioni eventuali anomalie in merito al contenuto e all'applicazione della Carta dei Servizi.

Nel mese di luglio 2020, è stato sottoscritto un addendum al protocollo d'intesa, con l'obiettivo di ampliare l'ambito di collaborazione includendovi anche lo sviluppo e la diffusione di una corretta informazione sulle nuove tecnologie 5G, tramite una serie di progetti ed iniziative congiunte.

Infatti, nel 2021, in collaborazione con Altroconsumo, Fastweb ha pubblicato sul suo sito corporate "**5G, il futuro ad un passo da noi**", la guida pocket sulla connettività di quinta generazione.

La guida digitale è scaricabile gratuitamente dal sito www.fastweb.it e ha l'obiettivo di fornire in modo semplice e chiaro informazioni sul 5G, illustrando i principali aspetti della tecnologia e le sue potenzialità. Oltre agli aspetti tecnici, la guida illustra le applicazioni del 5G in alcuni degli ambiti che verranno rivoluzionati della nuova tecnologia, che renderà possibili in futuro servizi sempre più innovativi a beneficio di cittadini e imprese.

[16] *Documento che descrive gli standard di prestazione dei servizi erogati e le regole della relazione tra Fastweb e i propri clienti al fine di tutelarne i diritti.*

4.2.4
LE PROCEDURE DI CONCILIAZIONE

La normativa regolamentare che disciplina le controversie in materia di comunicazioni elettroniche tra utenti e operatori dispone l'obbligatorietà del tentativo di conciliazione tra le parti. Fastweb partecipa alle procedure di conciliazione per la gestione e rapida risoluzione extragiudiziale di eventuali controversie.

La gestione delle procedure di conciliazione è affidata ai Co.Re.Com. (Comitati Regionali per le Comunicazioni), gli organi funzionali dell'Agcom operanti in ambito regionale che hanno l'obiettivo di garantire lo svolgimento delle funzioni di governo, garanzia e controllo sul sistema delle comunicazioni proprie dell'Agcom su tutto il territorio nazionale.
Le parti partecipano al procedimento di conciliazione alla presenza di un funzionario in qualità di conciliatore e il verbale di accordo che viene redatto ha valore di titolo esecutivo.

A partire da luglio 2018 è possibile fruire della procedura di conciliazione tramite la piattaforma "ConciliaWeb", accessibile alla pagina **http://conciliaweb.agcom.it**, che semplifica la procedura di presentazione delle istanze e non richiede la presenza fisica degli utenti nelle sedi di conciliazione. A partire da marzo 2021 sono state introdotte delle modifiche procedurali per l'accesso alla piattaforma, rendendo maggiormente definite le regole di accesso. In particolare, tutti gli utenti devono registrarsi utilizzando esclusivamente SPID o CIE; inoltre, le categorie di soggetti accreditati ammessi a rappresentare gli utenti sono solamente avvocati iscritti all'albo o associazioni di consumatori iscritte al Consiglio Nazionale dei Consumatori e degli Utenti (CNCU).
A seguito di tali modifiche procedurali si è registrato un forte calo delle istanze presentate. Infatti, nel 2021 sono state ricevute tramite Co.Re.Com. circa 9.300 domande di conciliazione, in diminuzione del 20% rispetto al 2020; il 14,5% del totale delle istanze presentate nel 2021 e discusse si sono concluse con un verbale di mancato accordo.
In alternativa alla gestione delle domande di conciliazione tramite ConciliaWeb, i clienti possono adire la procedura di conciliazione paritetica con il tramite delle associazioni di consumatori firmatarie del relativo Protocollo con Fastweb, il cui elenco è pubblicato sul sito Fastweb.
L'adesione alla procedura da parte dei consumatori e il raggiungimento di un accordo positivo sono agevolati dalla presenza di un Organo Paritetico di Garanzia Unitario, che valuta la rispondenza delle procedure di negoziazione paritetica, e di un Protocollo per la procedura di conciliazione unico per tutte le società di telecomunicazioni.
I clienti Fastweb possono rivolgersi alle Associazioni firmatarie, tramite le quali sono legittimati ad aderire alla procedura ADR, solamente nel caso in cui il loro reclamo non abbia ricevuto un riscontro entro il termine di 45 giorni oppure nel caso in cui i clienti non si ritengano soddisfatti della risposta ricevuta. I due canali per inoltrare la domanda sono attraverso un portale dedicato (disponibile al sito: http://www.fastweb.it/corporate/governance/conciliazioni-e-associazioni-consumatori/) che permette di gestire la pratica direttamente on line, oppure scrivendo direttamente alla Segreteria di Conciliazione tramite Raccomandata A/R o tramite mail all'indirizzo adrfastweb@pec.fastweb.it. Le richieste vengono poi veicolate sul portale dedicato attraverso un Conciliatore individuato dalla Segreteria di Conciliazione stessa con criterio di turnazione. Le singole domande, quindi, vengono valutate da una Commissione di Conciliazione Paritetica, composta da un Conciliatore Fastweb e da un Conciliatore dell'Associazione scelta.

Nel 2021 sono state ricevute presso la Segreteria di Conciliazione 959 domande da parte delle Associazioni Consumatori. A fronte delle verifiche di ammissibilità effettuate, sono state gestite complessivamente 1.093 pratiche di conciliazione, di cui 161 pervenute nel 2020 e 932 nel 2021. Nel 76% dei casi (830 pratiche) esse si sono concluse con un verbale positivo, ossia con una piena soddisfazione da parte del cliente. Poco meno del 4% delle pratiche attivate si è invece conclusa senza il raggiungimento di un accordo, mentre la restante parte è ancora in gestione e verrà conclusa nel corso del 2022.

4.3

WORKING SMART(ER): LA PERSONA AL CENTRO

"**Care**" è uno dei valori di Fastweb che ha guidato le scelte dell'azienda nel corso degli ultimi anni, ancor di più da quando lo scoppio della pandemia ha imposto un ripensamento dell'organizzazione del lavoro. Fastweb è rimasta vicino alle sue persone anche dopo il periodo iniziale di crisi sanitaria e si è adattata rapidamente al nuovo modo di lavorare e di vivere, adottando un approccio maggiormente improntato alla fiducia e alla responsabilizzazione delle persone.

Fastweb ha dimostrato di essere un'azienda ***Human Centric***, ponendo sempre al primo posto la tutela della salute e sicurezza dei dipendenti e delle loro famiglie, e mettendo in campo tanta energia anche per sostenere le persone nel mantenimento del benessere fisico e psicologico, e per garantire la prosecuzione dei loro percorsi di crescita e di sviluppo personale e professionale.

2.840	**dipendenti (+2,3%)**
100%	**abilitati allo smartworking tutti i giorni della settimana**
136	**nuove assunzioni**
51.084	**ore di formazione erogate**

FASTWEB GREAT PLACE TO WORK

Nel corso del 2021, per la prima volta Fastweb ha partecipato all'indagine Great Place to Work, con l'obiettivo di misurarsi rispetto a parametri esterni e indipendenti in merito alla gestione del workplace.
Great Place to Work è una società di ricerca, tecnologia e consulenza che analizza gli ambienti di lavoro misurando le opinioni dei collaboratori e la *employee experience.* La società rilascia la Certificazione *Great Place to Work®*, che consente di essere riconosciuti come un ambiente di lavoro di qualità, e pubblica annualmente una classifica dei migliori posti di lavoro in Italia, in Europa e nel mondo. La Certificazione di Great Place to Work conferisce un riconoscimento rispetto a determinati parametri nella gestione aziendale delle risorse umane, identificando i migliori datori di lavoro in Italia.
Il processo di partecipazione all'iniziativa ha comportato la compilazione di un questionario anonimo da parte dei dipendenti: i rispondenti sono stati pari al 75% e hanno riportato un ampio apprezzamento per il clima di lavoro interno. Infatti il 90% dei rispondenti ha risposto positivamente all'affermazione "Fastweb è un eccellente luogo di lavoro". Il processo di certificazione ha previsto inoltre attività di verifica dei documenti aziendali, dei processi gestionali, delle comunicazioni interne ed esterne. A esito del processo di valutazione e verifica, Fastweb ha raggiunto i requisiti per ricevere la Certificazione di *Great Place To Work®* Italia.

4.3.1
WORKING SMART(ER): OLTRE LO SMART WORKING

"**Working smart(er)**" è la formula implementata da Fastweb nel 2020 che sancisce la definizione di un nuovo stile di management basato non sul controllo ma sulla fiducia, e che prevede che tutti i dipendenti possano lavorare indifferentemente dall'ufficio, da casa o da qualunque luogo sia più funzionale allo svolgimento delle attività richieste, in base alle proprie necessità. Questo modello rovescia i vecchi schemi lavorativi, sostituisce la responsabilità dei tanti al controllo dei pochi e **riconsegna alla libertà dell'individuo la scelta** di dove e come lavorare, per raggiungere i propri obiettivi in modo sempre più efficace e ottimizzare così l'equilibrio tra vita privata e lavorativa.

"Working smart(er)" è il risultato di un percorso avviato da anni: Fastweb è stata tra le prime aziende in Italia ad introdurre nel 2015 lo *smart working*, sin dall'inizio esteso a quasi tutte le categorie lavorative e fruibile 4 volte al mese. La situazione emergenziale e la volontà di garantire la massima tutela della salute a tutti i dipendenti hanno portato, sin dall'inizio di marzo 2020, a estendere a tutta la popolazione aziendale la possibilità di lavorare in *smart working* tutti i giorni della settimana.

Tale possibilità è stata mantenuta per tutti fino al 30 giugno 2022, grazie al **nuovo accordo sperimentale di *smart working***, in questo modo confermando il nuovo approccio e continuando a tutelare la salute dei dipendenti Fastweb. L'accordo conferma per il 100% della popolazione aziendale la possibilità di ricorrere allo strumento dello *smart working* in completa flessibilità e autonomia, per tutti i giorni lavorativi, scegliendo ogni giorno se recarsi in ufficio o lavorare da remoto, in accordo con il proprio responsabile.

A ulteriore conferma della volontà di adottare un modello di lavoro fondato sulla fiducia e sulla misurazione dei risultati, Fastweb nel 2021 ha eliminato la timbratura del cartellino, sia in ingresso che in uscita, per tutti i dipendenti. Secondo questo nuovo approccio, la presenza dei dipendenti è registrata in automatico, mentre viene affidato alla responsabilità di ciascuno il compito di inserire eventuali scostamenti (assenze per malattia, ferie, ecc.).

Il modello "Working smart(er)" non trascura la necessità di garantire la separazione tra vita privata e lavorativa: all'interno dell'accordo è stato pertanto introdotto e regolato il "**diritto alla disconnessione**", non definito sulla base di orari ma sulla base della responsabilità individuale.

Coerentemente alla cultura di ascolto delle persone, Fastweb intende proseguire questa visione anche dopo la situazione emergenziale attraverso una naturale evoluzione dell'approccio in **NeXXt Working Smart(er)**: circa 200 dipendenti sono stati coinvolti al fine di condividere riflessioni in merito alle nuove esigenze del modello di lavoro ibrido che contraddistinguerà il futuro. Fastweb intende quindi portare avanti una riorganizzazione del lavoro, orientandosi verso un modello ibrido, all'insegna della flessibilità, della responsabilità e di una nuova leadership che predilige le condizioni di benessere dei lavoratori e la focalizzazione ai risultati rispetto a un approccio tradizionale e di controllo. In quest'ottica l'ufficio diventa una risorsa per i dipendenti che hanno la possibilità di frequentare gli spazi comuni, parte dell'identità aziendale e che incoraggiano la socialità e la creatività.

"Il futuro non sarà senza ufficio, ma si imporrà un modello ibrido, che non potrà più fare a meno della flessibilità, della responsabilità e di una nuova leadership che si dovrà costruire, più rivolta al "care" che al controllo. Prevale la cura delle persone. Il responsabile del team dovrà sempre più essere attento alla condizione di chi lavora con lui"
(Matteo Melchiorri, Chief Human Capital Officer).

4.3.2

L'ASCOLTO, L'ENGAGEMENT E IL DIALOGO, DENTRO E FUORI DALL'AZIENDA

Negli anni Fastweb ha continuato a investire per rafforzare i canali e le modalità di comunicazione con i dipendenti creando sempre più occasioni di coinvolgimento e incontro, anche avvalendosi del potenziale delle nuove tecnologie.

L'**intranet aziendale Agorà** rappresenta il punto di incontro tra l'azienda e i dipendenti: un canale di comunicazione, accessibile sia tramite computer che tramite smartphone con l'applicazione "AgorApp", che consente una comunicazione a due vie: da un lato rende possibile la divulgazione dei principali progetti aziendali e dall'altro permette a tutti i dipendenti di esprimere la propria opinione, rispondendo a sondaggi e aderendo alle iniziative lanciate nel corso dell'anno confermandosi come potente strumento per mantenere un costante canale di ascolto con i dipendenti.

Anche nel 2021 è proseguito il programma **"Connessioni digital edition",** un format digitale che prevede interventi virtuali da parte di relatori autorevoli che affrontano tematiche sempre stimolanti e appassionanti, con l'intento di diffondere stimoli culturali e condividere riflessioni e chiavi di lettura diverse per vivere la nuova condizione lavorativa e di vita privata.

Nei primi mesi dell'anno il programma è stato declinato in "**L'arte che guarda il domani**", una serie di appuntamenti video che hanno avuto per protagonisti artisti che anticipano un futuro con nuove pratiche e nuove forme di espressività. Il programma è stato poi ulteriormente arricchito con la creazione di un filone completamente nuovo, "**Il futuro nella storia**", in collaborazione con Oltheatre, dedicato a mantenere viva la funzione culturale del teatro con 5 storie di grandi personaggi, precursori del loro tempo e in grado di ispirare ancora oggi le nuove generazioni con la loro visione del futuro. Il *format*, tramite divulgazioni sui canali ufficiali di YouTube, Facebook e Linkedin, ha potuto raggiungere un pubblico molto vasto con più di 37.000 spettatori collegati in modalità digitale e oltre 2,5 milioni di persone raggiunte sui social.

Grazie a questa iniziativa Fastweb, da sempre protagonista dell'innovazione, intende continuare a promuovere l'arte come espressione del domani attraverso la tecnologia e il digitale, divulgando storie di grandi personaggi in grado di ispirare le nuove generazioni con la loro visione del futuro e ampliando i mezzi a disposizione della creatività e dell'espressività, grazie a una nuova modalità con cui esprimere il talento e mantenere viva la funzione culturale del teatro, anche in questo difficile periodo storico.

I contenuti pensati per le persone di Fastweb sono stati messi a disposizione anche all'esterno dell'organizzazione, attraverso la pubblicazione online, confermando la volontà di rafforzare la connessione tra interno ed esterno e di contribuire al sostegno e alla crescita della collettività.

Con il fine di replicare dei momenti di relazione tra colleghi, nel corso del 2021 si è svolta la prima iniziativa di **Random Coffee**, una modalità digitale per ricostruire l'occasione dell'incontro casuale e informale alla macchinetta del caffè. Tramite l'impiego di un algoritmo, con cadenza settimanale, sono state messe in connessione 3 persone di sedi o team diversi per invitarle su base volontaria a incontrarsi virtualmente per un caffè tra loro. Il progetto ha previsto anche anche momenti di *random caffè* con l'Amministratore Delegato. Alcuni dei suggerimenti emersi durante queste attività di engagement hanno già portato alla realizzazione di iniziative concrete e molti altri sono in fase di studio per future attuazioni.

Nel 2021 si è svolto inoltre un evento con un formato completamente nuovo e dedicato alle persone di Fastweb: "**FastivalBar**". Un momento di spettacolo che ha visto l'Amministratore Delegato come conduttore e diversi dipendenti come protagonisti, che si sono esibiti sul palco con una loro passione personale durante un *live show* che ha visto la rappresentazione di molte passioni, tra cui quelle di musicisti, cantanti, attori, danzatori, cuochi, appassionati di sport, creatori di documentari.

Fastweb con tali iniziative intende perseguire un modello di ascolto e di engagement in grado di creare nuove forme di relazione tra le persone, supportando la nascita di nuovi modelli di interazioni di valore tra le persone che da lungo tempo vivono e lavorano a distanza.

Come ogni anno, anche nel 2021 si è svolto il **Vision Meeting**, incontro realizzato in modalità virtuale per la maggior parte dei dipendenti, che ha l'obiettivo di presentare i risultati di Fastweb dell'anno in corso e di anticipare le grandi novità per l'anno a venire. Nel rispetto delle norme

di sicurezza anticontagio Covid-19, oltre al collegamento in streaming l'evento ha visto la partecipazione di circa duecento persone che hanno potuto assistere al Vision Meeting in prima persona: in linea con lo spirito inclusivo di Fastweb, i dipendenti invitati sono tutti i nuovi assunti a partire da gennaio 2020, ovvero persone entrate in azienda in piena emergenza sanitaria, che hanno vissuto l'esperienza lavorativa principalmente da remoto e che non avevano mai avuto la possibilità di partecipare a questo evento aziendale.

LA REPUTATION SURVEY

Nel corso del 2021 tutta la popolazione aziendale di Fastweb è stata coinvolta nel sondaggio periodico di ascolto delle aspettative dei dipendenti: la *Reputation Survey*, condotta da *RepTrack*.
Si tratta di un questionario anonimo e volontario volto a raccogliere le valutazioni dei dipendenti in merito alle 7 aree di indagine della *Reputation* (vedi par. 4.2) e a due ulteriori aree relative alla comunicazione all'interno di Fastweb e alla connessione con la Strategia.

In continuità con l'edizione del 2020, la survey, che ha avuto un tasso di *redemption* pari al 86%, ha evidenziato risultati altamente positivi su tutte le aree di indagine, con un aumento dell'apprezzamento complessivo (+5,0 punti) e dell'allineamento strategico (+4,1 punti). L'ulteriore aumento avvenuto nel 2021 consolida quindi la posizione dell'azienda in una fascia alta relativamente sia alla reputazione, con un punteggio di 95,2 corrispondente alla categoria più alta *"Excellent"*, sia all'allineamento strategico, con un punteggio di 88,2 corrispondente alla seconda categoria più alta "*Maintain*". Sono stati registrati circa 3.000 commenti nelle risposte a campo libero, confermando la forte voglia di partecipazione. I dipendenti di Fastweb continuano così a mostrarsi forti ambassador dell'azienda e dimostrano una grande consapevolezza e condivisione delle strategie aziendali, sentendosene protagonisti nel proprio lavoro quotidiano.

4.3.3
UN WELFARE INNOVATIVO COSTRUITO SULL'ASCOLTO DEI DIPENDENTI

Welfare@Fastweb è il modello di welfare aziendale, introdotto nel 2014, volto a promuovere il benessere dei dipendenti non solo in ufficio, ma anche nel contesto familiare. Il modello, orientato a offrire maggiore flessibilità nella conciliazione vita-lavoro e un supporto economico concreto, con particolare attenzione alla salute, alla prevenzione e alle esigenze della famiglia, viene gestito con un approccio incrementale e di continuità nell'offerta, che lo rende sempre ricco di servizi.

Un assessment effettuato nel 2020 da Mercer, società di consulenza leader sui temi del capitale umano, ha confermato la competitività del pacchetto di welfare offerto da Fastweb: l'offerta benefit di Fastweb risulta molto ampia e diversificata e raggiunge tutte le categorie di dipendenti.

L'indagine effettuata da Great Place to Work ha evidenziato come i dipendenti Fastweb valutino che l'azienda offra benefit particolari e incoraggi a ricercare attivamente un buon equilibrio vita privata/lavoro.

Nel 2021 la strategia di welfare ha confermato tutte le numerose iniziative già presenti e arricchito ulteriormente il suo portafoglio con nuove offerte dedicate al benessere delle persone e delle loro famiglie, anche a fronte delle nuove esigenze emerse nell'ambito dell'emergenza da Covid-19.
Le iniziative sono comunicate a tutta la popolazione aziendale tramite la intranet Agorà e rese disponibili sul portale dedicato Fast for me. Con l'obiettivo di dare sostegno alle persone sia nel quotidiano che nelle occasioni di particolare difficoltà e permettere a tutti di sentirsi supportati nella costruzione del proprio *Wellbeing*, sia presente che futuro, tutte le richieste pervenute da dipendenti Fastweb sono state accolte e soddisfatte. In ottica di collaborazione sono state inoltre condivise con 7Layers alcune iniziative welfare come la partecipazione all'attività sportiva e la condivisione delle convenzioni aziendali, utili per accedere a scontistiche e promozioni riservate.

Sul piano della tutela della salute e del benessere personale, è stato rinnovato anche per il 2021 il servizio **DOC24: un'assistenza medica qualificata, fruibile a distanza, 24 ore su 24 e 7 giorni su 7**, per rispondere sia a richieste "standard", sia a richieste strettamente correlate all'emergenza sanitaria. In aggiunta a DOC24, viene rinnovato anche per il 2021 gratuitamente per tutti i dipendenti Fastweb un **pacchetto assicurativo** per i rischi vita, infortuni professionali ed extraprofessionali, invalidità da malattia, e che prevede anche una copertura assicurativa gratuita per indennità **in caso di ricovero causato da infezione Covid-19**, indennità da convalescenza e un pacchetto di assistenza post ricovero. Fastweb fornisce per il secondo anno consecutivo la possibilità di usufruire di un servizio di **consulenza psicologica** gratuita, gestita da professionisti esterni, in modo da garantire la massima riservatezza.

Oltre a un supporto psicologico personale, ai dipendenti viene data la possibilità di usufruire di un servizio di consulenza pedagogica, gratuita e online, per gestire con successo le difficoltà nella crescita dei figli e dare un supporto ulteriore anche nell'affrontare la complessa situazione di emergenza sanitaria e delle continue restrizioni che coinvolgono anche bambini e adolescenti.

Per arricchire le iniziative a **supporto della genitorialità**, nel 2021 è stato proposto anche un percorso di webinar online, "SOS genitori", che ha previsto una serie di incontri con un pool di esperti e momenti *live* di confronto con altre aziende, al fine di supportare tutti i dipendenti nella gestione di diverse tematiche inerenti al rapporto genitori-figli, dalla gestione della famiglia e del cambiamento, al supporto ai ragazzi affinché vivano gli errori come opportunità di crescita.

Nel 2021 è stato inoltre introdotto per la prima volta il **voucher *Babysitting***, rivolto alla fascia dei più piccoli 0-10 anni. Si tratta di voucher gratuiti di 10 ore ciascuno di servizio babysitting gestito da personale altamente qualificato, fruibili una volta nel corso dell'anno da ciascun dipendente che ne faccia richiesta.
Un'altra importante iniziativa lanciata nel 2021 è quella rivolta ai *Caregiver,* ossia tutte quelle persone che si prendono cura ogni giorno di familiari non autosufficienti, come persone anziane o con disabilità.

Il programma ***We Care*** fornisce un servizio di consulenza telefonica completamente gratuito con operatori specializzati che ascoltano le necessità e le esigenze del *caregiver,* ne analizzano la situazione e infine propongono i servizi più appropriati alle peculiarità del contesto fornendo un eventuale supporto nella loro attivazione.
A supporto di questo progetto, si offre anche un **progetto formativo** per i *caregiver* mirato a sensibilizzare le persone sulla natura e sul ruolo del *Caregiver*, creando maggiore consapevolezza sugli strumenti e sui servizi disponibili, aumentando le competenze trasversali e favorirendo il benessere nella conciliazione vita-lavoro e nella vita di tutti i giorni.
Un supporto formativo è stato fornito anche al team HR per consentire loro di acquisire gli strumenti necessari per gestire al meglio le esigenze specifiche dei caregiver presenti in azienda.

SERVIZI PER IL FAMILIARE IN DIFFICOLTÀ

ASSISTENZA AL FAMILIARE IN CASA

Tutto l'aiuto che ti serve per organizzare al meglio l'assistenza di un tuo familiare dentro le mura domestiche, in ogni situazione

RICERCA E SELEZIONE BADANTE
- Ricerca badante
- Assistenza amministrativa
- Somministrazione lavoro domestico
- Servizi di sollievo

TRASPORTO E AUSILI
- Trasporto anziani e disabili
- Ausili e telecontrollo

PROFESSIONISTA A DOMICILIO
- Assistenza domiciliare (SAD)
- Educatore professionale
- Infermiere
- Fisioterapista
- Logopedista

ASSISTENZA FAMILIARE FUORI CASA

Le soluzioni per alleggerire il tuo carico quotidiano quando la situazione diventa ingestibile oppure semplicemente quando vuoi prenderti una pausa.

STRUTTURE RESIDENZIALI (RSA)
- Strutture residenziali per accogliere persone anziane o disabili non più assistibili a domicilio

SOGGIORNI CLIMATICI
- Periodi di vacanza, in località climatiche (marine, montane e termali) per anziani che hanno difficoltà alla programmazione autonoma

CENTRI DIURNI
- Strutture che offrono servizi di diversa natura (dai pasti alle attività creative), per 6\7 ore al giorno, a persone disabili e anziani non facilmente gestibili in casa, ma che ancora non necessitano un inserimento definitivo in struttura

SERVIZI DI SUPPORTO - PER TE

ASSISTENZA AL CAREGIVER

Se sei un caregiver il primo di cui prenderti cura sei tu. Dalle informazioni di carattere economico ai corsi di formazione al supporto psicologico, qui trovi tutto quello che ti serve per essere un caregiver più sereno.

INFORMAZIONE E SUPPORTO
- Informazioni su aiuti economici
- Supporto legale e amministrazione di sostegno
- Supporto psicologico
- Mediazione familiare
- Gruppi mutuo aiuto
- Formazione al caregiver

HAI UN COLLEGA A CUI PENSI CHE WE CARE POSSA SERVIRE?

Parla con lui e raccontagli del servizio: il passaparola è molto importante in questi casi.

A sostegno dell'istruzione, nel 2021 è stato confermato e arricchito il programma **Fastweb Edu**, realizzato per sostenere i figli e le famiglie dei dipendenti Fastweb nel percorso di sviluppo delle competenze per il futuro.

Anche quest'anno il programma si è svolto in maniera totalmente digitale, prevedendo **consulenze per i disturbi dell'apprendimento,** DSA e BES, **corsi collettivi di potenziamento di matematica** per elementari e medie, aiuto compiti e corsi di recupero.
Il progetto **Push to Open Junior** è proseguito per genitori e ragazzi di 2° e 3° media, per affiancarli nella scelta della scuola superiore. Viene inoltre offerta la possibilità di seguire gratuitamente corsi di latino e greco e di ottenere certificazioni di lingua inglese.
Il programma include anche **iniziative specifiche** per la preparazione dei ragazzi ai **test di ammissione** ai Politecnici, nonché agli Alpha Test per l'ammissione alle Università Bocconi e Università Cattolica del Sacro Cuore, oltre a numerose **università** statali.

Fastweb Edu quest'anno ha ampliato la sua offerta e ha premiato il merito attraverso l'erogazione di **16 borse di studio per studenti meritevoli**, più che triplicando il valore del 2020. Le borse di studio sono state assegnate ai ragazzi durante un momento simbolico di celebrazione, creando anche un video nel quale i ragazzi hanno raccontato direttamente la loro esperienza e hanno ricevuto i complimenti dell'Amministratore Delegato. Oltre alle borse di studio basate sul merito scolastico, dal 2021 è attiva l'erogazione di **borse di studio solidali** per i figli dei dipendenti deceduti nel 2020 e 2021, finalizzate a sostenere il percorso di studi dei ragazzi.

FastwebEdu

DESCRIZIONE	7-10 ANNI	11-13 ANNI	14-18 ANNI
Sostegno allo Studio e sviluppo competenze per il futuro	▪ **Lezioni private**, **ripetizioni** e **aiuto compiti** ▪ **Corso** individuale di lingua **inglese** **Corso** collettivo di **potenziamento matematico**	▪ **Lezioni private**, **ripetizioni** e **aiuto compiti** ▪ **Corso** individuale di lingua **inglese** ▪ **Corso** collettivo di **potenziamento matematico** ▪ **Corso** di **latino e greco** ▪ **Corso** di preparazione alle **certificazioni di lingua inglese** ▪ **Borse di studio** per studenti meritevoli	▪ **Lezioni private**, **ripetizioni** e **aiuto compiti** ▪ **Corso** collettivo di **potenziamento matematico** ▪ **Corso** di preparazione alle **certificazioni di lingua inglese** ▪ **Corso** collettivo di preparazione agli **Alpha Test** e di **ammissione ai Politecnici** ▪ Percorso di **orientamento**: test di orientamento, report e coaching ▪ **Borse di studio** per studenti meritevoli
Supporto genitorialità	▪ **Voucher baby-sitting** Bambini da 0 a 10 anni ▪ Pacchetti di **consulenza DSA/BES** ▪ **Supporto psicopedagogico** ▪ **SOS genitori:** percorso online di **supporto**	▪ **Push to Open Junior:** programma di **orientamento alla scelta della scuola superiore** ▪ Pacchetti di **Consulenza DSA/BES** ▪ **Supporto psicopedagogico** ▪ **SOS genitori**: percorso online di **supporto**	▪ Pacchetti di **consulenza di DSA/BES** ▪ **Supporto psicopedagogico** ▪ **SOS genitori**: percorso online di **supporto**

Tutti i servizi saranno disponibili a supporto durante tutto il percorso scolastico 2021-2022

Nell'ambito invece delle iniziative dedicate allo sport, nel 2021 è stato lanciato il programma ***Let's Move***, il nuovo progetto sullo sport aperto e accessibile a tutti, in collaborazione con Sport Senza Frontiere Onlus.

Il programma include allenamenti outdoor gratuiti di *running* e *fit-walking* con trainer specializzati, oltra alla **Digital Welfare Room**, con corsi di Yoga, Core&Balance e Functional Training gratuiti e tenuti da personal trainer professionisti.

Per gli amanti della corsa, *Let's Move* ha previsto la possibilità di partecipare alla Milano Marathon nella formula *Anywhere*, ovvero correndo in qualsiasi luogo tracciando il proprio percorso tramite app dedicata.

Fra le varie attività sportive, anche quest'anno è stata effettuata dal Welfare@Fastweb una donazione a favore dell'iniziativa benefica organizzata da Bikevo *2+MILIONI DI KM*. Si tratta di una simbolica raccolta di km percorsi in bicicletta dal ***Bike Team*** di Fastweb, a supporto delle attività di terapia ricreativa per bambini malati dell'associazione **Dynamo Camp**.

Rinnovate anche le iniziative rivolte agli amanti dello Yoga e del Pilates, attraverso la seconda edizione dello **Yoga Day** di Fastweb, organizzato a Milano e a Bari. L'evento si è svolto all'aperto e in presenza, permettendo alle persone di incontrarsi nuovamente, in sicurezza, e dedicarsi al proprio benessere.

In continuità con gli impegni presi negli anni precedenti, Fastweb, in linea con quanto previsto nell'Accordo Integrativo aziendale, ha confermato anche per il 2021 i **flexible benefit**: un modello senza carichi impositivi e contributivi che prevede la possibilità per i dipendenti che ricevono il Premio di Risultato di convertirlo - tutto o in parte - nell'acquisto di beni e servizi. Fastweb incrementa la quota convertita dal dipendente di un ulteriore 20%. Il credito è spendibile su **Fast for me**, la piattaforma welfare aziendale. L'accordo integrativo aziendale ha introdotto dal 2021 anche la possibilità del cash back, ovvero ricevere in busta paga alla fine dell'anno il credito convertito e non utilizzato.

LE INIZIATIVE DI WELFARE DEL 2021
WELFARE@FASTWEB: LA FELICITÀ CONVIENE!

INIZIATIVE COVID 19
BENEFICIARI: TUTTI I DIPENDENTI

- Assicurazione per indennità in caso infezione da COVID 19, per ricovero, assistenza post ricovero e convalescenza
- Assistenza sanitaria H24, 7 giorni su 7, con DOC24
- Supporto psicologico
- Consulenza pedagogica
- Webinar medici "informarci per formarci"

ISTRUZIONE
242 OPPORTUNITÀ FRUITE

- Fastweb EDU
  - Summer camp gratuiti
  - Borse di studio
  - Lavoro con il coach
  - Corso di inglese
  - Consulenza pedagogica
  - Ripetizioni e aiuto compiti
  - Certificazioni lingue straniere
  - Potenziamento matematico
  - Preparazione al test di ingresso per Politecnico
  - Push to open junior
- Libri scolastici, acquisto on line e rateizzazione in busta paga

SERVIZI PER LA FAMIGLIA
158 OPPORTUNITÀ FRUITE

- Voucher baby sitter
- Modulo SOS genitori
- Consulenze DSA
- Servizio e formazione «We Care»

ASSICURAZIONI E SALUTE
BENEFICIARI TUTTI I DIPENDENTI**

- Assicurazione gratuita sulla Vita
- Assicurazione gratuita per invalidità permanente da malattia
- Assicurazioni rischi professionali ed extraprofessionali
- Assicurazione per indennità in caso infezione da COVID 19, per ricovero, assistenza post ricovero e convalescenza
- Piano sanitario aziendale UniSalute*
- Vaccinazioni antinfluenzali

PREVIDENZACOMPLEMENTARE
1.120 ADERENTI

- Previdenza complementare Telemaco*

AGEVOLAZIONI ECONOMICHE
3.089 OPPORTUNITÀ FRUITE

- Flexible Benefit: possibilità di conversione premio di risultato in servizi Welfare
- Assistenza fiscale gratuita in ufficio
- Richieste di anticipo del TFR
- Carta di credito aziendale
- Promo aziendali: offerta dedicata ai dipendenti per fisso, Mobile, Eni
- Convenzioni e sconti per gli acquisti *(adesione non tracciata)*
- Buoni pasto elettronici* *(per tutti i dipendenti)*
- Webinar di accompagnamento per flexible benefit e assistenza fiscale
- Cash back
- Portale Corporate Benefit

CULTURA E TEMPO LIBERO
311 OPPORTUNITÀ FRUITE

- Eventi culturali: biglietti gratuiti per dipendenti e familiari

SPORT
715 OPPORTUNITÀ FRUITE

- Run Happy CREW
- Digital Welfare Room
- Yoga Day
- Dynamo Bike
- Milano Marathon
- Programma «Walking»

MOBILITY
51 OPPORTUNITÀ FRUITE

- Trasporto pubblico locale: sconti, rateizzazione in busta paga e consegna in ufficio

CONCILIAZIONE VITA-LAVORO
BENEFICIARI: TUTTI I DIPENDENTI

- Smartworking*
- Flessibilità oraria*
- Permessi genitori*
- Part-time a tempo determinato fino al 7 anno di età dei figli dei dipendenti*
- Possibilità di smonetizzazione festività coincidenti con la domenica*
- Fruizione ferie mezza giornata*
- Servizi in ufficio: ricezione pacchi personalie maggiordomo online
- Permessi visita medica
- Permessi DSA

* derivanti da CCNL e/o accordi sindacali / ** Dipendenti assunti a tempo indeterminato

Tutte le iniziative sono rivolte a Impiegati e Quadri

4.3.4
TUTELARE LA SALUTE PER TUTELARE IL CAPITALE UMANO

Al fine di analizzare le necessità e i bisogni welfare dei dipendenti Fastweb under 35, è stata realizzata una survey condotta con il supporto dell'Università Cattolica di Milano e di Jointly, fornitore welfare di riferimento. Il tasso di risposta alla survey è stato molto soddisfacente e pari al 69%, con un livello medio di gradimento dei servizi offerti pari a 3,84 su una scala da 1 a 5. Dalla survey sono emersi ambiti specifici che richiedono interventi ed azioni puntuali per il target analizzato, che saranno approfonditi ed eventualmente implementati nei prossimi anni.

Fastweb lavora costantemente al rinnovamento della propria strategia di *wellbeing*, al fine di rendere l'esperienza di welfare sempre più semplice e immediata e arricchire il panel dei servizi offerti, anche attraverso l'utilizzo dell'**Intelligenza Artificiale e dei data analytics**.

Per diffondere tra la popolazione aziendale una sempre maggior consapevolezza e chiara conoscenza dei vantaggi economici e delle opportunità messe a disposizione in ambito *wellbeing*, nel 2022 verrà lanciato il progetto di rebranding del welfare.
I nuovi pillar strategici si concentreranno infatti su: vicinanza, partecipazione e innovazione, per un *wellbeing* che anticipa le esigenze e aiuta a costruire con fiducia il proprio futuro.

Fin dall'inizio della pandemia, la volontà dell'azienda è sempre stata quella di mettere al centro le persone e le loro esigenze, informare e dare indicazioni chiare sui comportamenti da seguire, oltre a fornire supporto nelle difficoltà. Nel corso del 2021, Fastweb ha proseguito e arricchito le misure di prevenzione, di tutela e di cura delle persone, non solo adattando le modalità di lavoro alle disposizioni ministeriali per l'emergenza sanitaria, ma andando anche oltre al fine di tutelare al meglio la salute delle proprie persone, dei loro familiari e dei loro cari.
La struttura di ***Health & Safety*** aziendale, presieduta dal Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP), monitora costantemente l'evolversi della situazione e definisce di volta in volta le disposizioni e le linee guida necessarie per tutelare al meglio la salute dei dipendenti.

Health & Safety definisce le policy e le linee guida aziendali necessarie a garantire il rispetto della normativa vigente in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, ne analizza e ne valuta i rischi per i lavoratori e definisce una gerarchia dei controlli e delle azioni di miglioramento da porre in atto per ridurne l'entità. Si occupa inoltre di garantire la sorveglianza sanitaria per tutti i lavoratori e di individuare le misure opportune alla gestione delle emergenze, assicurando l'erogazione della formazione obbligatoria in materia di *safety* e, in generale, realizzando interventi di prevenzione e protezione dai rischi finalizzati al continuo miglioramento delle condizioni di salute e sicurezza dei lavoratori. Le persone che fanno parte del team *Health & Safety* ricevono una formazione specifica e hanno competenze certificate per svolgere il loro ruolo e garantire la qualità dei processi gestiti.
Tutta la popolazione aziendale di Fastweb è rappresentata all'interno dei comitati di salute e sicurezza dagli RLS (Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza), 19 dipendenti distribuiti su tutte le sedi e gli uffici, che si riuniscono con cadenza almeno annuale. Gli RLS collaborano con il Servizio di Prevenzione e Protezione e con gli ASPP (Addetti al Servizio di Prevenzione e Protezione) in merito agli aspetti di salute e sicurezza presso i siti Fastweb (sedi uffici, negozi, locali tecnologici) distribuiti nell'area territoriale di competenza.
Fastweb ha provveduto a nominare un Medico Coordinatore e uno staff di medici competenti per ogni sede, i quali effettuano, almeno una volta l'anno, un sopralluogo dei luoghi di lavoro, contribuendo all'identificazione e all'eliminazione dei pericoli e alla minimizzazione dei rischi. L'accesso dei lavoratori ai servizi di medicina del lavoro è garantito durante l'orario di lavoro, presso le sedi uffici o presso le sedi del Centro di medicina del lavoro di riferimento in base alle specifiche esigenze. Anche 7Layers, oltre a rispettare tutti gli obblighi vigenti in materia di salute e sicurezza, ha messo il servizio DOC24 a disposizione di tutti i propri dipendenti.

Tutte le azioni di *Care*, realizzate nel 2020 per contenere il contagio da Covid-19 e per fornire supporto ai dipendenti durante il momento difficile della pandemia, sono state confermate anche per il 2021 e si sono evolute costantemente in funzione delle diverse fasi della situazione emergenziale.

Ad aprile 2021 Fastweb ha aggiornato il Protocollo aziendale di sicurezza anticontagio definito l'anno precedente: il nuovo protocollo ha chiarito alcuni concetti chiave ed è stato riformulato adottando il linguaggio del nuovo DPCM di riferimento, in modo tale da allineare i contenuti alla normativa cogente. Anticipando i provvedimenti legislativi e per fare fronte alle necessità dell'azienda, Fastweb aveva già messo in atto diverse azioni, come ad esempio la mappatura dei soggetti fragili presenti in azienda, il ruolo del Medico Competente Coordinatore, le modalità di screening e il sistema di utilizzo delle mascherine al chiuso e all'aperto.
In aggiunta, il nuovo protocollo include un addendum, che fornisce indicazioni precise relativamente all'obbligatorietà e al controllo del Green Pass per i dipendenti e per chiunque abbia accesso alle sedi.
Con l'obiettivo di rispondere alle esigenze concrete dell'azienda e dei dipendenti, nell'arco del 2021 il team *Health & Safety* ha realizzato un ulteriore aggiornamento del Protocollo aziendale di sicurezza anticontagio: il documento presenta misure orientate al futuro in un'ottica di ripartenza, riprogettando la disposizione degli spazi all'interno dei negozi al fine di facilitare l'accoglienza dei clienti, e agendo su più efficaci disposizioni e capienze degli uffici.

Già dal 2020, l'azienda ha istituito un comitato specifico per affrontare la situazione pandemica, costituito da delegati del datore di lavoro, dirigenti, RSPP, RLS, Medico Competente Coordinatore e Rappresentanti delle organizzazioni sindacali, con il compito di valutare l'applicazione in azienda, di verificare e all'occorrenza aggiornare le regole stabilite dal Protocollo di sicurezza anticontagio.
Il modello organizzativo per la gestione degli aspetti di salute e sicurezza è un sistema volontario, certificato in accordo con lo standard internazionale ISO 45001, applicato a tutti i lavoratori per tutte le attività e luoghi di Fastweb ed è stato opportunamente aggiornato per una efficace gestione della pandemia. A partire dal 2021, oltre a Fastweb S.p.A., il sistema di gestione è stato esteso anche a Fastweb Air S.r.l., coinvolgendo l'azienda sia attraverso idonee verifiche interne, che durante gli audit da parte di un Ente di certificazione esterno.

Per tutelare la salute e la sicurezza e rispondere alle esigenze delle sue persone e dei loro familiari, come già menzionato, Fastweb ha prorogato per tutta la popolazione aziendale la modalità di lavoro in ***smart working*** fino a giugno 2022.

Con la completa adesione alla modalità di lavoro in *smart working*, nel 2021 Fastweb ha intrapreso una valutazione del rischio di stress lavoro-correlato al fine di valutare lo stato di salute delle persone in seguito all'adozione della nuova modalità di lavoro. Per i dipendenti invece attivi nei luoghi di lavoro dell'azienda, Fastweb continua a provvedere alla distribuzione a tutti i dipendenti di un kit di Dispositivi di Protezione Individuale (DPI) contenente mascherine e mette a disposizione di tutti i dipendenti prodotti sanificanti per le mani e per le superfici.

Per rispondere ai dubbi delle persone sui continui cambiamenti a livello normativo e comportamentale per contenere la diffusione del virus, tutti i dipendenti hanno accesso sulla intranet aziendale ad alcune **FAQ** (domande ricorrenti) che raccolgono una lista di informazioni pratiche utili sia nella vita lavorativa, sia in quella personale, focalizzate su tematiche relative al nuovo modo di vivere imposto dalla pandemia. Con l'obiettivo di facilitare la comprensione delle norme di comportamento e diffondere le buone pratiche a tutta la popolazione aziendale, nel 2021 è stata inoltre lanciata la "***Covid Newtiquette***", una linea guida che esplicita maggiormente nel dettaglio e in maniera concreta le regole definite all'interno dell'informativa FAQ e che viene continuamente aggiornata, inviando notifica a tutti i dipendenti tramite l'intranet aziendale Agorà.
In particolare, ad ottobre 2021, in occasione dell'introduzione del Green Pass, è stato pubblicato un nuovo aggiornamento della *Covid Newtiquette* al fine di delineare le nuove regole di comportamento per accedere alle sedi Fastweb.
Un ulteriore strumento dedicato ai dipendenti è l'***Employee Journey***, ossia l'insieme di regole che tutta la popolazione Fastweb è tenuta a osservare nelle sedi uffici e nei negozi. Tale documento è stato aggiornato nel 2021, e riporta informazioni utili: modalità di accesso agli spazi Fastweb, organizzazione delle giornate lavorative in sede, gestione degli spostamenti necessari, gestione di ospiti, visitatori e fornitori, compilazione della documentazione obbligatoria per la gestione del ritiro del kit DPI e la corretta gestione della raccolta differenziata dei DPI usati.

Fastweb, inoltre, dispone di un'informativa rivolta al personale esterno dove sono descritti tutti i presidi di salute e sicurezza da rispettare per un eventuale accesso agli spazi Fastweb. Nel 2021, con l'avvento della normativa sul Green Pass, è stata inviata una comunicazione a tutti i fornitori per sollecitare il rispetto dell'obbligo, per chiunque svolga un'attività lavorativa nel settore privato, di possedere ed esibire il Green Pass per accedere ai luoghi di lavoro.

Tutte le informazioni utili per i dipendenti relativi all'emergenza Covid-19 sono state raccolte in una sezione dedicata all'interno dell'Intranet aziendale Agorà.
Per garantire un rientro presso le sedi uffici e i negozi nella massima sicurezza è stato istituito, già dal 2020, un presidio infermieristico che, su richiesta, offre a titolo completamente gratuito la possibilità di effettuare tamponi naso-faringei ai dipendenti. Inoltre, nel corso del 2021, a fronte dell'aggiornamento dell'*assessment* di conformità legale rispetto a quanto stabilito dai Protocolli di sicurezza nazionali, dai decreti nazionali e dalle ordinanze regionali in materia di emergenza Coronavirus, sono state introdotte verifiche e sopralluoghi sia presso le sedi, sia presso i negozi con dipendenti Fastweb e con personale somministrato.

I casi di contagio e potenziale contagio sono stati sempre attentamente monitorati e seguiti durante tutto il periodo di pandemia. L'azienda ha gestito complessivamente 351 segnalazioni di sospetti contagi e ha registrato 149 casi positivi. Nessuno dei casi positivi è risultato essere potenziale infortunio sul lavoro.

In ottica di sensibilizzazione, anche nel 2021 Fastweb ha previsto diverse occasioni di carattere divulgativo e informativo, attraverso webinar e incontri online, per trattare aspetti di prevenzione e dare indicazioni chiare ed esaustive sulle norme di comportamento da adottare. In particolare, sono stati organizzati **4 webinar** ad accesso libero e gratuito, relativi a *Vaccinazione Covid e prevenzione*, *Come affrontare e gestire le paure del momento*, *Extra-Covid: la salute oltre al covid e Focus scuola e test di laboratorio*. Anche per il 2021, l'azienda ha proseguito la campagna vaccinale mettendo a disposizione i vaccini antinfluenzali in modo gratuito per i dipendenti e a condizioni agevolate per i loro familiari, registrando un numero di 518 adesioni. Oltre ai vaccini antinfluenzali, Fastweb, in ottemperanza al "Protocollo nazionale per la realizzazione dei piani aziendali finalizzati all'attivazione di punti straordinari di vaccinazione anti SARS-CoV-2 nei luoghi di lavoro" ha lanciato anche la campagna vaccinale Covid-19. L'iniziativa ha registrato molteplici adesioni non solo da parte dei dipendenti ma anche dai loro familiari. Tuttavia, l'approvazione per l'avvio delle vaccinazioni è stata ottenuta solo per la sede di Bari, dove 21 colleghi hanno ricevuto le dosi di vaccino.
La formazione obbligatoria per tutti i lavoratori in ambito salute e sicurezza è proseguita anche nel corso del 2021, in modalità e-learning e online.
Al fine di garantire un presidio costante dei luoghi di lavoro in caso di situazioni di emergenza, tutti i dipendenti hanno ricevuto la formazione in materia di primo soccorso e antincendio[17].
Complessivamente, nel 2021 sono state 5.219 le ore di formazione obbligatoria fruite (1,84 ore per dipendente), di cui 672 in aula o tramite webinar, 4.547 in modalità e-learning.
In 7Layers nel corso del 2021 sono stati erogati i corsi di formazione e aggiornamento in materia di safety previsti dalla normativa vigente, per un totale di 84 ore (1,9 ore pro-capite).

Nel corso dell'anno Fastweb ha registrato 6 infortuni sul lavoro, di cui 1 in sede, con 17 giorni di assenza, e 5 in itinere, infortuni accaduti, per esempio, nel tragitto da casa al posto di lavoro o viceversa, che hanno comportato una totalità di 189 giornate di assenza.
Il numero di infortuni è diminuito del 75% rispetto al 2020, in larga parte per via della modalità di lavoro da remoto adottata dalla totalità dei dipendenti.

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

4.3.5
UN DATORE DI LAVORO ATTRATTIVO

Attrarre nuovi talenti capaci di portare competenze all'avanguardia e punti di vista differenti è un fattore centrale per lo sviluppo stesso dell'azienda. Per questo motivo nel 2021 Fastweb ha lanciato la nuova **strategia di *Employer Branding*** in linea con la Brand Identity dell'azienda, con la *vision*, i valori e la nuova strategia NeXXt Generation declinata in cinque pillar:

1. **Young & Talent Attraction**
2. **Workplace as the place to be**
3. **Digital & Innovation Skill**
4. **Welfare**
5. **Smartworking evolution**

Ogni anno vengono attivati numerosi progetti che spaziano dalle partnership con le università a iniziative specifiche per promuovere nuovi talenti. Inoltre, Fastweb continua a investire anche sui talenti già presenti in azienda, attuando politiche interne volte alla soddisfazione professionale e alle possibilità di crescita.

[17] *I corsi base di primo soccorso e antincendio non sono finalizzati alla formazione degli addetti alle squadre di emergenza: si tratta di moduli base erogati a tutta la popolazione aziendale per far sì che ogni dipendente riceva le indicazioni minime sul comportamento da tenere in caso di emergenza, a maggior tutela delle persone.*

Le iniziative sviluppate con gli istituti universitari e partner accreditati hanno previsto anche l'organizzazione di eventi e *career day* svolti in modalità digitale per studenti, laureandi e neolaureati, finalizzati a conoscere e incontrare la realtà Fastweb.

Università e stage | Nel 2021 Fastweb ha siglato nuove partnership con due prestigiosi atenei di Milano, L'Università commerciale Luigi Bocconi e il Politecnico di Milano.

Le collaborazioni tra l'azienda e le università si sono concretizzate con l'adesione agli **Associate Program**, programmi di affiliazione tra gli atenei ed il mondo delle aziende, che prevedono una serie di incontri distribuiti nell'arco dell'anno accademico per mettere in contatto studentesse e studenti con professionisti, in modo tale da consentire ai giovani di approfondire le caratteristiche del mondo del lavoro.
Fastweb ha aderito all'iniziativa con l'obiettivo di permettere ai giovani che stanno svolgendo o concludendo il percorso di studio di conoscere più da vicino la realtà dell'azienda e, allo stesso tempo, offrire loro un contributo attraverso numerosi momenti di confronto e occasioni per mettersi alla prova con il mondo del lavoro.
Il programma, sia per la Bocconi, sia per il Politecnico, ha previsto diversi incontri online affrontando tematiche di varia natura, dalle *hard* alle *soft skills*, fornendo a studentesse e studenti gli strumenti per supportare e incoraggiare l'avvio del percorso di carriera.

RECRUITING & EMPLOYER BRANDING 2021		
Associate Program	2	Partnership: Politecnico di Milano e Università commerciale Luigi Bocconi
	6	Eventi
	2	Borse di studio
Induction Program	102	Colleghi neoassunti coinvolti
	4	Welcome day in formato digitale con visite virtuali al Data Center
"PCTO Fastweb 2021"	212	STUDENTI COINVOLTI
	6	SCUOLE
	4	CITTÀ
	212	TEST DI ORIENTAMENTO
	1.060	ORE ORIENTAMENTO
	40	ORE GROUP COACHING

BOCCONI	TRAINING SEMINAR	**Personal Branding & Social Reputation** Incontro per affrontare con gli studenti e le studentesse il tema del Personal Branding e della Social Reputation.
	CAREER DAY	**Virtual Bocconi & Jobs** Career Day dove studentesse e studenti dell'ateneo sono potuti entrare in contatto con recruiter e specialisti HR per conoscere le opportunità professionali del mercato.
	MOCK INTERVIEWS	**Mock interviews** Studentesse e studenti hanno avuto l'opportunità di effetttuare delle vere e proprie simulazioni del colloquio di lavoro, a seguito delle quali è stato fornito un feedback strutturato.

POLITECNICO	CAREER TALK	**Digital Transformation & Agile Working** Incontro di scambio con dipendenti di Fastweb dotati di competenze verticali sui temi dell'innovazione tecnologica per affrontare le tematiche più attuali nel panorama tecnologico e dell'innovazione.
	GUESS MY TASK	**Women in Technical Roles** Incontro nel quale una manager di Fastweb con competenze in ambito tecnologico si è confrontata con delle studentesse della facoltà di ingegneria sul tema dell'apporto femminile alle funzioni STEM attraverso il racconto della propria esperienza.
	ASSESSMENT CENTER	**Assessment Center** Prova attitudinale, sia di gruppo che individuale, per far provare l'esperienza di un processo di recruiting e portare in luce le caratteristiche personali e le soft skills.

Il coinvolgimento con le università continua attraverso il sostegno alla formazione universitaria tramite la possibilità per studentesse e studenti meritevoli di beneficiare di borse di studio a copertura totale del percorso di studi triennale. Nel 2021 è stata infatti offerta questa opportunità a una studentessa interessata a un **percorso di studi STEM presso il Politecnico di Milano** e a uno studente iscritto al primo anno del Corso di Laurea Triennale in **Mathematical and Computing Sciences for Artificial Intelligence (BAI)** dell'**Università commerciale Luigi Bocconi.**

In prospettiva, l'obiettivo di Fastweb è ampliare sempre più le collaborazioni in essere con il mondo delle Università, sia in termini di numero di atenei coinvolti, sia in termini di tematiche trattate: per esempio si intende realizzare nel 2022 la collaborazione con la 5G Academy dell'Università Federico II di Napoli, un programma disegnato con l'obiettivo di formare figure professionali altamente specializzate in specifici settori e arricchite di diversificate competenze trasversali nel ramo del 5G.

Al fine di sostenere e promuovere lo sviluppo professionale femminile, nel 2021 Fastweb ha siglato una partnership con ***Women At Business***, la community online che permette l'incontro tra competenze femminili ed aziende grazie all'utilizzo efficiente della tecnologia. Nello specifico, attraverso un algoritmo basato sulle logiche di *Machine Learning*, le iscritte alla community online hanno la possibilità di conoscere le opportunità professionali disponibili presso le aziende partner e mettersi così in gioco sul mercato del lavoro, offrendo le proprie *skills* e sviluppandone di nuove.

Un'ulteriore iniziativa dedicata alla valorizzazione delle professionalità femminili è stato il **bando tesi di laurea "Ingenio al Femminile. Storie di donne che lasciano il segno"**, promosso dal Consiglio Nazionale degli Ingegneri in collaborazione con Cesop, con l'obiettivo di dare supporto ai talenti e alle professionalità femminili dell'ingegneria e favorire il loro ingresso nel mondo del lavoro. Nello specifico, Fastweb ha offerte borse di studio alle migliori tesi di laurea relative al tema "La sostenibilità in tutti i settori dell'ingegneria per il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda 2030". Sono state inoltre condivise con le giovani partecipanti alcune testimonianze di dipendenti dell'azienda al fine di fornire consigli utili e raccontare dal loro punto di vista l'impatto positivo che il genere femminile può avere nel mondo del lavoro e negli ambiti STEM.

Career day e webinar | Anche i **career day** sono proseguiti in modalità completamente digitale offrendo ai giovani talenti la possibilità di scoprire le posizioni professionali, visionare i materiali informativi delle aziende, lo stand virtuale, candidarsi e assistere ai live webinar. Sono due gli eventi che hanno visto la partecipazione di Fastweb:

- Ad aprile, in collaborazione con *Brain at Work*, durante il quale sono state approfondite tematiche sull'orientamento dei giovani nel mondo del lavoro e organizzata una tavola rotonda sul tema del *work life balance* e sui cambiamenti dell'organizzazione del lavoro nel 2021, "L'insostenibile leggerezza dello Smartworking. Vizi e virtù del lavoro da remoto";

- A novembre, in collaborazione con l'Università commerciale Luigi Bocconi, mediante la partecipazione al Virtual Bocconi&Jobs nell'ottica di favorire l'incontro e lo scambio con studenti, laureandi e giovani laureati.

Per rimanere accanto al mondo della scuola e sostenere le giovani generazioni nello sviluppo di competenze innovative per la crescita digitale del Paese, Fastweb ha partecipato nel 2021 alla decima edizione di **Impresa IN Accademia**. Il percorso, ideato da Confindustria Chieti Pescara e Randstad, ha coinvolto oltre 200 studenti e studentesse dell'Università degli Studi "G. D'Annunzio" e della Libera Università Internazionale degli Studi Sociali LUISS Guido Carli, con lo scopo di preparare i giovani ad affrontare le nuove sfide del mondo del lavoro.
Attraverso la realizzazione di un project work sul tema dell'*e-commerce* e della multicanalità nel mercato delle telco, sono state approfondite tematiche attuali in relazione all'innovazione tecnologica creando per i giovani partecipanti anche l'occasione di conoscere il business e la strategia di Fastweb. L'iniziativa si è conclusa con l'assegnazione del premio *Top Solution* 2021 e la possibilità di partecipare al Virtual Data Center Experience, il virtual tour del locale tecnologico di ultima generazione certificato Tier IV di Milano.

Progetti | Il programma "**Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento**" (PCTO, ex Alternanza Scuola Lavoro), si è svolto anche nel 2021 in modalità completamente digitale e senza rinunciare all'esperienza formativa delle visite in azienda tramite momenti interattivi da remoto.
È stato inoltre lanciato il progetto "**PCTO Fastweb 2021**", un percorso di orientamento creato in collaborazione con l'Associazione *Thumbs Up* con l'obiettivo di supportare i ragazzi a prendere maggiore coscienza di sé e delle proprie potenzialità, fornendo guida e supporto nelle scelte relative al percorso formativo e lavorativo futuro. La formazione è stata strutturata con un momento di orientamento, una sessione di coaching, la partecipazione al Virtual Data Center Experience, e, infine, l'occasione di potenziare le proprie competenze digitali attraverso l'accesso al progetto Benessere Digitale Scuole e al *Future Toolkit*. Nel complesso, "PCTO Fastweb 2021" ha coinvolto **6 scuole tra Milano, Roma, Napoli e Bari** con la partecipazione di **oltre 200 studenti di quarta e quinta superiore.**

A conferma dell'impegno rivolto al mondo dei giovani nell'ambito PCTO, Fastweb ha ricevuto per la terza volta consecutiva il **Bollino per l'Alternanza di Qualità (BAQ).**
Oltre alla partecipazione a eventi dedicati ai giovani, Fastweb opera nell'ambito dell'attrazione dei talenti anche attraverso piani di comunicazione su diversi **canali social e istituzionali.**
Uno strumento di attrazione di talenti è la sezione del sito *corporate* dedicata al *workplace*, alla carriera e al *recruiting*, dove è possibile trovare le posizioni aperte o inviare candidature spontanee. La sezione è stata arricchita con alcuni consigli pratici da parte dei *recruiter* a favore dei candidati, su come costruire un CV efficace, affrontare un colloquio di lavoro e descrivendo gli step del processo di selezione al fine di migliorare la *candidate experience*.

Con l'obiettivo di attrarre sempre più giovani talenti all'interno del mondo Fastweb, l'azienda sta lavorando alla definizione del progetto "**Under 35**", un'iniziativa che ponga le basi affinché Fastweb sia un'azienda ancora più attrattiva e orientata al futuro. Attraverso la composizione di un tavolo di lavoro interfunzionale e in collaborazione con alcune università, sono state realizzate interviste, survey e focus group tra i dipendenti appartenenti al target, al fine di individuare ed esaminare le leve maggiormente attrattive per loro. Il progetto sarà finalizzato nel 2022.

Induction Program | Dal 2018 le nuove persone di Fastweb sono accolte in azienda attraverso l'*Induction Program*, format creato per migliorare l'esperienza di *onboarding* dei neoassunti, lavorare sull'engagement e facilitare il networking tra colleghi. In particolare, durante il *Welcome Day*, che si svolge con cadenza trimestrale, vengono presentati il business e la strategia di Fastweb, l'organizzazione interna, il programma di welfare, di sostenibilità, di sviluppo e formazione ma anche gli strumenti di comunicazione interna a disposizione delle persone Fastweb, per poi concludersi con una visita virtuale al Data Center.

L'Induction Program prevede anche un piano di formazione dedicato in "*Success Factor*", piattaforma adottata in azienda per l'erogazione dei corsi online, aggiornata e arricchita periodicamente. Nel 2021, è stato introdotto l'uso della *Web App the Feedback* con l'obiettivo di rilevare il grado di apprezzamento del programma di *Induction* da parte dei neoassunti attraverso delle *survey* modulari e ricorrenti. Si è continuato a garantire l'assegnazione di un tutor aziendale (un *peer* o collega di maggiore esperienza, che orienti e affianchi il neoassunto nella conoscenza dell'organizzazione) e sono stati previsti *follow up* con gli HR Business Partner. All'ingresso in azienda viene reso disponibile anche un *Welcome Kit* digitale, reperibile nell'area dedicata della intranet aziendale, dove si possono trovare delle informazioni utili per i *new joiners*.

4.3.6

UNA CULTURA AZIENDALE VOLTA ALLA DIVERSITY, EQUITY AND INCLUSION

Fastweb si impegna a garantire a tutti i dipendenti un luogo sicuro e inclusivo, in cui le persone possano esprimere con orgoglio la propria unicità. Questa prospettiva muove dalla convinzione che la diversità sia il motore dell'evoluzione: è dall'incontro delle differenze che nasce nuovo valore.

The NeXXt Inclusion@Fastweb è la nuova strategia di Diversity, Equity and Inclusion attraverso la quale Fastweb si impegna a diffondere una cultura volta all'inclusione e al rispetto della diversità. A presidio di tale impegno, è stata creata la funzione *Corporate Culture & Inclusion*, che permetterà di affrontare queste tematiche con maggiore efficacia, definendo e implementando azioni e iniziative in modo capillare in tutta l'azienda.
La strategia si articola in sei ambiti:

- **1.La diversità di genere** come diversità di sessi e identità di genere.
- **2.La disabilità** che riguarda la diversità dovuta ad un handicap, alla limitazione nelle attività e alla restrizione nella partecipazione.
- **3.L'orientamento sessuale** che esprime la diversità nella pluralità di relazioni sentimentali tra le persone.
- **4.La multiculturalità** che descrive la diversità di etnia, cultura, orientamento politico e religione.
- **5.L'ageismo** che riguarda le differenze generazionali.
- **6.*L'intersectionality,*** la quale si basa sul riconoscimento di ogni forma di diversità e delle interconnessioni tra di esse, garantendo la promozione delle pari opportunità.

Fra le numerose iniziative, nel 2021, Fastweb ha posto una particolare attenzione sulla diversità di genere e sulla disabilità, promuovendo un panel molto denso di attività e iniziative.

DISABILITÀ

Approccio di avvicinamento e accettazione

- Pubblicazione video con sottotitoli e live webinar con linguaggio LIS live in contemporaneo
- Sensitivity Training sul linguaggio inclusivo
- Ri-mappatura comunicazioni nei touch point verso la clientela Consumer
- Permessi per genitori con figli DSA
- Open sensitivity training "Diversi da chi?" 24 maggio, con la partecipazione di Ilaria Ettorre
- Workshop di generazione idee per future features Internet Box NeXXt a favore di disabili
- Live webinar sui social per la campagna #connessicontroilbullismo Cyber bullismo e disabilità

DIVERSITÀ DI GENERE/GENDER EQUALITY

Awareness & Covernance

- Assessment tramite l'adesione a Inclusion Impact Index
- Impegno grazie all'adesione CEO Empowerment G20
- Sensitivity training sul linguaggio inclusivo - pubblicazione attenta di job posting e post sui social
- Servizi Welfare per Care Giver
- Smart Working per il 100% della popolazione
- 8 marzo: un giorno di disconnessione femminile
- Paternity Leave anche retroattivo
- Percorsi formativi e di crescita per tutti i generi, i Team, le funzioni e le categorie professionali
- Sensibilizzazione sui temi di leadership inclusiva nei percorsi formativi manageriali
- Parità di salario a parità di ruolo per i nuovi ingressi e a partire dal 2019-2020
- Utilizzo piattaforma Women@Business per favorire recruiting al femminile
- Inserimento di almeno 1 collega nel corso In the Board Room Valore D
- Inspiring Girls/Inspiring Kids con nostre role model
- Partecipazione a #ValoreDxSTEM e tesi Ingenio al femminile
- Corsi Fastweb Digital Academy con altissima frequenza al femminile progetti 99eLode - Stem in the City - Elle Active Forum
- Pubblicazioni trimestrali su DriverCity Magazine
- Visibilità storie al femminile di nostre dipendenti su Instagram
- Ricerca di Panelist al femminile nei talk e nel comitato scientifico STEP
- Adesione e certificazione SA8000
- Esposizione in occasione del Gay Pride month di giugno a Milano

POLICY DIVERSITY & INCLUSION

Con l'obiettivo di rinnovare il proprio impegno sui temi della diversità e dell'inclusione, rendendoli principi chiave nello svolgimento delle attività aziendali, Fastweb adotta la *Policy Diversity & Inclusion*, garantendo a tutti i lavoratori un luogo di lavoro sicuro e inclusivo, in cui tutte le persone possano esprimere la propria unicità.

È stata realizzata la mappatura di tutte le aree di *Diversity* presenti in azienda, adottando una prospettiva finalizzata ad alimentare e diffondere una cultura di convivenza con le differenze e di progettazione partecipata, attraverso il coinvolgimento diretto dei dipendenti e facendo in modo che le differenze di ogni forma vengano vissute come un carattere della normale convivenza delle varietà che caratterizza il mondo. La Policy è inoltre mirata ad accrescere la sensibilità delle persone sul tema dell'*intersectionality*, ossia l'insieme di diversità che possono coesistere e interconnettersi tra loro, accentuando così l'obiettivo di convivenza e inclusione di tutte le differenze all'interno di Fastweb.

La strategia *Diversity, Equity and Inclusion* prevede la diffusione all'interno dell'organizzazione di un **linguaggio inclusivo**, sia nella comunicazione interna, sia nella comunicazione esterna all'azienda. Nell'ambito di questa iniziativa, i dipendenti sono stati invitati a seguire un *sensitivity training,* ovvero una sessione formativa sull'importanza delle diversità e sull'impiego di un linguaggio inclusivo, con una particolare attenzione al *job posting* di Fastweb nei diversi canali e ai *post* pubblicati sui *social network.* Per contribuire ulteriormente a diffondere un linguaggio inclusivo, è stato organizzato anche un webinar, in collaborazione con Valore D, per sensibilizzare i dipendenti all'utilizzo di un linguaggio non sessista e per aumentare la consapevolezza di ognuno sulla terminologia impiegata, che rappresenta un primo passo verso un percorso di inclusione e parità.

Nell'ambito di queste iniziative, Fastweb ha inoltre realizzato l'evento "**Diversi da chi?**", svoltosi con il fine di sensibilizzare tutta la popolazione aziendale su una cultura che abbraccia le differenze. Nel corso dell'evento sono state incoraggiate riflessioni in maniera multicanale, attraverso dei quiz di autodiagnosi, un intervento teatrale focalizzato sulla diversità di orientamento sessuale in azienda e un momento cognitivo e didattico di mappatura delle diversità. L'evento si è concluso con l'intervista a una cliente affetta da sordità, che ha prestato testimonianza della sua vita di disabile e si è resa disponibile per fornire consigli e supporto ai dipendenti con familiari affetti da sordità. Questo episodio rappresenta un esempio tipico di quello che Fastweb intende con *Inclusion* e della concretezza con cui si portano avanti le azioni in questo ambito.

In tema di *Diversity,* l'8 marzo, in occasione della Giornata Internazionale della Donna, Fastweb ha deciso di effettuare un gesto simbolico di *Care*, donando una giornata di disconnessione a tutte le donne dell'azienda, da poter liberamente usufruire nei 3 mesi successivi all'8 marzo. Tra gli effetti prodotti dalla pandemia, alcune delle conseguenze sociali ed economiche si sono infatti riversate sulle donne, considerate come figure primarie nella cura dei figli e di familiari malati, vedendo così aumentare il carico di lavoro non retribuito. Per questo motivo l'azienda ha voluto realizzare un'iniziativa per le colleghe, onorando questa giornata che cade in un contesto particolare.

Oltre alle iniziative per la sensibilizzazione e la diffusione di una cultura di *Diversity, Equity and Inclusion* verso i suoi dipendenti, Fastweb è attiva con campagne per promuovere l'inclusione anche all'esterno dell'azienda.

Per ricordare come le persone con le proprie diversità siano uniche, Fastweb ha partecipato nel 2021 all'iniziativa ***4Weeks4Inclusion 2021***, un grande evento interaziendale dedicato alla diversità e all'inclusione, con il progetto "**Library tutti. La normalità è negli occhi di chi guarda**". L'evento digitale ha previsto uno spettacolo di due stand up comedian nel quale viene raccontato, in chiave umoristica, il rapporto tra disabilità e normalità, sottolineando pregiudizi e barriere, ma anche le opportunità offerte dal digitale per l'inclusione. Inoltre, grazie alla partecipazione attiva dei dipendenti di molte sedi, a seguito dell'evento è stata resa disponibile sul sito corporate una vera "library tutti", una serie di immagini in grado di raccontare la convivenza tra diversità negli ambienti di lavoro Fastweb. La library mostra i dipendenti in situazioni di lavoro comuni, in cui le persone vengono ritratte nella loro quotidianità, mostrando le diversità e le unicità che ci caratterizzano come società, dal genere, alla disabilità e alle diverse etnie: una prospettiva diversa che percepisce e racconta le persone al lavoro in tutte le sue forme, con tutte le sue sfumature e unicità.

Fastweb è stata presente alla maratona di eventi anche con la partecipazione diretta di Alberto Calcagno, l'Amministratore Delegato, che è stato protagonista in una tavola rotonda dal titolo "*Italia 2026: il digitale che non lascia indietro nessuno*".

Fastweb si impegna a sostenere le donne e l'importanza della prevenzione, e lo dimostra attraverso il supporto all'iniziative delle **Pink Ambassador** nel contesto del progetto di Fondazione Veronesi, che recluta ogni anno dal 2014 donne operate di tumore al seno, all'utero e all'ovaio che accettano la sfida di correre 21 chilometri in una staffetta che attraversa simbolicamente l'Italia, con un passaggio del testimone virtuale tra diverse città. L'obiettivo del progetto è di promuovere l'importanza della prevenzione e la volontà di essere al fianco delle Pink Ambassador nel diffondere un messaggio di speranza e di fiducia nei confronti della ricerca sui tumori femminili.

Fastweb ha reso orgogliosi i suoi dipendenti partecipando, nel giugno 2021, alla **Milano PRIDE**, a supporto della comunità LGBTQIA+, in qualità di sponsor tecnico. L'azienda ha fornito un supporto diretto grazie alla realizzazione di un collegamento a banda ultralarga in fibra ottica, garantendo una connettività di ultima generazione fino a 1 Gigabit al secondo presso la Pride Square dell'Arco della Pace e ha sostituito, per il mese del pride, il giallo istituzionale del suo logo con i colori della bandiera Arcobaleno. La partecipazione attiva all'evento rappresenta un gesto che conferma il percorso intrapreso dall'azienda per costruire un ambiente di lavoro sempre più inclusivo e volto al tempo stesso a promuovere una cultura in cui le persone possano esprimere con orgoglio la propria unicità.

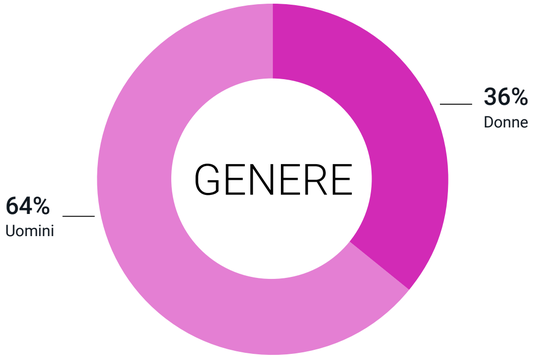
Fastweb non si ferma qui: un'ulteriore iniziativa verso l'esterno promossa dall'azienda è stata "**Close the Gap, Open your Future**", un murales firmato da Giulio Gebbia, tra gli street artist più influenti della sua generazione, che lancia un messaggio forte sull'urgenza di eliminare tutte le distanze che creano disuguaglianze per costruire una società sempre più inclusiva e più equa per tutti. Il murales si trova in Via De Castillia 20, un luogo dove il vibrante quartiere di Isola incontra l'area moderna e sostenibile di Milano Porta Nuova, in un'area simbolo del cambiamento grazie alla più importante metamorfosi urbana degli ultimi decenni. L'immagine di un bambino e di una bambina che spingono i muri solo apparentemente inamovibili per ridurre la distanza che li divide, rappresenta la visione di Fastweb sulle necessità di costruire un futuro migliore per tutti.
Fastweb abbraccia la diversità e favorisce l'inclusione anche attraverso la progettazione dei suoi prodotti. Il nuovo **internet box NeXXt** è stato realizzato anche grazie all'organizzazione di un workshop che ha coinvolto sette ONLUS che si occupano di disabilità di varia natura, diversi dipendenti Fastweb con forme di disabilità, *caregiver* di disabili e attivisti nel mondo del volontariato vicino alla disabilità. Fastweb ha poi collaborato per analizzare i risultati dell'incontro e valutare le potenzialità dell'internet box per favorire l'inclusione di tutte le persone nelle loro differenze.
Fastweb, fiera dei risultati raggiunti ma consapevole che può essere fatto ancora molto, anche quest'anno ha deciso di misurare l'efficacia delle proprie politiche di diversità e inclusione attraverso l'adesione all'**Inclusion Impact Index** di **Valore D**, grazie al quale sono state identificate le aree di forza e di miglioramento. Fastweb si è quindi posta l'obiettivo, entro il 2022, di favorire l'ingresso in azienda di dipendenti donne, in modo da aumentare la rappresentanza di genere e creare un luogo di lavoro sempre più inclusivo, un traguardo sfidante anche per il settore in cui opera l'azienda a causa dello scarso avvicinamento delle donne alle materie STEM.

LA TUTELA DELLA DIVERSITÀ

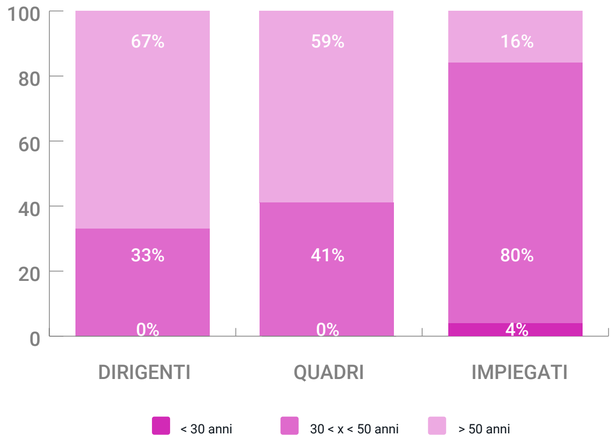
Le differenti caratteristiche personali e culturali di ciascuno sono una risorsa arricchente per tutti, per questo Fastweb si impegna a creare un ambiente di lavoro capace di includere e accogliere le diversità.

Fastweb non tollera atteggiamenti intimidatori e di mobbing e sanziona ogni eventuale tentativo di condizionare i comportamenti e le attività lavorative dei singoli o di gruppi di persone. In linea con questo approccio, anche nel 2021 non sono pervenute all'attenzione dell'azienda segnalazioni in merito a episodi legati a pratiche discriminatorie.
Nel 2021, il 64% della forza lavoro è composta di uomini. La prevalenza maschile è legata alle peculiarità del business, fortemente connotato da elementi tecnologici, che si riflette anche nella composizione dei dipendenti per qualifica: l'82% dei dirigenti, il 77% dei quadri e il 61% degli impiegati sono uomini. Questa distribuzione è confermata anche nelle candidature che vengono raccolte in fase di recruiting, tanto più accentuata quanto più il ruolo proposto è di ambito tecnico o tecnologico. Il Consiglio di Amministrazione di Fastweb S.p.A. si compone di 6 uomini; di questi, 4 hanno un'età superiore ai 50 anni e 2 tra i 30 e i 50. Il Management Board è composto da una donna e da 8 uomini, di cui 2 in età compresa tra i 30 e i 50 anni e 7 con età superiore ai 50 anni.
Il Consiglio di Amministrazione di Fastweb Air si compone di 2 uomini e 1 donna; la totalità di questi hanno un'età superiore ai 50 anni; mentre il Consiglio di Amministrazione di 7Layers si compone di soli uomini, 3 con età superiore ai 50 anni e 3 tra i 30 e i 50. Circa il 73% dei dipendenti ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni. In questa fascia di età si collocano l'80% degli impiegati, il 41% dei quadri e il 33% dei dirigenti.

FORZA LAVORO DI FASTWEB PER GENERE



PERCENTUALE DI DIPENDENTI PER QUALIFICA E FASCIA D'ETÀ



La parità di condizioni, la non-discriminazione, la meritocrazia e la trasparenza sono i principi che guidano il sistema di gestione e remunerazione dei dipendenti. I criteri di *rewarding* sono dettati esclusivamente dalle performance individuali, dal merito e dalle competenze professionali.

Nel 2021, il rapporto tra lo stipendio lordo medio annuo dei dipendenti donna e quello dei dipendenti uomo è stato di circa l'88% per i dirigenti, il 92% per i quadri e il 71% per gli impiegati, in lieve crescita rispetto al 2020 per i dirigenti e gli impiegati e in lieve calo per i quadri. Analizzando, invece, il rapporto tra la remunerazione totale delle donne e quella degli uomini, considerando quindi lo stipendio base maggiorato da incrementi legati a benefit, straordinari pagati, compensi per ferie non godute e tutte le altre forme di indennità, la percentuale risulta pari all'85% per i dirigenti, al 90% per i quadri e al 65% per gli impiegati[18], in lieve crescita rispetto al 2020 per i dirigenti e in lieve calo per i quadri e gli impiegati. Nel 2021, il rapporto tra la retribuzione media annua per il livello contrattuale più basso e lo stipendio minimo è pari a 2,3, valore che rimane invariato per entrambi i generi.

Come previsto dal Contratto Collettivo Nazionale (CCNL), la totalità dei dipendenti di Fastweb può usufruire del congedo parentale. Nel 2021, 68 dipendenti hanno usufruito del congedo parentale, di cui 29 donne e 39 uomini. Il tasso di rientro è stato pari al 100%[19] contando 68 dipendenti rientrati al lavoro nel 2021, di cui 29 donne e 39 uomini. Il tasso di retention, ovvero i lavoratori che sono ancora in forza 12 mesi dopo aver usufruito del congedo parentale, è stato pari al 97% contando 81 persone ancora in forza 12 mesi dopo aver usufruito del congedo parentale, di cui 39 donne e 58 uomini.

[18] *Per migliorare la comparabilità dei dati, per il calcolo relativo alla remunerazione dei dirigenti sono stati esclusi i Top Manager (= Amministratore Delegato e 6 membri del Management Board).*

[19] *I tassi di rientro dal congedo parentale sono calcolati sulle numeriche registrate nel 2021 (n. Persone rientrate dal congedo parentale nel 2021/ n. Persone che hanno usufruito del congedo parentale nel 2021): si tratta della miglior stima possibile, pur non considerando le numeriche relative ai periodi di congedo a cavallo tra annualità diverse, che si possono comunuque ipotizzare omogenee nel corso del tempo.*

4.3.7

OTT LEARNING PROGRAM: UN RINNOVATO PERCORSO DI SVILUPPO E FORMAZIONE

Il passaggio di Fastweb da società classica di telecomunicazione a OTT infrastrutturato non può prescindere dall'evoluzione delle competenze delle proprie persone, per le quali l'Azienda investe costantemente, affiancando i dipendenti nel loro percorso di sviluppo professionale. Con l'obiettivo di consentire a tutti di ampliare e consolidare le proprie di conoscenze e competenze, nel 2021 è proseguito ed è stato arricchito l'**OTT Learning Program**, il programma di formazione e di sviluppo delle competenze, finalizzato a sostenere le persone in un percorso di evoluzione professionale per renderle protagoniste nella realizzazione della strategia aziendale.
Il programma formativo OTT si basa su tre principali direttrici, "**All in the game**", "**Leadership**" e "**Programma talenti**", e sull'utilizzo di uno strumento in particolare, il *Feedback*.

"**All in the game**" è un vero e proprio strumento di change management che coinvolge tutti i Team aziendali. Partendo da un'analisi delle esigenze e delle sfide di business si identificano le competenze necessarie per sostenerle e si verifica quali di queste competenze siano presenti in azienda e quali sarà necessario sviluppare o acquisire al fine di facilitare la transizione verso una Over The Top (OTT) Company. L'iniziativa si focalizza su specifici interventi di *upskilling*, per l'aggiornamento e il miglioramento delle competenze rispetto a ruoli attuali, e di *reskilling* per l'acquisizione di nuove competenze abilitanti per i ruoli che saranno necessari nel prossimo futuro nell'ambito del 5G, il *cloud*, la *security* e l'intelligenza artificiale. Rispetto a questa direttrice, durante tutto l'anno sono state portate avanti diverse iniziative rivolte a specifici ambiti dell'organizzazione, svolgendo attività formative tradizionali in modalità webinar per permettere a tutti di seguire i corsi da casa, oppure in modalità *training on the job*, imparando in affiancamento alle persone di riferimento.

Gli strumenti messi in campo da Fastweb per sensibilizzare la popolazione aziendale e sviluppare un *mindset* in linea con le nuove strategie di Gruppo sono stati gli **otto eventi dell'OTT Learning Program**. Gli appuntamenti live hanno previsto l'alternarsi di momenti dedicati a contenuti tecnici e momenti dedicati a contenuti comportamentali, aperti a tutta l'organizzazione in modalità *streaming*. Gli incontri sono stati organizzati con diverse modalità, che spaziano dall'intervento di persone Fastweb esperte sul tema, a *speech* ispirativi di ospiti esterni e interviste. Di seguito il palinsesto di eventi dell'OTT Learning Program:

1	DIALOGO SUL 5G	Nozioni base sul 5G e le possibilità che abilita in termini di business e di servizi.
2	IL CORAGGIO DI ESSERE IN FASTWEB	Riflessione sulla visione del CORAGGIO e di come viene tradotto in azioni concrete e quotidiane presso Fastweb.
3	ARTIFICIAL INTELLIGENCE: TRA MITI E REALTÁ	Dialogo tra due esperti sul tema Data Driven Company e Intelligenza Artificiale.
4	ALLA SCOPERTA DELLA SOSTENIBILITÁ: DIALOGO A PIÚ VOCI	Nozioni base sul concetto di sostenibilità, le sue declinazioni e come si inserisce nel contesto aziendale di Fastweb.
5	CYBERSECURITY: NON ATTACCHERANNO PROPRIO ME… VERO?	Nozioni base sullo scenario globale, sui comportamenti da mantenere e sull'organizzazione dell'azienda sulla cybersecurity.
6	IRREQUIETEZZA DELLA TRASFORMAZIONE EVOLUTIVA	Spiegazione del Pocket Workout declinato in Sfida Evolutiva ed Innovazione, employee experience, competenze e status quo.
7	I SUPERPOTERI DELLE OTT	Riflessione sulla nozione di OTT Company, le sue caratteristiche e l'approccio di Fastweb.
8	CARE: WE CAN BE HEROES	Riflessione sulla visione del CARE e di come viene tradotto in azioni concrete e quotidiane presso Fastweb.

Inoltre, a partire da settembre 2021 Fastweb ha lanciato le pillole Radio OTT, una serie di puntate audio che trattano diverse tematiche con ospiti di eccellenza sotto forma di *podcast* scaricabili da tutta la popolazione aziendale, in modo tale che ciascuno possa ascoltare le puntate nella massima flessibilità e nel momento ritenuto più opportuno.

Un ulteriore strumento messo in campo da Fastweb è il "**Pocket Workout**", la tabella di allenamento delle competenze che declina i valori aziendali in comportamenti concreti, strutturato in cinque macro-aree. Oltre ai valori di Coraggio, Care e Sostenibilità viene declinata anche l'area della **Trasformazione evolutiva**, che riguarda la capacità di innovare e di cogliere le sfide evolutive e l'area trasversale della "***Learning Agility***", ovvero la propensione virtuosa all'apprendimento e al miglioramento continuo. Ciascuna area è declinata in comportamenti concreti, distintivi e di successo, per aiutare le persone di Fastweb a individuare quelli su cui migliorarsi.

"I valori aziendali declinati in comportamenti concreti, e il sapere cosa pensano le nostre persone, sono l'energia che ci permette di vincere la nostra gara. Ogni giorno" *(Alberto Calcagno)*

Uno degli strumenti realizzati per favorire l'allenamento dei comportamenti è la **Web App "The Feedback"**, lanciata nel 2020 dopo una prima sperimentazione nel 2019 e successivamente potenziata nel 2021.

Ideata per promuovere la cultura dell'*accountability* diffusa, l'app è uno strumento volontario di *peer feedback* e permette di chiedere e fornire ai colleghi con cui si lavora feedback istantanei sui comportamenti messi in atto, sia in modalità *one-to-one*, sia tra gruppi. Nel 2021 lo strumento si è ulteriormente evoluto, fornendo la possibilità di raccogliere ***feedback a 360°***, ossia di scegliere più interlocutori a cui richiedere una valutazione tra tutte le persone che compongono la popolazione aziendale. L'app, utilizzabile da tutte le funzioni dell'azienda, consente di condividere le valutazioni solo tra chi le scambia o anche con le figure aziendali che gli utenti desiderano mettere a conoscenza, quali ad esempio i *mentor* o i responsabili. Successivamente alla ricezione delle valutazioni, *"The Feedback"* crea un report con i risultati, che il dipendente può analizzare con un *coach*, identificando così le aree di miglioramento su cui concentrarsi. Anche nel 2021 l'iniziativa ha riscontrato un elevato tasso di partecipazione, con 2.626 persone attive (93% della popolazione aziendale), e 20 feedback a 360° erogati.

Nel corso del 2021, sono stati 3.037 i partecipanti alle iniziative del programma OTT, di cui 1.347 hanno ricevuto una formazione maggiormente tecnica, con specifici moduli volti ad ampliare le competenze all'interno del proprio ruolo oppure ad acquisire nuove competenze per cambiare ruolo all'interno dell'azienda attraverso percorsi di up e reskilling specialistici. 1.690 partecipanti hanno invece seguito una formazione atta a creare awareness su temi trasversali, fondamentali per la trasformazione in OTT infrastrutturato. Dall'inizio dell' OTT Learning Program sono state coinvolti 4.763 partecipanti.

PREMIO DI RICONOSCIMENTO PER *"ALL IN THE GAME"*

Fastweb ha raggiunto il podio con il primo posto nell'ambito del *contest* ***Beyond The Competencies***, classifica dedicata alle iniziative di formazione e sviluppo aziendali lanciate durante l'emergenza sanitaria. Il *contest* è stato lanciato da HRC International Group, community dedicata ai temi Human Resources a cui aderiscono prestigiose società nazionali e multinazionali: HRC ha definito il programma *"All in The Game"* come *best practice* aziendale a sostegno della trasformazione organizzativa in continuità all'evoluzione di tecnologie, prodotti e servizi e ha riconosciuto all'iniziativa la capacità di aver stimolato un profondo cambiamento culturale all'interno dell'azienda.

La giuria tecnica che ha assegnato a Fastweb il primo premio era composta da figure direttive in ambito HR che hanno valutato il livello di personalizzazione della formazione, l'eterogeneità degli strumenti utilizzati, il *return on investment* (ROI) ed il target coinvolto.

Il secondo grande filone del programma di formazione è l'iniziativa di "***Leadership***", per supportare le persone Fastweb ad approcciare il tema del *New Way of Working*, cioè il nuovo modo di lavorare nello scenario post-pandemia, in particolare in termini di stili di *leadership* diffusa, che riguarda tutte le persone all'interno dell'organizzazione. Sono state altresì organizzate alcune attività dedicate ai manager, partendo a febbraio con il coinvolgimento di 541 responsabili attraverso il webinar *"Manager ready for 2021",* che ha parlato di *leadership* attraverso la *performance*, la collaborazione, il *Care* e il benessere degli altri, e proseguendo ad ottobre con degli approfondimenti verticali su questi quattro ambiti. Altre iniziative sono dedicate a tutte le persone non manager, come ad esempio il webinar "*Smart leadership diffusa in un mondo ibrido*" che ha fornito istruzioni a 358 persone su come lavorare al meglio attraverso una modalità di lavoro ibrida tra lavoro da remoto e in presenza.

Inoltre, è stato organizzato un palinsesto di webinar dal titolo "Manuale di sopravvivenza per Smart Worker estremi", che è stato rivolto a un totale di 2.681 persone attraverso un percorso composto da tre incontri su "come sopravvivere al lavoro da remoto". Il programma ha avuto l'obiettivo di accompagnare le persone nel nuovo modo di lavorare in virtù del diverso utilizzo dello spazio e del tempo, migliorare la propria organizzazione, riconfigurare le forme di collaborazione e trovare il proprio personale equilibrio nel rapporto tra vita personale e lavoro. A chiusura di questo percorso di webinar, sono stati condivisi con tutti i partecipanti i dati emersi durante l'intero percorso attraverso un'infografica che sintetizza le tappe del percorso, i *poll* attivati e i sei *take away* più votati.

Il terzo filone del programma di formazione è il **Programma per i talenti**, lanciato a maggio 2020 e sviluppato nel 2021, nel quale sono state messe a terra diverse iniziative e azioni dedicate alla popolazione aziendale più giovane e finalizzate alla crescita e allo sviluppo dei giovani talenti. Nello specifico, nel 2020 è stato individuato un gruppo di 38 dipendenti a elevate performance, appartenenti a tre diversi cluster, i giovanissimi, i giovani con competenze altamente tecniche considerate strategiche per Fastweb e i giovani manager, con l'obiettivo di accompagnarli in un più ampio percorso di sviluppo delle competenze attraverso una prima fase di *self assessmen*t e una seconda fase di "*Feedback 360°*". Dopo questo momento di *assessment*, si è proseguito con la progettazione di percorsi personalizzati di formazione.

Nel 2021, il Programma talenti è stato strutturato attraverso un percorso composto sia da azioni *cross* per tutti, sia da iniziative specifiche per soddisfare le esigenze di ognuno. Il percorso comune ha previsto l'opportunità per i 34 talenti[20] che hanno aderito all'iniziativa di seguire un percorso di formazione esterno, composto da molteplici appuntamenti focalizzati sull'acquisizione di competenze. Il programma ha previsto anche azioni specifiche in funzione dei bisogni della singola persona, attraverso svariate iniziative che spaziano dalla formazione manageriale, a percorsi di *coaching* individuali e di *coaching lab*, ossia sessioni in *team*, a momenti di *mentoring*, fino ad offrire dei percorsi di *Master,* oppure delle azioni *ad personam*, come ad esempio corsi di inglese o corsi presso realtà esterne come Valore D.

Nel 2021 Fastweb ha confermato per tutta la popolazione aziendale la possibilità di accedere alle leve di sviluppo già adottate con successo durante gli ultimi anni (quali *mentoring, coaching* e *tour of duty*): l'opportunità di attivare queste leve viene valutata a valle del processo di *performance review*, sulla base delle esigenze emerse e del ruolo di ciascuno all'interno dell'organizzazione, o in qualsiasi altro momento emergano esigenze specifiche.

Il **mentoring** è un percorso di sviluppo di 8-9 mesi che prevede l'individuazione di un *mentor* per ciascun *mentee* ed è strutturato in momenti di condivisione di gruppo e occasioni di confronto periodico interno mentor/mentee: nel corso del 2021 sono state coinvolte in questo percorso 38 risorse, tra mentor e mentee.

Il **coaching**, che può essere sia individuale, sia di gruppo, è un percorso di circa 6 mesi con un coach, interno o esterno, volto a potenziare le capacità manageriali a partire da un obiettivo di sviluppo. Il 2021 ha visto la partecipazione di 17 risorse.

Il **Tour of Duty** permette di sperimentare, in un periodo compreso tra i 3 e i 12 mesi, aree aziendali diverse da quella di provenienza, sviluppando così nuove abilità e competenze. La capacità di offrire, attraverso l'esperienza diretta, uno sguardo diverso sulle attività lavorative e accrescere il sapere aziendale è uno dei fattori che rende il Tour of Duty strategico per l'azienda. Nel 2021 l'iniziativa ha coinvolto 5 persone su diversi team aziendali.

[20] *Rispetto all'avvio del programma, quattro risorse hanno rassegnato le dimissioni.*

UN NUOVO STILE DI FORMAZIONE

Fastweb, anche nel 2021, ha proseguito nella progettazione dei corsi in modalità online per assicurarne l'erogazione da remoto e permettere a tutta la popolazione aziendale di fruire delle sessioni formative in maniera flessibile, non perdendo in qualità rispetto ai contenuti e facilitando al contempo la partecipazione grazie all'ottimizzazione dei tempi.

Nel 2021 è stato nuovamente confermato il percorso di formazione specifico per i manager, che rappresentano quasi il 20% della popolazione di Fastweb, rappresentato dal progetto FOM.

Il **FOM**, *Fundamentals of Management*, è attivo in due versioni: "FOM" per chi è recentemente diventato responsabile di un team e "FOM RELOADED" per chi ha già esperienza di gestione delle risorse. Nel 2021, il programma ha coinvolto 165 manager e ha previsto 12 edizioni composti da brevi video per approfondire le competenze di base nella gestione dei collaboratori. Inoltre, i manager possono richiedere on demand una sessione dedicata di *coaching light* per approfondire qualsiasi tematica o difficoltà, in ogni momento.

Fastweb ha organizzato anche quest'anno diversi **corsi** di formazione tecnica per specifiche competenze, certificati da fornitori terzi garanti della qualità e adeguatezza dei contenuti. Questa modalità di formazione permette alle persone di Fastweb di vedere riconosciuta la propria competenza acquisita attraverso un certificato conferito da un'organizzazione terza indipendente. Nel 2021 sono stati rilasciati dei certificati a 22 persone per un totale di 720 ore di formazione effettuata. Con l'obiettivo di permettere alle persone di accedere a contenuti di qualità per la propria formazione, nel 2021 Fastweb ha potenziato ulteriormente l'iniziativa lanciata lo scorso anno su **[UP]ME**, piattaforma di formazione online. Questo strumento ha funzione sia di motore di ricerca di corsi online, con circa 350.000 contenuti in italiano e inglese selezionati da fonti come Coursera, Udacity, TEDx, TED e Youtube Education, sia di aggregatore di corsi: lo strumento permette di organizzare facilmente i numerosi contenuti all'interno di categorie predefinite e di avere a disposizione un *Learning Plan*, ossia una collection che raccoglie i corsi di maggiore interesse. Grazie ad [UP]ME i dipendenti hanno potuto accedere a ulteriori risorse utili per sviluppare le proprie competenze tecniche, manageriali e comportamentali di *soft skills*, oltre ad avere la possibilità di suggerire corsi tra utenti. A fine 2021, sono state attivate 1.114 licenze e sono stati registrati 966 completamenti dei moduli formativi, per un totale di 1.013 ore di formazione.

La formazione tecnica e professionale, oltre a prevedere l'erogazione di corsi specifici a opera di fornitori e partner esterni, è proseguita anche quest'anno con il **progetto ILEX** (Internal Learning Experience) in modalità da remoto. Questi corsi di formazione sono tenuti dai dipendenti stessi, che decidono di mettere a disposizione dei colleghi le proprie competenze. Nel corso del 2021 sono stati tenuti 29 corsi di formazione che hanno coinvolto circa 30 relatori ILEX e sono stati seguiti da 210 risorse interne per un totale di 403 partecipazioni e 2.373 ore di formazione.

Ai corsi all'interno del catalogo ILEX si aggiungono anche altri corsi pensati appositamente per i neoassunti e per i dipendenti che hanno cambiato ruolo e che diventeranno *Project Manager* e *Sales Engineer* attraverso un percorso formativo specifico che l'azienda ha lanciato nel 2021. Il periodo di *induction* per queste figure prevede un approccio integrato, composto da sessioni formative, da strumenti di tutoring e incontri ad hoc con i responsabili dei team che collaborano con il mondo dei progetti Enterprise. I nuovi entranti hanno così l'opportunità di conoscere in modo completo tutte le sfaccettature del mondo Enterprise, dei team con cui collaborano e delle persone che lo compongono. Nel 2021 il percorso ha coinvolto 49 persone e ha previsto 26 interventi formativi per oltre 50 ore.

Nel corso del 2021 sono state erogate a dipendenti Fastweb e 7Layers 51.084 ore di formazione di cui 46.032 ore in modalità sincrona e 5.052 in modalità asincrona, per un totale di 18 ore per dipendente.

Si riporta in appendice tecnica il dettaglio delle ore di formazione erogate in aula nel triennio 2019-2021, suddiviso per inquadramento e per genere. A queste attività si aggiungono ore di formazione specialistica (es. safety, ambiente, 231, anticorruzione e privacy) erogate dalle singole funzioni e citate nei paragrafi dedicati.

STRUMENTI DI VALUTAZIONE E SUPPORTO PER CRESCERE AL MEGLIO DELLE PROPRIE POTENZIALITÀ

Per quanto riguarda la gestione dell'organizzazione, il modello adottato da Fastweb, introdotto nel 2019, è focalizzato sulle responsabilità connesse al singolo ruolo invece che al posizionamento funzionale all'interno dell'organizzazione. Il modello si compone di due strumenti fondamentali: il **Job Family Model** e il **Banding**. Il Job Family Model prevede la suddivisione della popolazione aziendale in "famiglie", "sottofamiglie" e "ruoli" sulla base delle competenze

professionali e delle attività previste dal ruolo. Il Banding prevede invece una “riclassificazione” dei ruoli aziendali “in bande” (gruppi) sulla base di elementi trasversali quali l’autonomia decisionale, il livello di responsabilità e la capacità di incidere sul business.

Questo approccio è stato pensato per diffondere gradualmente una maggiore consapevolezza del **valore del proprio ruolo in azienda**, per fornire leve gestionali e di sviluppo più evolute e per sviluppare una **visione trasversale dell’organizzazione** potenziando la chiarezza verso tutti i collaboratori. L’obiettivo finale è quello di mettere ogni persona nella condizione di assumere sempre più un ruolo da protagonista in azienda, consapevole del proprio posizionamento e delle proprie potenzialità.

Infine, è stato mantenuto attivo il processo di *performance review* che coinvolge tutti i dipendenti a tempo indeterminato attraverso un processo basato su due elementi: la valutazione del grado di raggiungimento degli obiettivi individuali, concordati a inizio anno da ogni persona con il manager diretto, e la valutazione della prestazione complessiva, espressione di una valutazione più qualitativa della performance individuale. Gli esiti del *performance review* vanno a contribuire alla definizione del percorso di formazione, crescita e sviluppo di ciascuno, attraverso gli strumenti visti nei paragrafi precedenti.

4.4

IL NOSTRO IMPEGNO A SOSTEGNO DELLA COMUNITÀ

Fastweb sostiene da sempre il territorio in cui opera finanziando progetti e iniziative sociali, anche attraverso il coinvolgimento dei propri dipendenti e clienti.

Nel corso del 2021 il supporto di Fastweb si è concretizzato attraverso donazioni in denaro, tempo, materiali e competenze delle sue persone, con l’obiettivo finale di tutelare la salute, sostenere le persone tramite la tecnologia, assicurare la formazione e diffondere i valori della sostenibilità.

Tutte le proposte di donazione, come negli anni precedenti, sono state vagliate da un Comitato Donazioni composto da membri provenienti da diversi team aziendali, al fine di assicurare trasparenza ed equità. Le donazioni sono state valutate sulla base della coerenza con le principali aree di intervento di Fastweb nell’ambito della sostenibilità e, in generale, con i criteri di ammissibilità dei progetti presentati. Le associazioni e gli enti beneficiari sono stati selezionati verificando il rispetto dei requisiti specificati nella Policy aziendale dedicata.

IMPEGNO PER LA COMUNITÀ: FASTWEB PER LE PICCOLE REALTÀ IMPRENDITORIALI

Nel 2021 Fastweb ha completato la realizzazione dell’iniziativa per sostenere i piccoli imprenditori e le piccole attività commerciali, che rappresentano una delle categorie che ha maggiormente sofferto le conseguenze della crisi sanitaria.

L’iniziativa, lanciata a fine 2020 in collaborazione con Fondazione Cesvi, ha previsto la donazione di *Christmas Card* e di 11.000 ore di lavoro da parte dei dipendenti. Le donazioni sono proseguite fino al 15 gennaio 2021 con una raccolta complessiva di circa 320.000 euro da parte dei dipendenti: Fastweb ha contribuito con proprie risorse economiche per il restante importo, al fine di raggiungere 1 milione di euro.

Il fondo è stato amministrato con la consulenza di Confcommercio e in collaborazione con Fondazione Cesvi, che ha messo a disposizione la sua esperienza in operazioni simili e ha fornito garanzia di trasparenza nella selezione delle attività a cui donare.

Le persone di Fastweb hanno potuto segnalare all'azienda i destinatari delle donazioni, avendo così l'opportunità di dare supporto a realtà che conoscono direttamente e che fanno parte della loro comunità, e allo stesso tempo, che rispettino i criteri di partecipazione al bando. Ai beneficiari segnalati dai dipendenti ne sono stati aggiunti altri, individuati in collaborazione con Cesvi e Confcommercio, che presentavano lo stesso quadro di difficoltà. La procedura di assegnazione per accedere al finanziamento da 5.000 euro è stata certificata da un Comitato Tecnico nominato dalla Fondazione Cesvi, Fastweb e alcuni rappresentanti di Confcommercio e del mondo accademico.

In meno di tre mesi è stato allocato tutto il milione di euro raccolto, raggiungendo numerose realtà imprenditoriali, tra cui bar, ristoranti, agenzie di viaggio e palestre in particolare difficoltà.

CONTACT TRACING SOLIDALE

Contact Tracing Solidale è un progetto nato dall'esigenza dell'ATS Milano, l'Agenzia della Tutela della Salute, per tracciare i pazienti positivi al Covid. Fastweb ha collaborato al progetto contribuendo a rintracciare oltre 500 pazienti, separati in casa e isolati, con il bisogno di essere ascoltati e trovare delle risposte. L'azienda, fin da gennaio 2021, è stata promotrice dell'iniziativa, durante la quale ogni mattina i volontari contattavano le persone in isolamento per effettuare una prevenzione sanitaria, riepilogare le buone norme di comportamento da rispettare e verificare le loro effettive condizioni, al fine di limitare la diffusione del contagio dentro e fuori le mura domestiche. A gennaio, oltre 100 persone Fastweb in tutta Italia si sono impegnate come volontarie supportando per un totale di 240 ore circa 15 persone al giorno, affiancate dal supporto di due chat presidiate da due dottoresse tutor di ATS e da una Community in Agorà.

FASTWEB SPECIAL SPONSOR DELLA GALLERIA DELLA SOSTENIBILITÀ DEL MUSE

Fastweb è partner della nuova **Galleria del MUSE**, il Museo delle Scienze di Trento, interamente dedicata ai temi dello sviluppo sostenibile promossi dall'Agenda 2030 dell'Organizzazione delle Nazione Unite.

In occasione della realizzazione del nuovo spazio museale incentrato sui temi dello sviluppo sostenibile, Fastweb è presente con un'installazione dedicata alla *smart city* del futuro dove servizi sostenibili e più vicini alle persone si incontrano grazie alle potenzialità del digitale.

Con l'obiettivo di coinvolgere tutti nella costruzione di un futuro sempre più inclusivo e digitale e contribuire ad aumentare la consapevolezza delle persone sui 17 obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU (SDGs), Fastweb ha contribuito alla realizzazione di un'area espositiva di oltre 400 metri quadrati dove vengono esplorati i principali fattori del cambiamento globale, come ad esempio la perdita di biodiversità, il cambiamento climatico e l'aumento demografico, affiancando proiezioni di futuri possibili e di possibili soluzioni.

All'interno della galleria è stata realizzata anche l'area "**Goal Zero Area**", uno spazio in cui vengono presentate otto storie di aziende private che operano concretamente nel campo della tutela dell'ambiente e che si impegnano a percorrere nuovi modelli di business sostenibili, con l'obiettivo di diffondere una testimonianza concreta del contributo che anche il settore privato riveste nel percorso verso il raggiungimento dei 17 SDGs. Fastweb è presente all'interno della *Goal Zero Area* attraverso un esempio di *Smart City*: tramite un'installazione circolare in legno dal titolo "Un futuro digitale nel rispetto dell'ambiente", l'azienda propone la riproduzione di una *smart city* del futuro in cui il digitale rappresenta l'abilitatore di servizi sempre più sostenibili, inclusivi ed efficienti a beneficio delle persone e della comunità.

FASTWEB PER ACTIONAID

In continuità con gli anni precedenti, anche nel 2021 Fastweb ha sostenuto associazioni benefiche che lavorano sul territorio, raddoppiando l'importo donato dai propri clienti tramite abbonamento. In particolare, quest'anno l'azione di Fastweb si è concentrata a beneficio del progetto **Ripartire** di ActionAid, organizzazione internazionale impegnata nella lotta alle cause della povertà, con l'obiettivo di contrastare l'abbandono scolastico e la povertà educativa, stimolando la formazione e la diffusione di nuove competenze e favorendo la partecipazione degli studenti, delle famiglie, della scuola e della società civile in contesti difficili del Paese.

Il progetto di ActionAid avrà una durata di due anni, durante i quali 3.250 ragazze e ragazzi di 5 scuole secondarie di secondo grado, insieme a 200 docenti, 500 genitori e 55 rappresentanti di istituzioni locali delle città di L'Aquila, Ancona, Pordenone, Trebisacce e del Municipio VI di Roma costruiranno insieme un nuovo modello di partecipazione civica. Gli studenti avranno l'opportunità di partecipare ad attività concrete per sviluppare competenze cognitive, relazionali e sociali tra cui abilità tecnologiche, comunicative e di *problem-solving*. Verranno inoltre implementate attività per la promozione di nuovi spazi di partecipazione e di governance della scuola e del territorio, al fine anche di generare una co-progettazione di beni e servizi con enti pubblici.

UN AIUTO PER LE ATLETE AFGHANE

Nel 2021, in un momento molto difficile per la popolazione afghana, Fastweb, in collaborazione con il CONI, il Comitato Olimpico Nazionale Italiano, ha deciso di sostenere 10 atlete afghane donando a ciascuna di loro un telefono cellulare e una SIM gratuita per un anno. Le atlete sono cicliste e calciatrici che tramite due associazioni no profit, ASD Road to Equality e Cospe Onlus, sono riuscite a mettersi in salvo per essere accolte in Italia.

FASTWEB PARTNER DELL'OPENING TOUR NASTRO ROSA 2021 DI LILT

Con l'obiettivo di diffondere la prevenzione oncologica, Fastweb ha supportato anche nel 2021 il tour del nuovo ambulatorio mobile LILT (Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori) con una missione di salute: portare la prevenzione oncologica nelle aree periferiche e di maggiore fragilità delle città di Milano e Monza. Nello specifico, la tappa dell'11 ottobre è stata simbolicamente "la tappa di Fastweb", in quanto ha coinvolto la zona di Rogoredo, nei pressi della sede legale Nexxt.

Il nuovo ambulatorio mobile, dotato di due aree per visite diagnostiche all'avanguardia, è partito il 5 ottobre ha raggiunto le aree periferiche del territorio di Milano e Monza Brianza, in cui sono ancora poche le opportunità per fare della diagnosi precoce un'abitudine di vita.

Durante l'intero tour le visite sono state aperte a tutte le donne che non hanno mai aderito o effettuato visite negli Spazi LILT, senza limiti di età.

Futuro più ecosostenibile

5.1

UN IMPEGNO CONCRETO NELLA LOTTA AI CAMBIAMENTICLIMATICI

La lotta contro i cambiamenti climatici (obiettivo 13) è uno dei 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile **(SDGs – Sustainable Development Goals)** definiti nel 2015 dalle Nazioni Unite con orizzonte 2030, per garantire un futuro sostenibile al nostro Pianeta.

Il 2021 è stato un anno importante per Fastweb a questo riguardo, in quanto è stato definito un ulteriore importante elemento della Climate Strategy aziendale, fissando l'obiettivo di diventare completamente **Carbon Neutral entro il 2025**, attraverso un progetto di compensazione di tutte le emissioni, dirette e indirette, non riducibili. Si tratta di un importante impegno per il futuro, che si è concretizzato già da quest'anno: a partire dal 2021, infatti, Fastweb è **Carbon Neutral per tutte le emissioni dirette** (Scope 1), ossia le emissioni sotto il controllo diretto dell'azienda, e per tutte le ***operations***, ossia tutte le attività finalizzate all'erogazione dei servizi ai clienti. Per realizzare questi importanti obiettivi, Fastweb ha avviato una collaborazione con **AzzeroCO$_2$**, società fondata da Legambiente e Kyoto Club, per supportare importanti **progetti internazionali di forestazione, tutela forestale e produzione di energie rinnovabili.**

Carbon Neutral per emissioni dirette (azzeramento Scope 1)

Carbon Neutral per tutte le operations (attività di erogazione servizi ai clienti)

Carbon Neutral compensando tutte le emissioni di CO_2

FORESTAZIONE NELLA FORESTA CENTRALE DI BUKALEBA IN **UGANDA**	**Progetto per la gestione sostenibile delle risorse forestali presso le piantagioni all'interno della Riserva Forestale Centrale di Bukaleba, in Uganda. Il progetto prevede il rimboschimento di specie autoctone su 2.000 ettari**
PROTEZIONE DELLA FORESTA DI PACAJA, IN **BRASILE**	**Progetto per prevenire la deforestazione illegale nel comune di Portel, in Brasile, in un'area di 148.000 ettari e per incoraggiare le popolazioni locali ad utilizzare tecniche agroforestali sostenibili ricevendo in cambio diritti di utilizzo del suolo.**
ENERGIA ELETTRICA DA EOLICO, IN **INDIA**	**Progetto per l'implementazione di un parco eolico di 159,75 MW costituito da 136 generatori di turbine eoliche in cinque distretti dell'India, negli stati Tamil Nadu e Karnataka.**
ENERGIA ELETTRICA DA EOLICO, IN **NICARAGUA**	**Progetto per il potenziamento del parco eolico di Amayo, situato nella provincia di Rivas, nella Repubblica del Nicaragua, attraverso un aumento di capacità di 23,1 MW in modo tale da fornire elettricità alla rete nicaraguense a prezzi accessibili attraverso una fonte rinnovabile.**
ENERGIA DA IDROELETTRICO A RIO GRANDE DO SUL, IN **BRASILE**	**Progetto per la generazione di energia elettrica da fonte rinnovabile attraverso due impianti idroelettrici situati nei comuni di Júlio de Castilhos e Salto Jacuí, nello stato del Rio Grande do Sul, nel Brasile meridionale.**

Oltre ai progetti internazionali, Fastweb ha dato il proprio contributo anche a iniziative sviluppate sul territorio italiano. Infatti, in collaborazione con AzzeroCO_2 e Legambiente, l'azienda ha partecipato alla campagna nazionale **Mosaico Verde**, un importante progetto che coinvolge aziende ed enti pubblici per per la **forestazione di aree urbane** ed **extraurbane** e la **tutela di boschi.** L'obiettivo che si è prefissata Fastweb è di piantare 9.000 alberi in tre anni, partendo nel 2021 con la messa a dimora di 3.000 alberi nelle città di Milano, presso l'area Porto di Mare – Rogoredo, Roma, presso il Parco della Cellulosa, e Bari, presso il Parco Urbano ASI. Con questa iniziativa Fastweb vuole dare il proprio contributo alla riqualificazione di territori urbani e al miglioramento della qualità dell'aria, della biodiversità e della qualità di vita.

Nell'ambito di questo progetto, Fastweb ha **voluto coinvolgere anche le sue persone e le loro famiglie**, per consentire a tutti di dare il proprio contributo e per sensibilizzare in maniera concreta la popolazione aziendale. Il progetto ha previsto quattro giornate, due a Milano, una a Roma e una a Bari, in cui i dipendenti e i loro figli hanno avuto possibilità di partecipare direttamente alla messa a dimora degli alberi.

A ciascun dipendente è stato consegnato un kit per piantare l'albero assegnato, mentre i loro figli hanno svolto diverse attività ricreative pensate per diffondere maggior consapevolezza sul rispetto dell'ambiente anche nelle future generazioni. A Milano tutti i bambini hanno potuto partecipare a una visita guidata del Parco, oltre che alla messa a dimora degli alberi; mentre a Roma e Bari, i bambini dai 6 agli 11 anni hanno potuto divertirsi in laboratori dedicati di riciclo creativo e i ragazzi maggiori di 12 anni sono stati coinvolti nelle attività di messa a dimora.

Affinché il contrasto ai cambiamenti climatici sia efficace, un piano di compensazione delle emissioni non è sufficiente se non è accompagnato da un piano di riduzione delle emissioni generate.
Fastweb ha fissato nel 2020 i propri obiettivi di riduzione delle emissioni al 2030 attraverso l'adesione alla **Science Based Targets initiative**, l'iniziativa internazionale che ha definito le linee guida per calcolare obiettivi di contrasto al cambiamento climatico sulla base di criteri validati scientificamente. La Science Based Targets initiative (SBTi) è nata dalla collaborazione tra United Nations Global Compact, CDP (ex Carbon Disclosure Project), World Resources Institute (WRI) e World Wide Fund for Nature (WWF): l'obiettivo dell'iniziativa è quello di contenere gli effetti del cambiamento climatico attraverso la definizione di impegni precisi per limitare l'innalzamento della temperatura a livello globale sotto il 1,5°C, in linea con i target fissati dall'Accordo di Parigi sul clima del 2015 e con quanto ritenuto necessario dalle più recenti evidenze scientifiche.
Fastweb ha pubblicato i propri obiettivi di riduzione delle emissioni, approvati da parte di SBTi: l'obiettivo complessivo è quello di ridurre le emissioni di gas a effetto serra nella misura di 30.500 tonnellate di anidride carbonica entro il 2030. In particolare, gli obiettivi approvati sono:

- **Riduzione del 62%, entro il 2030, delle emissioni dirette (Scope 1) rispetto al 2018;**

- **Mantenimento dell'impegno ad acquistare il 100% dell'energia elettrica (Scope 2) da fonti rinnovabili, almeno fino al 2030 (attività già in essere dall'inizio del 2015);**

- **Riduzione del 15%, entro il 2030, delle emissioni indirette (Scope 3) rispetto al 2018.**

Questi obiettivi potranno essere raggiunti attraverso una profonda revisione della composizione della car fleet aziendale, l'eliminazione delle centrali termiche alimentate a metano, la riduzione dell'impatto ambientale legato ai cantieri di posa della fibra ma soprattutto attraverso iniziative di coinvolgimento rivolte ai fornitori e ai clienti.

Fastweb è stata la prima telco in Italia ad aver fissato i propri obiettivi di riduzione delle emissioni di CO_2 al 2030 e ad averli presentati e fatti approvare dalla *Science Based Targets initiative*.

FASTWEB EUROPE CLIMATE LEADER 2021

A luglio 2021 Fastweb è diventata ***Climate Leader,*** posizionandosi al primo posto in Italia e al secondo posto in Europa nella classifica del Financial Times e Statista, che ha valutato trecento aziende in tutta Europa in funzione della riduzione del proprio impatto sui cambiamenti climatici. L'importante riconoscimento ha premiato l'impegno di Fastweb per l'ambiente, che da diversi anni investe per migliorare l'efficienza energetica delle proprie infrastrutture di rete, dal 2015 acquista il 100% dell'energia da fonti rinnovabili ha raggiunto il traguardo di riduzione del 95% delle emissioni dirette di anidride carbonica con riferimento al periodo 2014-2019. Fastweb si è così classificata anche come l'**azienda di telecomunicazioni più virtuosa in Europa** nella riduzione delle emissioni.

"La sostenibilità è ormai uno dei driver chiave che guidano le nostre strategie e i nostri progetti. Digitalizzazione e sostenibilità sono le due leve essenziali per il futuro di questo Paese e nella nostra visione sono sempre più integrate: non c'è digitalizzazione senza sostenibilità e non c'è sostenibilità senza digitalizzazione. Prenderci cura della comunità, del territorio, dell'ambiente sono una priorità di business non più solo un imperativo di responsabilità sociale".

(Alberto Calcagno, Amministratore Delegato di Fastweb)

L'adesione alla Science Based Targets initiative rappresenta la naturale evoluzione del monitoraggio della Carbon Footprint ("impronta di carbonio") che Fastweb ha avviato sin dal 2015, con riferimento ai principali standard internazionali in materia[21].

Il modello di valutazione sviluppato dall'azienda consente di rilevare le **emissioni dirette** (Scope 1), dovute ad attività dell'azienda o da essa controllate (ad esempio per l'utilizzo di combustibili per riscaldamento e per il trasporto mediante auto aziendali e auto in pool), le **emissioni energetiche indirette** (Scope 2), derivanti dall'acquisto di energia elettrica e le **altre emissioni indirette** (Scope 3), che scaturiscono da sorgenti di gas a effetto serra non di proprietà o controllate da soggetti esterni.

Attraverso tali analisi Fastweb dispone di una fotografia a 360 gradi di tutti gli impatti aziendali, dagli uffici all'infrastruttura di rete, dai negozi di proprietà al franchising, dalla catena di fornitura alla distribuzione e al ritiro delle apparecchiature, fino all'utilizzo dei servizi da parte dei clienti e alla gestione del fine vita dei prodotti[22].

Il calcolo degli ***Enabling Effects*** (Scope 4), che rappresentano le emissioni evitate dai clienti grazie all'utilizzo dei servizi erogati, è stato aggiunto a partire dal 2018. Tale analisi permette di quantificare le emissioni evitate sulla base di un modello che considera i servizi di videoconferenza, di housing e di hosting, di lavoro da remoto e i servizi che consentono ai clienti di evitare la stampa di documenti e di fruire di servizi online[23].

[21] *In particolare il calcolo è basato sul "Corporate Accounting and Reporting Standard" del Global Greenhouse Gas Protocol – lo standard di riferimento in materia di monitoraggio delle emissioni climalteranti – e sull'"ICT Footprint - Pilot testing on methodologies for energy consumptions and carbon footprint of the ICT - sector" sviluppato dalla Commissione Europea.*

[22] *Dalla mappatura degli impatti sono esclusi solo i punti vendita multimarca, i cui contributi sono comunque trascurabili.*

[23] *Il modello è stato sviluppato a partire dalle linee guida della Global e-Sustainability Initiative (GeSI) "Evaluating the carbon-reducing impacts of ICT" e dal framework adottato da Swisscom.*

LA LOTTA AI CAMBIAMENTI CLIMATICI E SVILUPPO SOSTENIBILE: UN IMPEGNO COLLETTIVO

La lotta ai cambiamenti climatici e la promozione di uno sviluppo sostenibile sono possibili se affrontati come un impegno collettivo delle Istituzioni, delle aziende e della collettività in generale. Fastweb ha promosso la divulgazione di una maggior informazione sugli effetti dei cambiamenti climatici, e sulla sostenibilità in generale, sia all'interno, sia all'esterno dell'azienda, per dare il proprio contributo all'aumento dell'*awareness* generale su queste tematiche.

Con questo spirito, anche quest'anno Fastweb ha partecipato al Salone della CSR e dell'innovazione sociale, uno dei principali eventi in Italia dedicato al tema della sostenibilità, finalizzato ad aumentare la cultura della sostenibilità e offrire occasioni di aggiornamento e scambio. In particolare, Fastweb è intervenuta portando la propria esperienza sui temi delle competenze digitali e del binomio positivo tra sostenibilità ambientale e digitalizzazione.

Un'ulteriore iniziativa su questi temi è la collaborazione, nata nel 2021, con il ***BAM Forum***, un progetto creato e gestito da BAM (Biblioteca degli Alberi di Milano), Fondazione Riccardo Catella e Fondazione Corriere della Sera. Si tratta di un palinsesto di cinque incontri in formato webinar andati in onda da giugno a ottobre 2021 con l'obiettivo di stimolare una riflessione collettiva sull'impatto che l'ambiente ha sul nostro essere, sia come individui che come specie, e l'impronta che l'uomo ha sull'ambiente.

Sempre nel 2021, in occasione della giornata mondiale della Terra, Fastweb ha lanciato una **campagna social di sensibilizzazione** in occasione dell'*Earth Day*, manifestazione internazionale nata per sensibilizzare le persone sull'importanza della tutela dell'ambiente e celebrare la vita e la bellezza della Terra.

Con un evento dedicato solo al personale Fastweb, durante il 2021, il programma formativo **OTT Learning Program** ha previsto anche un approfondimento dedicato alla sostenibilità, durante il quale sono stati affrontati i temi della sostenibilità a 360 gradi e la loro integrazione nei progetti e nelle iniziative aziendali. L'evento ha avuto inizio con l'introduzione al tema da parte di una personalità di spicco nell'ambito della comunicazione sociale e di CSR, ed è proseguita con l'intervento del team Sustainability di Fastweb.

Fastweb nel corso dell'anno ha inoltre proposto ai dipendenti una serie di **webinar tematici divulgativi,** finalizzati a creare consapevolezza sulle scelte sostenibili nelle vita di tutti i giorni, affrontando argomenti come il significato degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dalle Nazioni Unite attraverso l'Agenda 2030 (SDGs), le tematiche di sostenibilità legate al food, alla circular economy e al turismo sostenibile.

LA COLLABORAZIONE CON LEGAMBIENTE: IL MARCHIO "FASTWEB PER LA SOSTENIBILITÀ"[24]

Dal 2019 il marchio **"Fastweb per la sostenibilità"** consente ai clienti di comprendere il beneficio ambientale portato dall'utilizzo di alcuni servizi digitali, rispetto alla fruizione di un servizio tradizionale: per i prodotti e servizi accompagnati da tale label, infatti, Fastweb fornisce ai clienti l'indicazione della quantità di emissioni climalteranti evitate. Le soluzioni Fastweb etichettate con la Label di Sostenibilità sono 19 (3 per le famiglie, 5 per le partite IVA e le piccole imprese e 11 per le medie e grandi imprese) e sono quelle che permettono a privati o aziende di ridurre il proprio impatto ambientale diminuendo, ad esempio, gli spostamenti in auto o con i mezzi pubblici, prevedendo l'utilizzo di infrastrutture a elevata efficienza energetica o consentendo di ridurre i consumi di carta.

Per tali servizi è stato sviluppato un modello di calcolo delle emissioni evitate medie per ogni unità di servizio/prodotto commercializzato secondo una metodologia elaborata da Fastweb insieme a Quantis, società di consulenza internazionale leader nel settore della sostenibilità ambientale. Le assunzioni di base e il metodo di calcolo, disponibili a tutti in una nota metodologica sul sito corporate aziendale, sono stati approvati da un panel di esperti di Legambiente, che ha ritenuto il documento scientificamente valido e trasparente in coerenza con gli scopi prefissati. La collaborazione con Legambiente è stata confermata anche per il 2021; in particolare, grazie agli interventi di efficientamento realizzati sull'infrastruttura tecnologica, si è registrato per il nuovo accordo un significativo aumento del beneficio ambientale legato ai servizi cloud.

FASTWEB Per la sostenibilità | APPROVATO DA LEGAMBIENTE

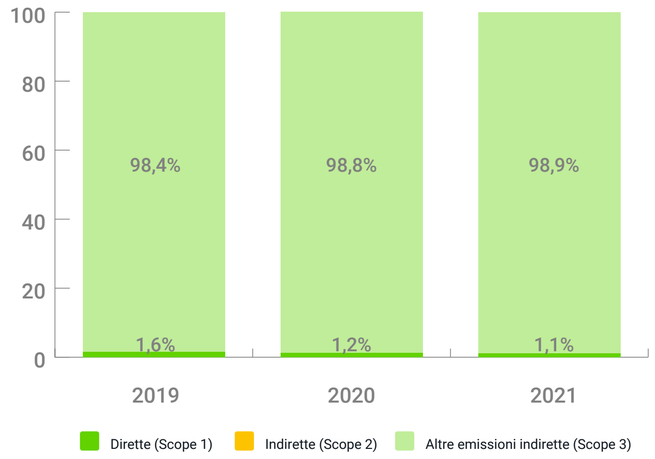
[24] *https://www.fastweb.it/corporate/futuro-piu-ecosostenibile/soluzioni-digitali-per-l-ambiente/*

In aggiunta alle molteplici iniziative nel contesto della tutela ambientale, Fastweb ha avviato nel 2021 un'analisi del rischio legata ai cambiamenti climatici in collaborazione con la Capogruppo Swisscom. Nello specifico, l'analisi segue il modello delle raccomandazioni della TCFD, *Task Force on Climate-related Financial Disclosures*, l'iniziativa messa in campo nel 2015 dal Financial Stability Board (FSB) con l'obiettivo di affrontare e quantificare i rischi generati dal cambiamento climatico sulla stabilità del sistema finanziario mondiale. In linea generale, le raccomandazioni promuovono maggiore trasparenza sui rischi finanziari legati al cambiamento climatico e aspirano a fornire delle linee guida al settore privato per la rendicontazione volontaria dei rischi e delle opportunità legati al clima. Con riferimento al 2021 la carbon footprint aziendale (Scope 1, Scope 2 e Scope 3) è pari a 172 mila ton CO_{2eq}, prevalentemente generate dai contributi afferenti allo Scopo 3.

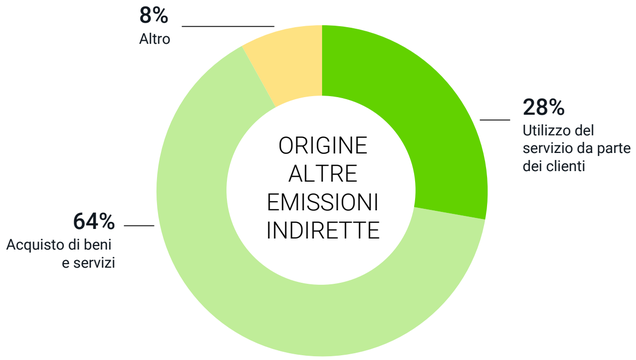
Analizzando nel dettaglio i singoli ambiti si rileva come le emissioni dirette (Scope 1) sono passate da 1.981 a 1.876 tonnellate di CO_{2eq} (-5% rispetto al 2020)[25], trend dovuto principalmente alla diminuzione delle perdite accidentali di gas refrigerante e dei consumi di gas naturale legati alla stagionalità. Per quanto riguarda le emissioni di Scope 2, il valore registrato è stato pari a zero nel triennio dal 2019 al 2021, poiché il 100% dell'energia elettrica acquistata direttamente dall'azienda è prodotta da fonti rinnovabili. Grazie alla politica di approvvigionamento da fonti rinnovabili, nel 2021 Fastweb ha evitato l'emissione in atmosfera di 62.288 ton CO_{2eq}[26].
Per quanto concerne infine le altre emissioni indirette (Scope 3), queste sono passate da 167 a 170 mila ton CO_{2eq} (+1,9%). L'incremento registrato è dovuto essenzialmente all'aumento del numero di clienti e dell'utilizzo dei servizi erogati.

Le ore di utilizzo medio di internet da parte dei clienti residenziali è passato da 8 a 8,8 h/g. Nell'ambito dello Scopo 3 si è registrata inoltre una riduzione del 42% dell'impatto legato agli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti. Attraverso il calcolo dell'intensità emissiva è possibile valutare l'efficienza di Fastweb in termini di emissioni climalteranti, come rapporto tra il totale delle emissioni (espresso in chilogrammi di CO_{2eq}) e il volume di traffico registrato sulla rete (espresso in TByte). Per il 2021 tale indice è pari a 22, in diminuzione del 4% rispetto al 2020, a conferma del trend di riduzione registrato negli anni. Il continuo miglioramento dell'intensità emissiva è legato principalmente all'aumento del volume di traffico dati complessivo e al continuo efficientamento della rete che consente di processare un sempre maggior volume di dati senza per questo aumentare proporzionalmente la carbon footprint aziendale.

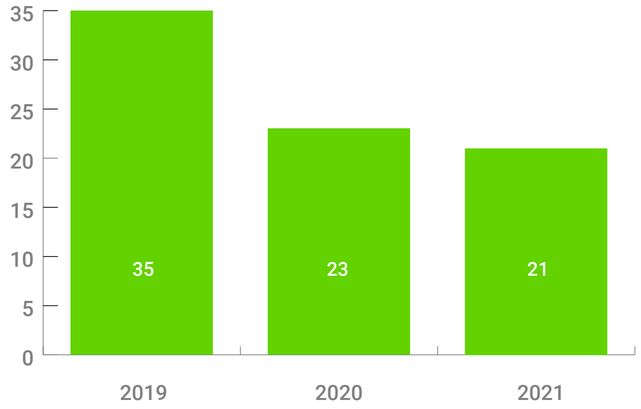
RIPARTIZIONE DELLE EMISSIONI DI CO_{2eq}



ALTRE EMISSIONI INDIRETTE (SCOPE 3) PER ORIGINE



INDICE DI INTENSITÀ EMISSIVA (KG CO_{2eq}/TBYTE)



[25] *I valori di emissione dello Scope 1 sono stati modificati rispetto a quanto riportato nel Report di Sostenibilità 2020, a seguito di una modifica nel metodo di calcolo, introdotta nel 2021 e applicata anche agli anni precedenti.*

[26] *Valore delle emissioni con calcolo location-based, ottenuto considerando il mix energetico nazionale.*

IL MOBILITY MANAGEMENT IN FASTWEB: GO FAST, GO GREEN

La nuova strategia di Fastweb per una mobilità sostenibile, "**Go Fast, Go Green**", si declina in tre ambiti principali:

1. **Le emissioni aziendali**
2. **Gli spostamenti casa-lavoro**
3. **Gli usi privati dei dipendenti**

Il programma prevede la progettazione di diverse iniziative finalizzate a organizzare la mobilità delle persone Fastweb in modo sempre più eco-sostenibile.

Come elemento fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi di riduzione delle emissioni di CO_2 fissati per lo Scope 1, è stato definito un progetto di rinnovamento della car fleet aziendale, che ha visto negli ultimi tre anni il triplicarsi del numero di auto ad **alimentazione ibrida**, che hanno sostituito le vetture ad alimentazione termica. L'obiettivo del progetto è di arrivare a una flotta aziendale composta dal 75% di auto ibride e dal 25% di auto diesel entro il 2025 e raggiungere, nel 2030, l'obiettivo di 70% di auto *full electric* e di 30% di auto ibride.

Per favorire l'utilizzo delle auto ibride in modalità elettrico, la car list 2021-2022 è stata aggiornata prevedendo una prevalenza di modelli ibridi ed è stato introdotto un meccanismo di co-finanziamento premiante per le scelte più *green*.

Nel 2021 è stata inoltre lanciata l'iniziativa "**Recharge Anywhere**", che prevede tre fasi di attuazione:

- L'assegnazione, avvenuta nel mese di dicembre, a tutti i dipendenti assegnatari di auto *plug in* o elettriche di una carta virtuale, che consente di ricaricare la macchina presso le colonnine pubbliche di Enel X;
- Nei primi mesi del 2022 verrà data la possibilità a ciascun dipendente assegnatario di auto *plug in* o elettrica di installare presso la propria abitazione una colonnina (*Wall Box* domestica) per ricaricare la propria vettura pagando un prezzo molto agevolato grazie alla partnership di Fastweb con Enel X;
- L'installazione, con messa in opera nei primi mesi del 2022, di colonnine di ricarica di energia elettrica per vetture nei parcheggi della sede Nexxt di Milano.

Per aggiornare l'analisi sugli spostamenti casa-lavoro dei dipendenti, anche per il 2021 Fastweb ha proposto la **nuova *Mobility Survey* online** a tutti i dipendenti, su tutto il territorio nazionale. Lo scopo della survey è stato quello di analizzare le abitudini di spostamento delle persone per verificare cosa fosse cambiato rispetto all'anno precedente, nel quale tutta la popolazione aziendale è stata messa in condizione di lavorare da remoto, e per valutare la propensione al cambiamento in un'ottica di mobilità sostenibile. Per rendere le domande il più aderenti possibili alla realtà di tutti i giorni e rispondere così alle esigenze dei dipendenti, il team di Mobility Management ha collaborato con altre funzioni per la creazione del questionario. La *survey*, erogata ai dipendenti nel mese di luglio, ha ottenuto un elevato tasso di *redemption*, con la partecipazione dell'83% della popolazione aziendale e ha ottenuto importanti risultati relativi alla propensione al cambiamento. I risultati sono stati utilizzati per aggiornare il **Piano Spostamenti Casa-Lavoro (PSCL)** e pianificare al meglio le future iniziative di mobilità sostenibile disegnate su misura per le persone Fastweb.

Nel 2021, infine, è stato lanciato il nuovo **portale *Mobility Company*** creato da Fastweb in collaborazione con "*Movesion*", importante player nel settore del mobility management e della mobilità sostenibile. Il portale è dedicato a tutte le persone Fastweb, che possono accedervi in qualsiasi luogo e da qualunque device, e raccoglie tutti i servizi per rendere la mobilità dei dipendenti più facile, economica ed ecologica. Nello specifico, il nuovo strumento di mobilità permette di trovare indicazioni pratiche per gli spostamenti di tutti i giorni, una serie di contenuti utili a creare consapevolezza sui temi di mobilità sostenibile e svariate convenzioni, come ad esempio

dei voucher per la mobilità o la possibilità di acquistare abbonamenti di trasporto pubblico rateizzando il costo e trattenendolo a cedolino. Tali convenzioni sono utilizzabili sia per gli spostamenti casa-lavoro che per gli utilizzi privati. L'obiettivo per il futuro è quello di arricchire ulteriormente l'offerta con nuovi servizi quali l'organizzazione di *carpooling*, nuove convezioni di *sharing* e un sistema premiante di *gamification*.

Riguardo agli Enabling Effects (Scope 4), si stima che, attraverso i servizi erogati, Fastweb abbia evitato ai propri clienti l'emissione di circa 254.000 ton CO_{2eq} nel corso del 2021. L'incremento del 3,5% delle emissioni evitate registrato nel 2021 è legato all'ulteriore aumento della richiesta di servizi digitali causato dell'emergenza sanitaria e dai nuovi modelli di lavoro ibrido che stanno nascendo nelle aziende.

L'analisi degli Enabling Effects ha consentito di valutare l'impatto netto, ovvero il rapporto tra le emissioni evitate e le emissioni derivanti dalle attività di Fastweb, che per il 2021 è stato pari a 1,5. Questo risultato evidenzia come i benefici ambientali derivanti dai servizi offerti da Fastweb compensino e superino gli impatti generati direttamente e indirettamente dalle sue attività.

5.2

CONSUMI ENERGETICI E INIZIATIVE DI EFFICIENZA ENERGETICA

I consumi energetici di Fastweb fanno principalmente riferimento ai consumi indiretti di energia elettrica impiegata per il funzionamento dell'infrastruttura di rete - composta da data center, locali tecnologici e armadi stradali - e in misura marginale per la conduzione delle sedi uffici e dei negozi.

Il monitoraggio dei consumi energetici è condotto dalla struttura di Energy Management aziendale, che analizza l'andamento di indicatori specifici per tenere sotto controllo lo stato di efficienza della rete, come per esempio il PUE (Power Usage Effectiveness) che misura l'efficienza dell'utilizzo dell'energia rapportando la potenza totale assorbita dal sito tecnologico a quella usata dai soli apparati ICT. Altri indicatori sono invece utilizzati per esempio per la valutazione dell'impatto delle possibili perdite elettriche o dell'efficacia ed efficienza degli impianti di condizionamento installati.

Con l'obiettivo di migliorare costantemente l'efficienza energetica della sua infrastruttura, Fastweb negli ultimi anni ha investito per implementare importanti interventi di efficientamento energetico sui locali tecnologici, generando ricadute positive in termini di benefici non solo sul breve ma anche nel medio-lungo termine. Gli interventi hanno comportato sia l'introduzione del *free cooling*, per raffrescare i locali senza l'utilizzo di condizionatori tradizionali, garantendo lo sfruttamento dell'aria esterna quando le temperature lo consentono, sia azioni di *"revamping"* per la ristrutturazione degli impianti finalizzata a una maggiore efficienza ed efficacia.
Il risultato diretto di tali interventi si riflette nel trend decrescente dell'intensità energetica della rete Fastweb, ossia il rapporto tra consumi energetici e volumi di traffico, che ha registrato una diminuzione del 75% dal 2015 a oggi.

In aggiunta, per garantire l'implementazione di un sistema di gestione dell'energia improntato all'efficienza, l'Energy Team ha potenziato il *reporting* dei dati energetici attraverso una **piattaforma**, grazie alla quale è possibile automatizzare i processi e creare un database strutturato che consenta un presidio più puntuale dei consumi, in grado di evidenziare tempestivamente eventuali anomalie e intervenire per tempo.
Nello specifico, questo strumento permette di rendicontare in maniera più efficace tutti i consumi energetici dell'azienda, di elaborare i flussi, di garantire un monitoraggio costante dei consumi e di migliorare la gestione dei contratti di energia. Recentemente la piattaforma è stata integrata prevedendo anche la possibilità di verificare la corretta fatturazione di costi/consumi.

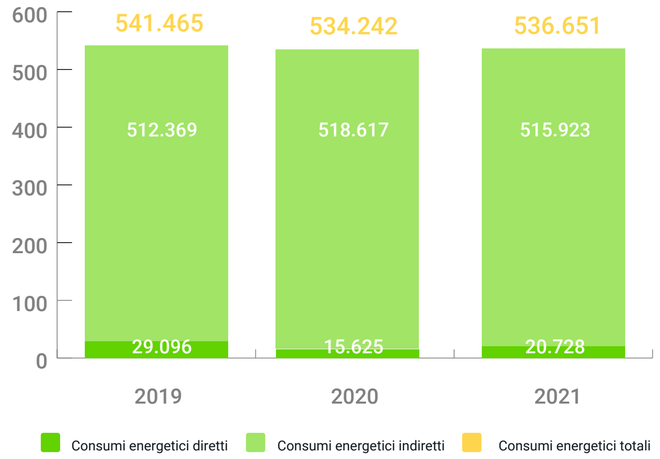
A prova di tale impegno, nel 2021 Fastweb ha certificato secondo la norma internazionale **ISO 50001** il suo Data Center Tier IV a Milano, infrastruttura di ultima generazione alimentata dal 2015 al 100% da fonti di energia rinnovabili. A seguito di un rigoroso processo di verifica, monitoraggio e analisi da parte di un ente terzo, a Fastweb è stata riconosciuta la capacità di aver implementato un sistema di gestione dell'energia efficiente e strutturato, volto ad aumentare e migliorare in modo strutturato l'efficienza energetica del complesso dei processi energetici del Data Center. Questo importante risultato è stato raggiunto anche grazie agli elevati standard delle soluzioni tecnologiche adottate dall'azienda, in grado di modulare i consumi di energia e minimizzarne gli sprechi sulla base dell'effettiva necessità energetica della struttura.

Sono state inoltre affiancate differenti azioni, quali ad esempio la predisposizione di diagnosi sui consumi energetici strutturate e con cadenza periodica, l'avvio di un programma di formazione dedicato all'Energy Team e l'adozione di un piano di miglioramento sul Data Center Tier IV di Milano con il monitoraggio di indicatori di performance. Il miglioramento del tracciamento delle informazioni energetiche per la rete ed il Data Center Tier IV contribuisce inoltre al raggiungimento di importanti obiettivi di sostenibilità ambientale, grazie alla possibilità di identificare velocemente aumenti anomali nei consumi e di ridurre progressivamente gli impatti ambientali correlati all'uso dell'energia.

Per quanto riguarda l'efficienza energetica presso le sedi, l'*head quarter* Fastweb, collocato a Milano nella sede Nexxt, ha ottenuto la certificazione LEED BD+C (Building Design & Construction: Core and Shell) a livello Platinum (il livello più alto previsto dalla Certificazione LEED), un riconoscimento che dimostra la grande attenzione dell'azienda nel rispettare i più elevati standard di sostenibilità ambientale e di comfort per gli spazi di lavoro delle proprie persone.

I consumi energetici di Fastweb si attestano sui 536.651 GJ[27] nel 2021. Su questo valore incidono in particolare i consumi di energia elettrica e, con un peso residuale, i consumi di carburante e di gas naturale[28]. Rispetto al 2020 si registra una riduzione dei consumi di circa lo 0,2%, legata principalmente alla riduzione del consumo di energia elettrica.

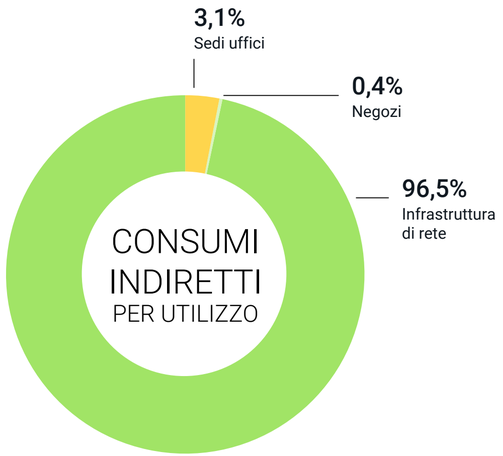
CONSUMI ENERGETICI DI FASTWEB (GJ)



I consumi energetici indiretti (energia elettrica acquistata) ammontano a 515.923 GJ e sono principalmente imputabili all'elettricità consumata dall'infrastruttura di rete, mentre i consumi di energia elettrica delle sedi e dei negozi contribuiscono per circa il 3,5% del totale.

Rispetto al 2020 è stato registrato una lieve diminuzione dello 0,45% dei consumi di energia elettrica, dovuta principalmente alla riduzione dei consumi dell'infrastruttura di rete[29].

CONSUMI ENERGETICI INDIRETTI PER UTILZZO



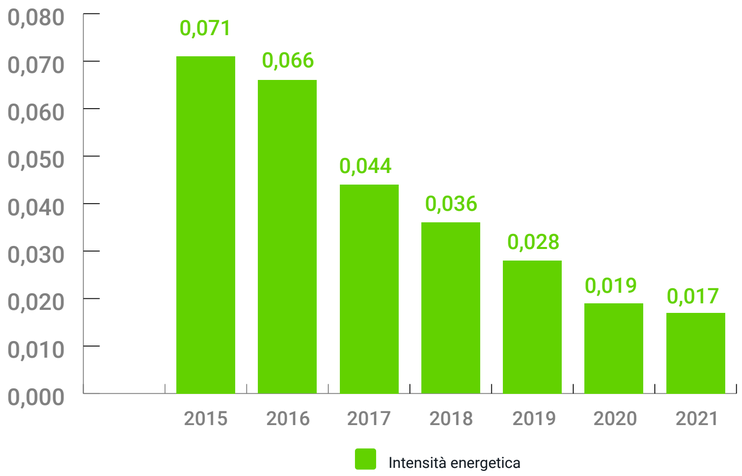
[27] *1 MWh = 3,6 GJ*

[28] *I valori dei consumi diretti includono l'autoproduzione (impianti fotovoltaici)*

[29] *I consumi dell'infrastruttura di rete comprendono anche Fastweb Air.*

Dal confronto tra i consumi energetici dell'infrastruttura di rete fissa e il traffico dati degli ultimi anni, è possibile avere una misura dell'efficienza nell'uso dell'energia della rete Fastweb. Il trend, così calcolato, rileva una progressiva riduzione dell'intensità energetica della rete, con un decremento del 77% dei kWh consumati per Gigabyte di traffico dal 2015 a oggi. Il 2021, in particolare, ha registrato una diminuzione dell'11,7% rispetto al 2020.

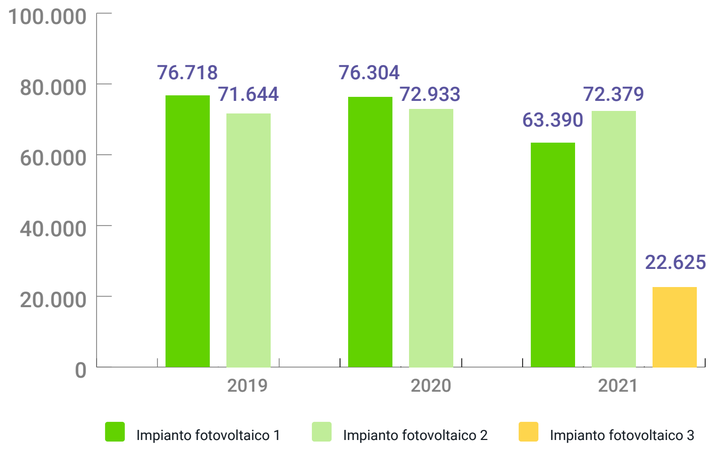
INTENSITÀ ENERGETICA (kWh/GByte)



Questi risultati evidenziano l'efficacia delle iniziative realizzate per migliorare l'efficienza della rete, che grazie ai numerosi interventi di upgrade, estensione e potenziamento dell'infrastruttura realizzati negli ultimi anni ha potuto supportare la grande richiesta di connettività registrata durante l'anno e il forte aumento del volume di traffico dati (cresciuto del 12% rispetto al 2020).

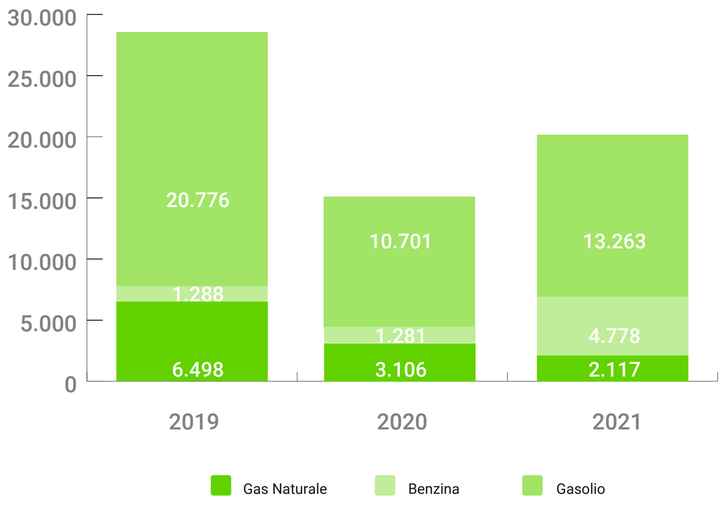
Nel corso del 2021 l'impegno per l'approvvigionamento da fonti rinnovabili è stato mantenuto: il **100% dell'energia elettrica acquistata direttamente da Fastweb ha origine da fonti rinnovabili.**
Grazie agli impianti fotovoltaici installati dal 2016 presso i principali Data Center, nel 2021 sono inoltre stati complessivamente prodotti e utilizzati per auto-consumo 158.394 kWh, in aumento del 6% rispetto all'anno precedente grazie all'attivazione di un terzo impianto fotovoltaico presso la sede di Bari.

ENERGIA ELETTRICA PRODOTTA DA IMPIANTI FOTOVOLTAICI (kWh)



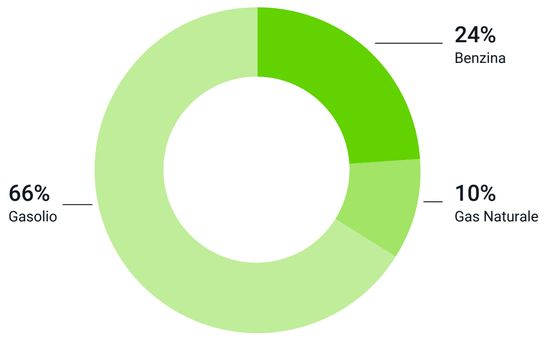
Oltre ai consumi di energia prodotta da impianti fotovoltaici, i consumi energetici diretti sono dovuti al consumo di gas naturale, benzina e gasolio.
Il gas naturale viene utilizzato negli impianti termici delle sedi degli uffici[30], mentre la benzina e il gasolio sono impiegati principalmente per autotrazione (mezzi della flotta auto aziendale) e, in modo residuale, il gasolio anche per il funzionamento dei gruppi elettrogeni a servizio dei locali tecnologici per garantire la continuità della rete.

I CONSUMI DI GAS NATURALE E CARBURANTE (GJ)



Nel 2021 è stata riscontrata una riduzione nei consumi di gas naturale del 32%, che riflette il minor utilizzo degli uffici, soprattutto nel periodo invernale del 2021, con l'introduzione dello *smartworking* per il 100% della popolazione aziendale.
I consumi di benzina e di gasolio hanno subìto una drastica riduzione nel 2020 a causa della diminuzione degli spostamenti del personale a fronte dell'emergenza sanitaria, mentre nel 2021 il valore è cresciuto con la progressiva ripresa degli spostamenti.

I CONSUMI DI GAS NATURALE E CARBURANTE (GJ)



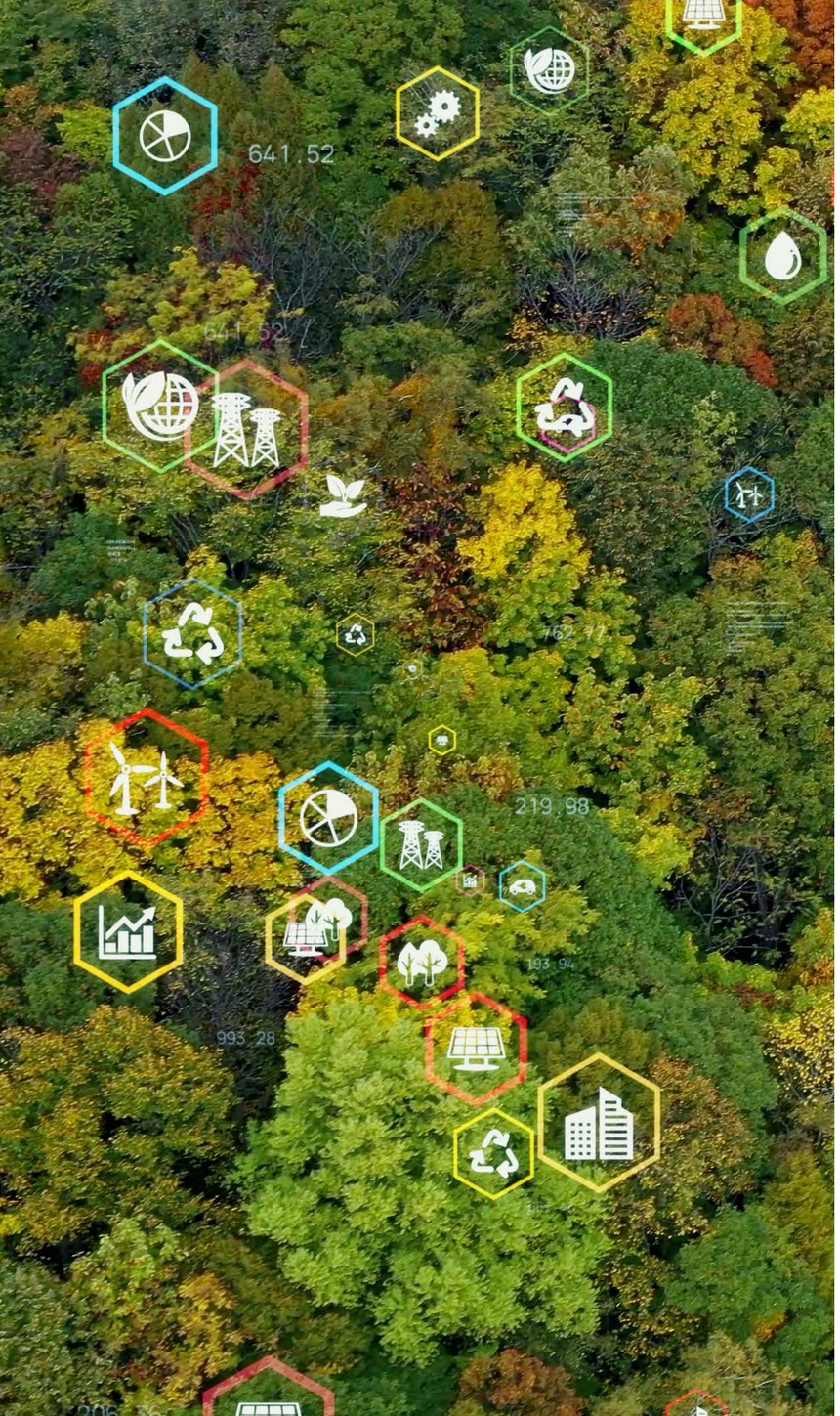
[30] *Il monitoraggio dei consumi di gas naturale è disponibile solo per le sedi in cui è stato stipulato un contratto diretto con il fornitore di gas.*

5.3

L'ATTENZIONE AL CONSUMO DELLE RISORSE

Per Fastweb agire in termini di responsabilità ambientale significa migliorarsi sempre, impegnandosi concretamente anche per quanto riguarda l'utilizzo delle risorse.

Nonostante il proseguimento delle limitazioni e misure di tutela che si sono rese necessarie all'interno delle sedi uffici per proteggere al meglio le persone e per adeguarsi alle disposizioni sanitarie, anche nel 2021 è stata confermata la scelta di essere un'azienda **#PlasticFree**.
Nel 2021 Fastweb ha rinnovato il suo impegno per il consumo responsabile dei materiali, confermando il percorso di eliminazione della plastica monouso dai propri uffici: i distributori automatici erogano le bevande calde in bicchieri in materiale biodegradabile, con palette in legno. L'acqua confezionata è disponibile in lattine di alluminio riciclabile al 100%, ma viene comunque incentivato l'utilizzo delle fontanelle presenti negli spazi comuni e l'uso quindi di borracce riutilizzabili.
Le policy definite nel 2019 per orientare gli acquisti e le scelte dei materiali utilizzati in eventi e catering sono rimaste in essere e continuano ad essere prese a riferimento da tutti i reparti aziendali.
Sul fronte della riduzione del consumo di carta, già nel 2019 era stato avviato un progetto di assessment per l'individuazione dei processi aziendali che ancora ne richiedevano l'utilizzo. La necessità improvvisa di lavorare da remoto tutti i giorni della settimana ha accelerato il percorso di digitalizzazione già in corso, portando a fine 2020 circa il 90% dei processi aziendali ad essere gestiti completamente in digitale.
La necessità residuale dell'utilizzo di carta è legata essenzialmente a vincoli normativi o a esigenze particolari dei clienti o delle Pubbliche Amministrazioni.
Anche nella relazione con i clienti si è portata a compimento la digitalizzazione di alcuni processi importanti (come ad esempio l'acquisizione delle PDA – Proposta di acquisto) ed è stata dimezzata la quantità di materiale pubblicitario (brochures, flyers, ecc.) a favore dell'utilizzo di schermi all'interno dei punti vendita per la comunicazione delle offerte.



5.4

GESTIONE E MONITORAGGIO DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

Da diversi anni Fastweb promuove la sostenibilità ambientale delle proprie attività attraverso **programmi finalizzati a ridurre gli impatti ambientali aziendali**. Per garantire il controllo e la gestione degli impatti significativi generati dalle proprie attività, l'azienda si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale certificato secondo la norma internazionale ISO 14001 per tutte le attività di Fastweb S.p.A.

Nel corso del 2021 tale certificazione è stata mantenuta ed è stata estesa a Fastweb Air S.r.l., coprendo così anche gli impatti ambientali legati allo sviluppo della rete Ultra FWA.

Durante il periodo di rendicontazione, per garantire la corretta applicazione delle procedure di Sistema di Gestione Ambientale, sono stati eseguiti 15 audit interni. Tali verifiche hanno previsto sia controlli sull'applicazione e l'efficacia dei processi, sia controlli presso sedi uffici, locali tecnologici, negozi e cantieri e hanno interessato anche la sede operativa ed i cantieri di Fastweb Air S.r.l. Tutti i rilievi e gli spunti di miglioramento riscontrati sono stati indirizzati con il coinvolgimento delle strutture operative interessate.

Informazioni integrative

6.1
NOTA METODOLOGICA

L'APPROCCIO AL REPORTING E I PRINCIPI PER DEFINIRE LA QUALITÀ DEL REPORT

Giunto alla sua 10° edizione, il Report di Sostenibilità di Fastweb è stato predisposto in conformità ai "*GRI Sustainability Reporting Standards*" del Global Reporting Initiative (GRI) secondo l'opzione "*in accordance - comprehensive*".

Il documento è stato redatto secondo i principi per la definizione dei contenuti del report del GRI:

- completezza: i temi materiali che guidano i contenuti di questo Report sono trattati nella loro interezza e rappresentano gli aspetti ambientali, sociali ed economici più rilevanti per l'attività di Fastweb, consentendo una valutazione completa delle performance dell'azienda nell'anno di rendicontazione;

- contesto di sostenibilità: le performance di Fastweb sono inserite nel più ampio contesto di sostenibilità e del business, includendo numerose informazioni di scenario in relazione ai principali temi materiali trattati;

- inclusione degli stakeholder: i contenuti di questo documento sono stati progettati a partire dalle istanze degli stakeholder raccolte dall'azienda stessa, quale elemento centrale per la definizione dell'analisi di materialità;

- materialità: i temi da rendicontare sono stati individuati tramite una valutazione della loro influenza sulle decisioni e le valutazioni degli stakeholder e in base alla significatività degli impatti aziendali in ambito sociale, economico ed ambientale.

Per assicurare la qualità delle informazioni riportate, nella redazione del Report sono stati seguiti i principi di qualità del GRI:

- accuratezza: il livello di dettaglio dei contenuti riportati risulta adeguato alla comprensione e valutazione delle performance di sostenibilità di Fastweb nell'esercizio di rendicontazione;

- affidabilità: i dati presentati nel documento sono stati raccolti, elaborati e validati dai responsabili di ogni funzione con la collaborazione di una Società di consulenza.
I dati economici risultano coerenti con quelli riportati nella relazione finanziaria;

- chiarezza: la scelta di un linguaggio chiaro e accessibile e l'utilizzo di grafici e tabelle per rappresentare le performance rendono i contenuti fruibili e di facile comprensione per i portatori di interesse;

- comparabilità: gli indicatori presentati nel Report sono riportati per il triennio 2019-2021 e accompagnati da un commento relativo al loro andamento in modo tale da permettere il confronto e la comparabilità delle performance di Fastweb nel tempo;

- equilibrio: i contenuti del presente documento riportano in maniera equilibrata le performance dell'azienda nel periodo di rendicontazione;

- tempestività: il Report prende in considerazione eventi avvenuti successivamente al 31 dicembre 2021 che possano risultare significativi per la valutazione delle performance del Gruppo da parte dei portatori di interesse.

Fastweb pubblica con cadenza annuale il Report di Sostenibilità per garantire una costante rendicontazione delle proprie performance; in particolare, il presente documento copre il periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2021. Nonostante sia stata comunicata nel mese di gennaio 2022, la nuova strategia di Fastweb "TU SEI FUTURO" è stata riportata nel documento in ragione della sua centralità nello sviluppo delle attività del gruppo.
Per informazioni e suggerimenti è possibile scrivere a: sustainability@fastweb.it.

IL PERIMETRO DEL REPORT

Il perimetro di rendicontazione comprende Fastweb S.p.A. e le società controllate per quote superiori al 50%, prevedendo dunque l'inclusione nel report di Fastweb Air S.r.l., controllata al 100%, a partire dal 2020, e 7Layers S.r.l., controllata al 70%, a partire dal 2021. I dati vengono consolidati al 100% a prescindere dalla quota di controllo.
Quando all'interno del documento ci si riferisce a "Fastweb" si fa riferimento a Fastweb S.p.A. e a Fastweb Air S.r.l., mentre si riporta "7Layers" quando il riferimento è a 7Layers S.r.l. Per caratteristiche proprie solo dell'una o delle altre società, viene indicato il riferimento specifico a Fastweb S.p.A., Fastweb Air o 7Layers rispettivamente.

IL PROCESSO DI RACCOLTA DATI E DI VALIDAZIONE DEL REPORT

I dati e le informazioni riportate nel presente documento sono stati raccolti mediante interviste ai referenti e invio di schede di raccolta dati.
I processi di approvazione e condivisione delle informazioni sono alla base dei principi redazionali del Report di Sostenibilità di Fastweb: la struttura del documento e i temi su cui focalizzare la rendicontazione (temi materiali) sono approvati dall'Amministratore Delegato e il testo del Report è validato dalle funzioni coinvolte.
Il Report di Sostenibilità nella sua versione definitiva viene presentato e approvato dal Consiglio di Amministrazione.

L'ASSURANCE DEL REPORT

Anche quest'anno Fastweb ha deciso di sottoporre il documento alla revisione da parte di un ente terzo indipendente, la cui dichiarazione di verifica è riportata nell'allegato "Dichiarazione di *assurance*".

LE ATTIVITÀ DI STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Il dialogo con gli stakeholder è fondamentale per Fastweb, che opera per rendere la comunicazione con i portatori di interesse il più possibile continuativa e bidirezionale, con l'obiettivo di diffondere le proprie iniziative e strategie e di ricevere *feedback* sugli aspetti ambientali, sociali ed economici di riferimento.

I portatori di interesse sono stati identificati seguendo lo Standard internazionale AA1000SES, che analizza la dipendenza, la responsabilità, il focus, l'influenza e il concetto dei punti di vista diversificati.
Il Report di Sostenibilità, pubblicato sul sito web, è utilizzato quale strumento di engagement. In particolare, viene condiviso con i principali clienti.

Dal link
https://www.fastweb.it/corporate/azienda-e-sostenibilita/sostenibilita/
è possibile consultare e scaricare l'intero documento, che è quindi disponibile a tutti gli stakeholder.

Fastweb, inoltre, porta avanti numerose iniziative di ascolto, dialogo e comunicazione con i propri portatori di interesse interni ed esterni.
Gli strumenti utilizzati sono molteplici: dagli eventi e incontri dedicati alla comunicazione, all'effettuazione di iniziative di ascolto mirate, all'interazione attraverso i canali Internet (sito web, intranet, social media, pagine dedicate alla comunicazione).

STAKEHOLDER	MODALITÀ DI COINVOLGIMENTO
DIPENDENTI	• Vision meeting • Comunicazione e dialogo continuativo attraverso la intranet aziendale Agorà • Convegni periodici (Road Show, Canvass, ecc.) • Strumenti per formulare proposte e idee o richiedere informazioni • (mailbox di gruppo, survey, ecc.) • Periodici staff meeting interni alle singole funzioni • Valutazione annuale delle performance
CLIENTI	• Canali Internet (sito web, newsletter mensile, MyFastweb) • Social Media • Forum • Indagine di Net Promoter Score • Procedure di conciliazione • Portale per la risoluzione alternativa delle controversie • Collaborazione con le Associazioni dei Consumatori
GRUPPO SWISSCOM	• Sedute del Consiglio di Amministrazione • Rapporti di gestione periodici e annuali • Scambio periodico di informazioni tra funzioni omologhe
FORNITORI	• Piattaforma online • Incontri periodici di avanzamento e allineamento tra fornitori e unità operative aziendali
COLLETTIVITÀ	• Gestione continuativa delle partnership con realtà della società civile e con Enti a scopo benefico per quanto riguarda le iniziative di sviluppo digitale, sociale e territoriale • Sito Internet e social media • Ricerche sulla reputazione aziendale con cadenza da mensile ad annuale (indagini RepTrack)
PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E AUTORITÀ DI VIGILANZA	• Tavoli di lavoro • Tavoli tecnici di settore • Procedure di consultazione pubblica • Contributo nella definizione di normative di nuova emanazione e relative disposizioni vincolanti
MEDIA	• Comunicati stampa • Conferenze stampa • Sito Internet • Social Media

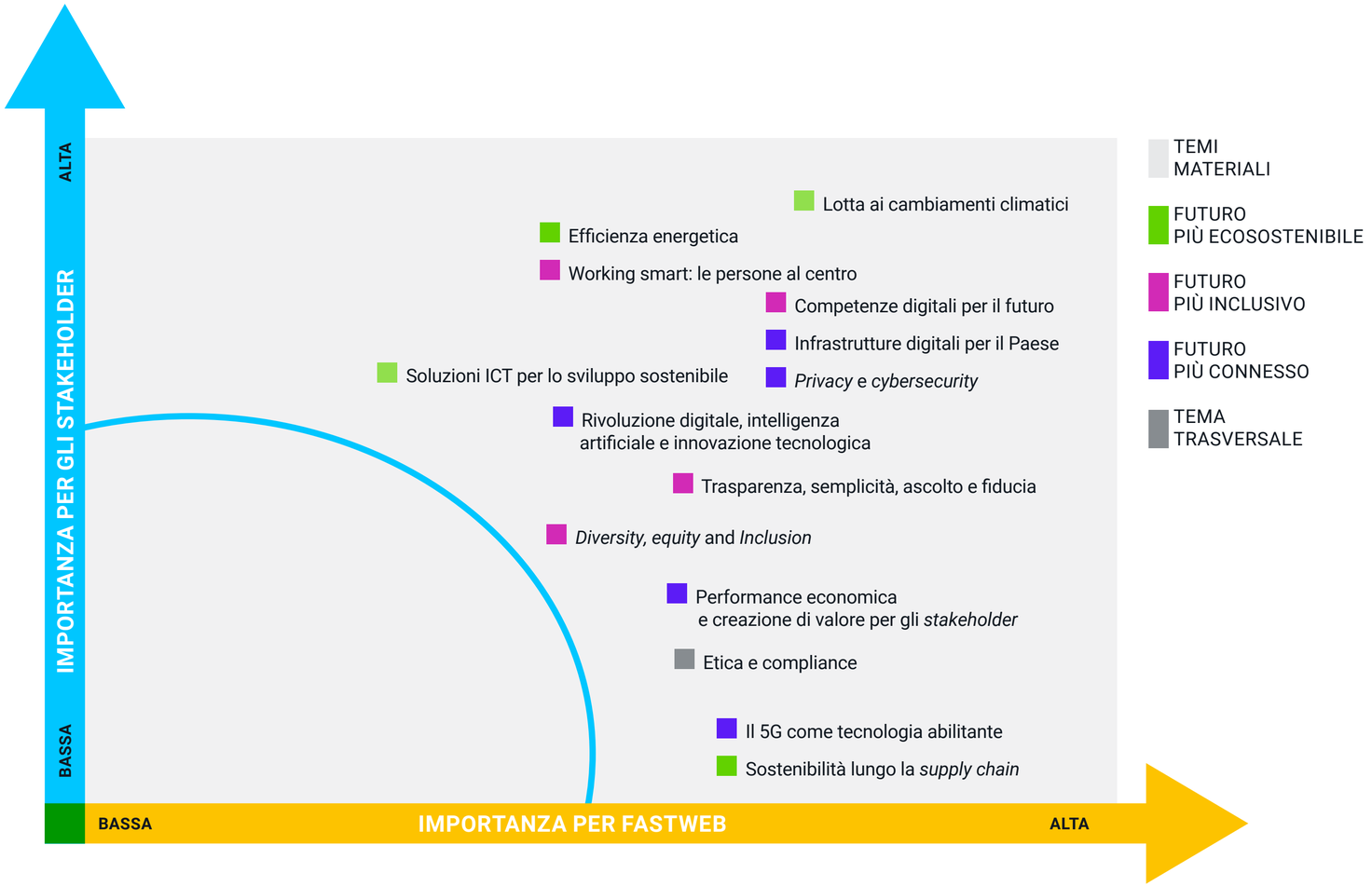
L'ANALISI DI MATERIALITÀ

L'analisi di materialità è lo strumento attraverso cui Fastweb definisce e aggiorna, su base annuale, l'universo dei temi rilevanti e la lista dei temi materiali su cui concentrare la rendicontazione.
Con riferimento al 2021, l'azienda ha svolto un *assessment* sulla lista dei temi rilevanti dello scorso anno per verificarne e confermarne la consistenza e la completezza. Tale *assessment* è stato effettuato attraverso un'analisi di *benchmark* rispetto a *peer* e *competitor* nazionali e internazionali, analisi dei *trend* di sostenibilità e delle pressioni per il settore delle telecomunicazioni.
In ragione della rivoluzione tecnologica in atto, della trasformazione radicale delle abitudini professionali e individuali delle persone e delle imprese con il proseguimento della pandemia globale e con la crescente attenzione all'impatto ambientale del settore, sono stati conseguentemente aggiornati alcuni temi come segue:

TEMA 2020	TEMA 2021
Rivoluzione digitale e innovazione tecnologica	Rivoluzione digitale, intelligenza artificiale e innovazione tecnologica
Attenzione all'utilizzo delle risorse	-
-	Sostenibilità lungo la *supply chain*
Crescita digitale del Paese e dei cittadini	Competenze digitali per il futuro
-	*Diversity, Equity and Inclusion*
Benessere Digitale	Incluso in "Competenze digitali per il futuro"
Impegno per la comunità	-

I temi di sostenibilità emersi dall'analisi sono quindi stati valutati secondo le modalità previste dallo standard di rendicontazione, ovvero considerando la capacità di impatto dell'azienda su tali temi e la rilevanza dei temi per gli *stakeholder*.

I temi materiali sono stati posizionati sulla matrice di materialità e classificati secondo i tre pillar fondanti della strategia di sostenibilità di Fastweb.



La correlazione tra le tematiche materiali identificate da Fastweb e gli aspetti dei GRI Standards è esplicitata nella tabella seguente: la gestione di ciascun tema materiale è affidata a specifici *team* individuati nell'ambito delle Direzioni facenti parte del Management Board aziendale. Per ciascun tema materiale è sintetizzato l'approccio alla gestione da parte dell'azienda e delle divisioni aziendali che gestiscono i temi di loro competenza sulla base di piani di miglioramento annuali. Ogni unità operativa monitora su base settimanale, o in base alle specificità dei progetti, l'avanzamento e i risultati raggiunti sulle iniziative di competenza e adegua il piano delle attività a partire dalle evidenze e dalle proposte di miglioramento raccolte.
Infine, in tabella vengono indicati il perimetro di ciascun aspetto ed eventuali limitazioni relative alla mancata estensione della rendicontazione al perimetro esterno.

Tema materiale	Descrizione tema materiale	Aspetti materiali GRI Standard	Impatto interno / esterno	Stakeholder impattati	Perimetro dell'aspetto e limitazioni alla rendicontazione
Performance economica e creazione di valore per gli *stakeholder*	Generare valore per gli *stakeholder* e garantire servizi con elevate prestazioni ai propri clienti, caratterizzati da trasparenza, immediatezza e semplicità di utilizzo.	GRI 201 - Performance economiche	Interno ed esterno	Swisscom Dipendenti Collettività	La sostenibilità economica e la crescita del business rappresentano obiettivi chiave e fattori che abilitano le attività aziendali nel loro complesso. L'impatto aziendale in questo senso riguarda prioritariamente Swisscom e i dipendenti, ma si riflette in modo indiretto su tutti gli *stakeholder* dell'azienda.
Infrastrutture digitali per il Paese	Garantire connettività veloce ed estesa su tutto il territorio nazionale grazie allo sviluppo di infrastrutture di rete sempre più performanti per contribuire a sostenere la crescita dell'intero Paese e abilitare la diffusione dei servizi digitali (*smartworking*, servizi PA, didattica a distanza, ecc.).	GRI 203 - Impatti economici indiretti GRI 413 - Comunità locali	Esterno	Clienti, Pubblica Amministrazione, Autorità di Vigilanza, Collettività	L'azione di Fastweb ha impatti ad ampio spettro sugli *stakeholder* , rappresentando un contributo alla realizzazione degli obiettivi nazionali ed europei e consentendo l'accesso a servizi di connessione sempre più veloci e convergenti a clienti e collettività.

Tema materiale	Descrizione tema materiale	Aspetti materiali GRI Standard	Impatto interno / esterno	Stakeholder impattati	Perimetro dell'aspetto e limitazioni alla rendicontazione
Rivoluzione digitale, intelligenza artificiale e innovazione tecnologica	Migliorare continuamente i prodotti, i servizi e i modelli di business attraverso iniziative di *Open Innovation* e alimentare e diffondere una cultura dell'innovazione aperta per dare impulso a soluzioni digitali e di intelligenza artificiale sempre più evolute.	-	Esterno	Clienti e Collettività	Con le sue sperimentazioni e innovazioni, Fastweb ha un impatto sulla modernizzazione del Paese, sugli obiettivi istituzionali e sulla collettività contribuendo all'evoluzione tecnologica digitale su scala nazionale.
Il 5G come tecnologia abilitante	Promuovere l'adozione della tecnologia 5G per generare un impatto positivo nella vita delle persone e delle comunità (es. sanità, formazione, mobilità, sicurezza).	-	Esterno	Clienti e Collettività	Attraverso l'implementazione di tecnologie 5G, Fastweb ha un impatto sulla modernizzazione del Paese, sugli obiettivi istituzionali e sulla collettività contribuendo allo sviluppo sostenibile grazie alle tecnologie e alle applicazioni che il 5G renderà possibili.

Tema materiale	Descrizione tema materiale	Aspetti materiali GRI Standard	Impatto interno / esterno	Stakeholder impattati	Perimetro dell'aspetto e limitazioni alla rendicontazione
Privacy e *cyber security*	Garantire la protezione dei dati sensibili e personali dei clienti e di tutti i portatori di interesse adottando misure di *privacy* e *cybersecurity* all'avanguardia.	GRI 418 - Privacy dei clienti	Interno ed esterno	Dipendenti Clienti Fornitori	Tutelare la *privacy* e promuovere la *cyber security* significa per Fastweb attivare presidi interni in linea con le regolamentazioni vigenti e le *best practice* nazionali e internazionali per quanto riguarda la gestione della rete, dei sistemi informatici e dei processi interni. Attraverso prodotti e servizi dedicati, inoltre, Fastweb intende supportare i propri clienti Enterprise nella gestione di queste tematiche.
Competenze digitali per il futuro	Contribuire a diffondere le competenze digitali sia tra i giovani sia tra i lavoratori che necessitano di formazione continua. Ridurre il *gap* culturale in termini di competenze digitali anche rispetto ad altri Paesi dell'Unione Europea.	GRI 203 - Impatti economici indiretti GRI 413 - Comunità locali	Interno ed esterno	Collettività, Clienti, Dipendenti	Con i propri progetti, Fastweb intende dare un contributo alla collettività supportando le comunità, la Pubblica Amministrazione e i propri clienti in una delle sfide fondamentali per la transizione digitale nel Paese. Oltre che verso l'esterno, le competenze digitali devono essere tenute sempre aggiornate anche da parte dei dipendenti.
Trasparenza, semplicità, ascolto e fiducia	Rafforzare sempre più la relazione di fiducia con i propri clienti e con tutti gli stakeholder aziendali e garantire la trasparenza delle offerte commerciali e la qualità dei servizi e la semplicità di utilizzo.	GRI 417 - Marketing ed etichettatura GRI 419 - Compliance socioeconomica	Esterno	Clienti	Il tema si riferisce all'impegno di Fastweb a fornire ai propri clienti un servizio di qualità in grado di rispondere alle loro esigenze e aspettative. Ciò significa attivare canali di ascolto volti a monitorare i bisogni e garantire un'esperienza di qualità in tutti i punti di contatto con l'azienda, dai negozi ai canali digitali.

Tema materiale	Descrizione tema materiale	Aspetti materiali GRI Standard	Impatto interno / esterno	Stakeholder impattati	Perimetro dell'aspetto e limitazioni alla rendicontazione
Working smart: le persone al centro	Promuovere un ambiente di lavoro attrattivo attraverso la diffusione di una cultura aziendale inclusiva basata sulla fiducia, sulle esigenze individuali e sul benessere della persona.	GRI 202 - Presenza sul mercato GRI 401 - Occupazione GRI 403 - Salute e sicurezza sul lavoro GRI 404 - Formazione e istruzione	Interno ed esterno	Dipendenti Collettività Fornitori	Fastweb ha un impatto sulla vita dei propri dipendenti e sul loro sviluppo professionale, con l'obiettivo di garantire le basi necessarie per un successo del business duraturo e di supportare le persone nel loro percorso personale e professionale. L'impatto aziendale su questa tematica riguarda i dipendenti e, potenzialmente, la collettività, ad esempio attraverso la partecipazione a eventi culturali. Il tema della salute e sicurezza riguarda in primo luogo i lavoratori che operano per conto dell'azienda e le attività appaltate esternamente attraverso specifici presidi in fase di qualifica e gestione dei fornitori. La rendicontazione quantitativa dell'aspetto si limita alla dimensione interna del tema.
Diversity, Equity and Inclusion	Contribuire a diffondere una cultura aziendale inclusiva, valorizzando le diversità e contrastando la discriminazione.	GRI 405 - Diversità e pari opportunità	Interno ed esterno	Dipendenti e Collettività	Fastweb ha un impatto sulla vita dei propri dipendenti e sul loro benessere sul luogo di lavoro. L'azienda si impegna a sviluppare una cultura inclusiva, attraverso la valorizzazione delle diversità e il contrasto della discriminazione. L'impatto aziendale su questa tematica riguarda i dipendenti e, potenzialmente, la collettività, ad esempio attraverso la partecipazione a iniziative di promozione della diversity e di valorizzazione del talento femminile.
Efficienza energetica	Ottimizzare i consumi energetici sia per quanto riguarda l'infrastruttura di rete e le sedi dell'azienda, sia per gli apparati in uso da parte dei clienti.	GRI 302 - Energia	Interno ed esterno	Collettività Clienti Fornitori	La maggior parte dei consumi energetici aziendali sono imputabili ai consumi di energia elettrica dell'infrastruttura di rete.

Tema materiale	Descrizione tema materiale	Aspetti materiali GRI Standard	Impatto interno / esterno	Stakeholder impattati	Perimetro dell'aspetto e limitazioni alla rendicontazione
Soluzioni ICT per lo sviluppo sostenibile	Contribuire allo sviluppo sostenibile attraverso soluzioni digitali innovative, rendendo la digitalizzazione un motore di trasformazione positiva che semplifica e migliora la vita delle persone.	-	Interno ed esterno	Collettività Clienti	Fastweb si impegna a sviluppare soluzioni e tecnologie che impattino positivamente i propri clienti e la collettività.
Lotta ai cambiamenti climatici	Contribuire alla riduzione degli impatti ambientali sul pianeta, attraverso il monitoraggio e la riduzione della *Carbon Footprint* aziendale e la definizione di obiettivi di riduzione.	GRI 305 - Emissioni	Interno ed esterno	Collettività Clienti Fornitori	Fastweb si impegna a monitorare gli impatti dei propri prodotti e servizi anche all'esterno dell'azienda, per quanto riguarda fornitori e clienti.

Tema materiale	Descrizione tema materiale	Aspetti materiali GRI Standard	Impatto interno / esterno	Stakeholder impattati	Perimetro dell'aspetto e limitazioni alla rendicontazione
Sostenibilità lungo la *supply chain*	Contribuire alla riduzione degli impatti ambientali e sociali lungo tutta la catena del valore attraverso il monitoraggio dei fornitori e degli impatti dell'azienda stessa.	GRI 307 - Compliance ambientale GRI 308 - Valutazione ambientale dei fornitori GRI 412 - Valutazione del rispetto dei diritti umani GRI 414 - Valutazione sociale dei fornitori	Interno ed esterno	Gruppo Swisscom Dipendenti Fornitori	Fastweb si impegna, anche attraverso la collaborazione con la capogruppo Swisscom, a monitorare gli impatti ambientali e sociali della propria attività di business anche all'esterno dell'azienda, per quanto riguarda tutti i suoi fornitori.
Etica e compliance	Svolgere il proprio business con integrità, trasparenza e legalità, promuovendo un comportamento eticamente corretto e nel rispetto della legislazione vigente.	GRI 205 - Anticorruzione GRI 206 - Comportamento anticoncorrenziale GRI 207 - Imposte GRI 406 - Non discriminazione GRI 417 - *Marketing* ed etichettatura GRI 419 - *Compliance* socioeconomica	Interno ed esterno	Tutte le categorie di stakeholder	Fastweb considera l'integrità, l'etica professionale e la trasparenza nelle relazioni con gli *stakeholder* principi imprescindibili della condotta aziendale. Con questa tematica, ci si riferisce pertanto all'insieme dei presidi interni volti a garantire la corretta gestione di tutte le attività aziendali.

LA METODOLOGIA DI CALCOLO

Si riportano nel seguito le indicazioni metodologiche per alcuni indicatori riportati all'interno del presente Report di Sostenibilità.

Indicatori relativi al personale

Tutti gli indicatori sul personale, ad eccezione del 102-8 che considera l'organico complessivo includendo anche i tirocinanti e i lavoratori interinali, fanno riferimento a dipendenti con contratto a tempo indeterminato, dipendenti con contratto a tempo determinato e apprendisti in forza al 31/12 dell'esercizio di riferimento.

Tasso di turnover

Il tasso di turnover in ingresso è calcolato come il numero di assunzioni avvenute durante l'anno rispetto al numero di persone presenti in azienda (dipendenti con contratto a tempo indeterminato, dipendenti con contratto a tempo determinato e apprendisti) al 31 dicembre dello stesso anno.
Il tasso di turnover in uscita è calcolato come il numero di cessazioni avvenute durante l'anno rispetto al numero di persone presenti (dipendenti con contratto a tempo indeterminato, dipendenti con contratto a tempo determinato e apprendisti) al 31 dicembre dello stesso anno.
Il tasso di turnover totale è calcolato come numero di assunzioni e cessazioni avvenute durante l'anno rispetto al numero di persone presenti in azienda al 31 dicembre dello stesso anno (dipendenti con contratto a tempo indeterminato, dipendenti con contratto a tempo determinato e apprendisti).

Tasso di retention dopo il congedo parentale

Il tasso di retention dopo il congedo parentale è calcolato come il numero di dipendenti (a tempo indeterminato, a tempo determinato e in apprendistato) ancora in forza dopo 12 mesi dal rientro dal congedo per maternità/paternità rispetto al numero di dipendenti che nell'anno hanno usufruito del congedo parentale.

Informative sulle modalità di gestione

Il campo di applicazione del sistema di gestione di salute e sicurezza riguarda esclusivamente i siti Fastweb, nei quali vengono valutate sia le attività dei dipendenti Fastweb sia le attività dei lavoratori di società terze.

Indici infortunistici

Gli indici infortunistici sono stati calcolati come riportato di seguito:

- Indice di fatalità: numero di infortuni fatali/ore lavorabili * 1.000.000;
- Indice di incidenti con conseguenze gravi: numero di infortuni, inclusi gli infortuni in itinere, con periodo di assenza dal lavoro maggiore di 40 giorni (esclusi gli infortuni che hanno causato fatalità) / ore lavorate * 1.000.000;
- Indice di infortuni registrabili: numero di infortuni avvenuti durante l'anno esclusi gli infortuni in itinere e compresi i malori / ore lavorate * 1.000.000.

Sono inclusi nel calcolo degli indici i lavoratori con contratto a tempo indeterminato, determinato e apprendistato, mentre è escluso il personale in stage e i lavoratori interinali. Il primo giorno considerato è la data in cui viene aperto l'infortunio; gli infortuni registrati sono quelli che hanno una prognosi di almeno 3 giorni.

Consumi energetici

Per le conversioni dei volumi di energia consumata, per fonte primaria, in GJ, sono stati utilizzati per la rendicontazione dell'anno 2019 i coefficienti indicati dallo standard internazionale GRI 3.1. In particolare 1MWh=3,6 GJ; 1000 Nmc gas metano =39,01 GJ; 1 kg benzina = 44,80 MJ; 1 kg gasolio = 43,33 MJ. La conversione da litri a kg di benzina e gasolio è stata effettuata considerando i fattori di conversione indicati dal documento "Stationary Combustion Tool" del GHG protocol – ver. 4.0, in particolare: 1 l benzina = 0,74 kg benzina; 1 l gasolio = 0,84 kg gasolio (http://www.ghgprotocol.org/calculation-tools/all-tools). Per il calcolo dei consumi energetici del 2020 e del 2021 correlati a gasolio, benzina e gas naturale è stata effettuata una conversione in Gigajoule (GJ) al fine della confrontabilità dei dati. Per tale conversione sono stati utilizzati i fattori di conversione ricavati dal database "Defra - Department for Environment, Food and Rural Affairs" (2021).
Per il calcolo dei consumi di energia elettrica dei clienti residenziali e business dell'organizzazione (indicatore 302-2), le stime sono state effettuate moltiplicando i dati di potenza delle apparecchiature fornite ai clienti per il numero di ore di utilizzo di tali apparecchiature in un anno. Per le apparecchiature i cui dati di potenza non risultavano disponibili, essi sono stati stimati sulla base del modello CLEER (http://cleermodel.lbl.gov/) o sulla base dei dati riportati nelle schede tecniche dei prodotti. Le ore medie di utilizzo sono state stimate sulla base di valutazioni interne.

Le emissioni di gas ad effetto serra

Il calcolo delle emissioni è stato svolto sulla base di linee guida riconosciute a livello internazionale, in particolare il "Corporate Accounting and Reporting Standard" del Global Greenhouse Gas Protocol – lo standard di riferimento in materia di monitoraggio delle emissioni climalteranti – e l'"ICT Footprint - Pilot testing on methodologies for energy consumptions and carbon footprint of the ICT - sector" sviluppato dalla Commissione Europea.
Per il calcolo delle emissioni di energia elettrica dei trasporti il fattore di emissioni per mix di energia elettrica medio in Italia fa riferimento al Database Ecoinvent 3.

6.2

DICHIARAZIONE DI ASSURANCE

Dichiarazione di assurance indirizzata agli stakeholder di FASTWEB

1. INTRODUZIONE

Bureau Veritas Italia S.p.A. ("Bureau Veritas") ha ricevuto da FASTWEB S.p.A. ("FASTWEB") l'incarico di condurre una verifica indipendente (assurance) del proprio Report di Sostenibilità 2021 ("Report"), con l'obiettivo di fornire conclusioni in merito a:

- *accuratezza e qualità delle informazioni rese pubbliche sulle proprie performance di sostenibilità;*
- *grado di adesione ai principi di rendicontazione dichiarati dall'organizzazione nella nota metodologica, in particolare Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI Standards).*

2. RESPONSABILITA', METODOLOGIA E LIMITAZIONI

La responsabilità di raccogliere, analizzare, consolidare e presentare le informazioni e i dati del Report è stata esclusivamente di FASTWEB. La responsabilità di Bureau Veritas è stata di condurre una verifica indipendente rispetto agli obiettivi individuati e di formulare le conclusioni contenute in questo rapporto.

La verifica è stata condotta come una Limited Assurance ai sensi dello standard ISAE 3000, attraverso l'applicazione a campione di tecniche di audit, tra cui:

- *verifica di politiche, mission, valori, impegni;*
- *riesame di documenti, dati, procedure e metodi di raccolta delle informazioni;*
- *interviste a membri del gruppo di lavoro per la stesura del Report;*
- *interviste a rappresentanti aziendali di varie funzioni e servizi, oltre che di membri della Direzione;*
- *verifica complessiva delle informazioni e in generale riesame dei contenuti del Report di Sostenibilità 2021.*

Le attività di verifica sono state condotte in modalità "da remoto" , e riteniamo di aver ottenuto sufficienti e adeguate evidenze per sostenere le nostre conclusioni.

La verifica ha avuto ad oggetto l'intero Report di Sostenibilità 2021, con le seguenti precisazioni: per le informazioni di natura economico-finanziaria, Bureau Veritas si è limitata a verificarne la coerenza con i sistemi centrali di raccolta e consolidamento dei dati che concorrono alla predisposizione dei Bilanci di esercizio al 31 Dicembre 2021 di Fastweb S.p.A, Fastweb Air S.r.l. e 7Layers S.r.l che non sono stati oggetto di verifica; per le attività condotte al di fuori del periodo di riferimento (1 Gennaio 2021 – 31 Dicembre 20201 e per le affermazioni di politica, intento ed obiettivo, ci si è limitati a verificarne la coerenza con i presupposti metodologici di riferimento. Inoltre è esclusa dal perimetro della verifica la valutazione dell'impatto di cui al paragrafo 3.1 "Gli impatti di FASTWEB sullo sviluppo socio-economico del paese", dato l'utilizzo di parametri di calcolo tutelati da copyright.

3. CONCLUSIONI

A seguito delle attività di verifica condotte e descritte sopra, non sono emerse indicazioni negative in merito ad affidabilità, accuratezza e correttezza di informazioni e dati riportati nel Report di Sostenibilità 2021. A nostro parere, il Report fornisce una rappresentazione attendibile delle attività condotte da FASTWEB durante il 2021 e dei principali risultati raggiunti. Le informazioni sono riportate in maniera generalmente chiara, comprensibile ed equilibrata. Nell'illustrazione di attività e risultati, in particolare, FASTWEB ha prestato attenzione ad adottare un linguaggio neutro, evitando per quanto possibile l'auto-referenzialità.

Per quanto concerne i criteri di rendicontazione dichiarati dall'organizzazione nella nota metodologica, riteniamo che siano stati osservati i principi di rendicontazione dei GRI Standards (Inclusione degli stakeholder, Contesto di sostenibilità, Materialità, Completezza, Equilibrio, Chiarezza, Accuratezza, Tempestività, Comparabilità, Affidabilità). Si conferma inoltre che il Report soddisfa i requisiti GRI per un Application Level di tipo "Comprehensive" e che le nostre attività di verifica soddisfano a loro volta i requisiti dello standard in materia di assurance.

4. DICHIARAZIONE DI INDIPENDENZA, IMPARZIALITÀ E COMPETENZA

Bureau Veritas è un'organizzazione specializzata in attività indipendenti di verifica, ispezione e certificazione, con oltre 190 anni di storia, 79.000 dipendenti ed un volume d'affari di oltre 4,9 miliardi di Euro (ricavi 2021).

Bureau Veritas applica al proprio interno un Codice Etico e riteniamo che non sussista alcun conflitto di interesse tra i membri del gruppo di verifica e FASTWEB.

Bureau Veritas Italia S.p.A.
Milano, 01 Marzo 2022

Giorgio Lanzafame
Local Technical Manager

6.3

GRI CONTENT INDEX

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
GRI 102: Informativa generale 2016				
PROFILO DELL' ORGANIZZAZIONE				
102-1	Nome dell'organizzazione	12		
102-2	Principali marchi, prodotti e servizi	12		
102-3	Luogo della sede principale	12	La sede legale di Fastweb è a Milano in Piazza Adriano Olivetti 1	
102-4	Luogo delle attività	12		
102-5	Proprietà e forma giuridica	14		
102-6	Mercati serviti	12	Fastweb è presente sull'intero territorio nazionale con sedi, uffici, locali tecnologici e una rete di negozi che attualmente comprende oltre 1.000 punti vendita tra negozi monomarca di proprietà, negozi in franchising e rivenditori autorizzati.	
102-7	Dimensione dell'organizzazione	12 79 137	Oltre alle informazioni contenute al paragrafo 1.1 Fastweb e 7Layers presentano 19 sedi, 18 sul territorio nazionale: Milano NEXXT, Milano Caracciolo, Padova, Bologna, Torino via Durandi, Torino via Lugaro, Genova, Sesto Fiorentino, Roma Sturzo, Roma Meeting Point, Perugia, Pescara, Napoli, Bari, Palermo, Catania, Cagliari, Montelupo e un presidio a Bruxelles.	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	79 137		La suddivisione per "region" dei dipendenti non è stata riportata in quanto poco significativa per la realtà di Fastweb, che opera solo in Italia.
102-9	Catena di fornitura	46		
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	118		
102-11	Principio di precauzione	21		
102-12	Iniziative esterne		Nel 2020 l'azienda ha aderito alla Science Based Targets initiative	
102-13	Adesione ad associazioni	77		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
STRATEGIA E ANALISI				
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	4		
102-15	Impatti chiave, rischi e opportunità	31 118		
ETICA E INTEGRITÀ				
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	13	Oltre alla vision e ai valori di Fastweb, il Codice Etico e di Condotta indicano i valori e gli impegni di Fastweb con i suoi stakeholder.	
102-17	Meccanismi per avere suggerimenti e consulenze su questioni etiche	21	Tramite il tool di segnalazioni disponibile online è possibile inviare segnalazioni all'Organismo di Vigilanza (https://www.bkms-system.ch/bkwebanon/report/clientInfo?cin=B5AmGS&c=-1&language=ita). Inoltre, Fastweb ha definito un nuovo canale per segnalare violazioni del Codice Etico attraverso la casella di posta ethics@fastweb.it	
GOVERNANCE				
102-18	Struttura della governance	14		
102-19	Delega dell'autorità		Sono state formalizzate deleghe sulle responsabilità ambientali e di sicurezza a soggetti che hanno poteri di spesa e che hanno assunto responsabilità civili e penali. il Team di Corporate Affairs garantisce la coerenza tra la struttura delle deleghe e l'evoluzione organizzativa, oltre a gestire più in generale tutte le deleghe esistenti in relazione a ruoli e livelli di responsabilità del management.	
102-20	Responsabilità a livello esecutivo per temi economici, ambientali e sociali	14	Nell'ambito della Direzione Institutional & External Relations è stata identificata una struttura dedicata alla Sustainability aziendale, con l'obiettivo di presidiare le iniziative aziendali esistenti, pianificare azioni ed interventi mirati e rendicontare periodicamente al Management.	
102-21	Consultazione degli stakeholder su temi economici, ambientali, e sociali	31 74		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
102-22	Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati	14		
102-23	Presidente del massimo organo di governo		Il Presidente del CdA appartiene alla capogruppo Swisscom e non ha alcun ruolo esecutivo nelle strategie di Sustainability per Fastweb.	
102-24	Selezione e nomina del massimo organo di governo	14		
102-25	Conflitti di interesse	14		
102-26	Ruolo del massimo organo di governo nello stabilire finalità, valori e strategie	14		
102-27	Conoscenza collettiva del massimo organo di governo	14 21	Il CDA approva il Bilancio di Sostenibilità. In particolare, il CEO verifica e approva la lettera agli stakeholder. I Chief approvano la matrice di materialità.	
102-28	Valutazione delle performance del massimo organo di governo	14		
102-29	Identificazione e gestione degli impatti economici, ambientali e sociali	21 29 118		
102-30	Efficacia dei processi di gestione del rischio	14 21		
102-31	Riesame dei temi economici, ambientali e sociali	14 21		
102-32	Ruolo del massimo organo di governo nel reporting di sostenibilità		Il Consiglio di Amministrazione è l'organo che approva ogni anno il documento prima della sua pubblicazione	
102-33	Comunicazione delle criticità	14 21		
102-34	Natura e numero totale delle criticità		Nessuna segnalazione di criticità in merito alle tematiche di Sustainability è pervenuta al CdA nel 2021.	
102-35	Politiche retributive	14		
102-36	Processo per determinare la retribuzione	14		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
102-37	Coinvolgimento degli stakeholder nella retribuzione		L'unico stakeholder coinvolto nel processo di remunerazione è l'azionista.	
102-38	Tasso di retribuzione totale annua			L'indicatore non può essere pubblicato per ragioni di riservatezza. Si tratta di informazioni custodite e gestite dalla Divisione Human Capital che le ha classificate come "Strictly Confidential". Tali informazioni, infatti, se pubblicate senza opportuni e complessi commenti, potrebbero essere interpretate dai lettori in modo non corretto o fuorviante.
102-39	Percentuale di aumento del tasso della retribuzione totale annua			L'indicatore non può essere pubblicato per ragioni di riservatezza. Si tratta di informazioni custodite e gestite dalla Divisione Human Capital che le ha classificate come "Strictly Confidential". Tali informazioni, infatti, se pubblicate senza opportuni e complessi commenti, potrebbero essere interpretate dai lettori in modo non corretto o fuorviante.
COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER				
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	118		
102-41	Accordi di contrattazione collettiva		La totalità dei dipendenti Fastweb e 7Layers è coperta da contratto collettivo in accordo con quanto previsto dalla legislazione nazionale in materia di occupazione.	
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	118		
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	118		
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	74 118		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
PRATICHE DI REPORTING				
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	118		
102-46	Definizione dei contenuti del Report e perimetri dei temi	36 118		
102-47	Elenco dei temi materiali	36 118		
102-48	Revisione delle informazioni			
102-49	Modifiche nella rendicontazione	118		
102-50	Periodo di rendicontazione	118		
102-51	Data del report più recente	118		
102-52	Periodicità della rendicontazione	118		
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	118		
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standard	118		
102-55	Indice dei contenuti GRI	137		
102-56	Assurance esterna	125		
TEMI MATERIALI				
Indicatori di performance economica				
PERFORMANCE ECONOMICA				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	137		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
GRI 201: Performance economica 2016				
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	137		
201-2	Implicazioni finanziarie e altri rischi e opportunità dovuti al cambiamento climatico	105	Nell'ambito dell'analisi dei rischi di business continuity, i rischi legati al cambiamento climatico sono inclusi in linea generale tra i rischi naturali, per i quali sono valutate le conseguenze sulla disponibilità dei siti, delle tecnologie, dei fornitori. Per ciascuna casistica sono definiti specifici piani di business continuity.	
201-3	Piani pensionistici a benefici definiti e altri piani di pensionamento	139		
201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal governo		Nel corso del 2021 Fastweb ha ricevuto da ANPAL un finanziamento di €734.982,63 (di cui €534.272,61 già versati all'azienda) per l'erogazione di attività di formazione.	
PRESENZA SUL MERCATO				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	95		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione			
GRI 202: Presenza sul mercato 2016				
202-1	Rapporto tra il salario standard di un neoassunto per genere e il salario minimo locale	95		
202-2	Proporzione di senior manager assunti dalla comunità locale			Non applicabile alla realtà di Fastweb, che lavora solo in Italia.
IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	44		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016				
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	44		
203-2	Impatti economici indiretti significativi	44		
ANTICORRUZIONE				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	21		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 205: Anticorruzione 2016				
205-1	Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione	21		
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	25		
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese		Nel corso del 2021 non si sono registrati episodi di corruzione.	
COMPORTAMENTO ANTI CONCORRENZIALE				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	64		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 206: Comportamento anti concorrenziale 2016				
206-1	Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	64		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
IMPOSTE				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	21 28		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 207: Imposte 2019				
207-1	Approccio alla fiscalità	28		
207-2	Governance fiscale, controllo e gestione del rischio.	28		
207-3	Coinvolgimento degli Stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	28		
207-4	Rendicontazione paese per paese	137		
INDICATORI DI PERFORMANCE AMBIENTALE				
ENERGIA				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	112 124		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 302: Energia 2016				
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	112 124		
302-2	Energia consumata al di fuori dell'organizzazione	112 124	Nella misurazione della carbon footprint 2021 sono considerati i consumi di energia elettrica legati all'uso delle apparecchiature ICT da parte dei clienti, stimati per un totale di 19.035.249 kWh/anno per i clienti residenziali e di 3.108.280 kWh/anno per i clienti business.	
302-3	Intensità energetica	112 124		
302-4	Riduzione del consumo di energia	112 124		
302-5	Riduzione del fabbisogno energetico di prodotti e servizi	112 124		
EMISSIONI				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	105		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 305: Emissioni 2016				
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	105		
305-2	Emissioni indirette di GHG (Scope 2)	105		
305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	105	Il modello di calcolo adottato include la totalità delle categorie del GHG Protocol.	
305-4	Intensità delle emissioni di GHG	105		
305-5	Riduzione delle emissioni di GHG	105		
305-6	Emissioni di sostanze dannose per ozono (ODS, Ozone-depleting substances)			Non applicabile
305-7	Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni significative			Non significativo per la realtà di Fastweb, le cui emissioni di questo tipo dipendono dal parco auto.

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	46		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016				
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	46	Non sono previste ulteriori procedure di valutazione dei fornitori oltre a quanto descritto nel capitolo di riferimento.	
308-2	Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	46 105 116		
INDICATORI DI PERFORMANCE SOCIALE				
OCCUPAZIONE				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	79 124		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 401: Occupazione 2016				
401-1	Nuove assunzioni e turnover dei dipendenti	79 137		Il dato relativo ad assunzioni e cessazioni non è stato specificato per "region" in quanto non rilevante (il dato ha interessato esclusivamente dipendenti di nazionalità italiana).
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	-	Non sono presenti differenze di benefit tra dipendenti con contratto a tempo pieno e contratto part-time. Per quanto riguarda le differenze tra tempo indeterminato e tempo determinato, le polizze assicurative in essere sono previste per i soli dipendenti a tempo indeterminato. Il piano sanitario aziendale risulta disponibile solo per i lavoratori con contratto minimo di 12 mesi.	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
401-3	Congedo parentale	95 137		
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	87		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro 2018				
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	87		
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	87		
403-3	Servizi di medicina del lavoro	87		
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	87		
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	87	Come da normativa (D.Lgs. del n.81/2008), Fastweb eroga tale formazione solo verso il personale dipendente in quanto il personale esterno deve ricevere la formazione datore di lavoro. Fastweb richiede in fase di acquisizione di nuovi fornitori un'autocertificazione relativa all'adempimento di tutti gli obblighi in materia di salute e sicurezza.	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	87		
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	87		
403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	87		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
403-9	Infortuni sul lavoro	87 137	Le informazioni in merito ai rischi associati al lavoro (es. sostanze pericolose) non vengono riportate in quanto non applicabili al business di Fastweb o già implicite nelle certificazioni ISO ottenute dalla società. Presso i siti aziendali non vengono utilizzate sostanze pericolose dal personale dipendente.	Le informazioni quantitative richieste dall'indicatore non sono disponibili in relazione ai fornitori. L'azienda gestisce l'aspetto attraverso procedure e controlli strutturati nella gestione dei diversi fornitori, e ritiene la raccolta dati su questi indicatori non effettuabile nel breve e medio periodo
403-10	Malattie professionali		Non sono stati registrati casi di malattie professionali nel triennio 2019-2021.	
FORMAZIONE E ISTRUZIONE				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	97		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 404: Formazione e Istruzione 2016				
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente, suddivise per categoria di lavoratori e genere	97 137		
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	97	La gestione della fine di carriera ad oggi non è stato valutato come tema rilevante per Fastweb e di conseguenza non è oggetto di piani aziendali specifici.	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo personale	97	Tutti i dipendenti ricevono un feedback sul proprio operato in azienda per il loro miglioramento, indipendentemente dal periodo contrattuale di lavoro.	
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	93 95		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 405: Diversità e Pari opportunità 2016				
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	14 93 95 137		
405-2	Rapporto tra stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	95	Le sedi operative significative prese in considerazione sono le 18 sedi sul territorio nazionale: Milano NEXXT, Milano Caracciolo, Padova, Bologna, Torino via Lugaro, Torino via Durandi, Montelupo, Genova, Sesto Fiorentino, Roma Sturzo, Meeting Point Roma, Perugia, Pescara, Napoli, Bari, Palermo, Catania, Cagliari.	
NON DISCRIMINAZIONE				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	93		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 406: Non discriminazione 2016				
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	93	Non si sono verificati episodi di discriminazione nel triennio	
DIRITTI UMANI				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	93		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
GRI 412: Valutazione del rispetto dei diritti umani 2016				
412-1	Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto	26	Nel 2021 Fastweb ha ottenuto la certificazione di Responsabilità Sociale SA8000, sottoponendosi a verifica da un ente terzo per le società Fastweb S.p.A. e Fastweb Air S.r.l. 7Layers non rientra nel perimetro di certificazione.	
412-2	Formazione dei dipendenti sulle politiche o le procedure sui diritti umani		Sono stati erogati due corsi di formazione della durata di un'ora ciascuno relativi alle tematiche SA8000, a cui hanno partecipato 18 dipendenti Fastweb. 7Layers non rientra nel perimetro di certificazione.	
412-3	Accordi di investimento e contratti significativi che includono clausole relative ai diritti umani o che sono stati sottoposti a una valutazione in materia di diritti umani	46		
COMUNITÀ LOCALI				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	101		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 413: Comunità locali 2016				
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	101		
413-2	Attività con impatti negativi, potenziali e attuali significativi sulle comunità locali		Non sono stati evidenziati significativi impatti negativi sulle comunità dovute all'operato di Fastweb	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
VALUTAZIONE SOCIALE DEI FORNITORI				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	46		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 414: Valutazione dei formitori 2016				
414-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri sociali	46	Attualmente non sono previste ulteriori procedure di valutazione dei fornitori oltre a quanto descritto nel capitolo di riferimento.	
414-2	Impatti sociali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	46		
MARKETING ED ETICHETTATURA DEI PRODOTTI				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	118		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 417: Marketing ed etichettatura dei prodotti 2016				
417-1	Requisiti in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Fastweb verifica che tutti i prodotti ICT prodotti da terzi e forniti ai clienti rispettino le regolamentazioni vigenti in materia di etichettatura, di norme tecniche di settore e di sicurezza degli apparati in fase di uso, manutenzione e smaltimento. Le informazioni commerciali relative ai servizi del cliente sono contenute e di volta in volta aggiornate nella carta dei servizi disponibili insieme agli obiettivi di qualità di connessione di rete al sito https://www.fastweb.it/adsl-fibra-ottica/qualita-e-carte-servizi/?from=disamb_info_consumatori. L'indicatore non è applicabile per 7Layers.	

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi		Non si sono verificati episodi di incidenti causati da non conformità dei servizi offerti o legati alla mancata informativa del prodotto. L'indicatore non è applicabile per 7Layers.	
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing		Nel corso del periodo di rendicontazione non sono stati registrati casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riguardanti le attività di marketing, incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione. L'indicatore non è applicabile per 7Layers.	
PRIVACY DEL CLIENTE				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	60		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 418: Privacy del cliente 2016				
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	60		

GRI Standard	Disclosure	Numero di pagina	Nota	Omission
COMPLIANCE SOCIOECONOMICA				
GRI 103: Modalità di gestione 2016				
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	120		
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	21 60 74		
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	120		
GRI 419: Compliance socioeconomica 2016				
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	21 60 74		

6.4
GLOSSARIO

Aree bianche. Aree a bassa densità di popolazione, non interessate, fino al 2018, da alcun investimento privato per la realizzazione di infrastrutture a banda ultralarga.

Aree grigie. Aree a media densità di popolazione, interessate dalla presenza di una sola rete a banda ultralarga.

Aree nere. Aree densamente abitate, interessate dalla presenza, o da piani di sviluppo, di almeno due reti a banda ultralarga, gestite da operatori diversi.

Banda ultralarga. Con "banda larga" ci si riferisce ad una modalità di trasmissione che utilizza frequenze ad ampio spettro su un singolo supporto (solitamente fibra ottica, più raramente etere o cavo metallico) consentendo il transito di flussi molto elevati di informazione. Si parla di banda ultralarga quando la velocità di trasmissione supera i 30 Mbps.

Business Intelligence. Tutti i processi e gli strumenti attraverso i quali un'azienda riesce a raccogliere dati di diversa natura per analizzarli e trarne decisioni strategiche.

Consumo energetico diretto. Consumi legati all'utilizzo delle fonti primarie di energia (gas metano, carburante, ecc.) all'interno di aree possedute o controllate dall'organizzazione. Costituisce un esempio il consumo di gas metano per il funzionamento di impianti termici installati presso i siti dell'organizzazione.

Consumo energetico indiretto. Consumi legati all'utilizzo delle fonti primarie di energia (carbone, gas metano, combustibili fossili, ecc.) all'esterno di aree possedute o controllate dall'organizzazione. Costituisce un esempio il consumo di energia elettrica acquistata da una Società erogatrice, che utilizza le fonti primarie di energia presso i propri siti ai fini della produzione di energia elettrica.

Emissioni dirette. Emissioni originate da fonti appartenenti o controllate dall'organizzazione (es. emissioni derivanti da mobilità e riscaldamento degli uffici).

Emissioni indirette. Emissioni risultanti dalle attività dell'organizzazione ma che sono generate da fonti appartenenti o controllate da altre organizzazioni (es. emissioni risultanti dalla produzione di energia consumata).

Fibra Ottica. Sottili fili di vetro, silicio o plastica che costituiscono la base di un'infrastruttura per la trasmissione di dati. Un cavo in fibra contiene diverse fibre individuali, ciascuna capace di convogliare il segnale (impulsi di luce) a una larghezza di banda praticamente illimitata. Sono utilizzate solitamente per trasmissioni su lunga distanza, per il trasferimento di "dati pesanti" così che il segnale arriva protetto da disturbi che può incontrare lungo il proprio percorso. La capacità di trasporto del cavo di fibra ottica è notevolmente superiore a quella dei cavi tradizionali e del doppino di rame. Disponibili sotto forma di cavi, sono flessibili, immuni ai disturbi elettrici ed alle condizioni atmosferiche più estreme, e poco sensibili a variazioni di temperatura. Hanno un diametro del cladding solitamente di 125 micrometri (circa le dimensioni di un capello) e pesano molto poco: un chilometro di fibra ottica pesa meno di 2 kg, esclusa la guaina che la ricopre. Le fibre ottiche sono classificate come guide d'onda dielettriche. Esse, in altre parole, permettono di convogliare e guidare al loro interno un campo elettromagnetico di frequenza sufficientemente alta (in genere in prossimità dell'infrarosso) con perdite estremamente limitate.

FTTH. Con FTTH, Fiber to the Home, ci si riferisce a tutti i collegamenti in cui la Fibra Ottica copre l'intera tratta dalla centrale telefonica fino alla casa/azienda dell'utente.

FTTN. Con FTTN, Fiber to the Node, ci si riferisce a tutti i collegamenti in cui la Fibra Ottica, partendo dalla centrale telefonica, arriva fino alla centralina di prossimità, il cabinet, conservando quindi il doppino di rame per coprire l'ultimo tratto che va dal cabinet alla casa/azienda dell'utente.

GDPR (General data protection regulation) Il GDPR è la normativa europea che disciplina il modo in cui le aziende e le altre organizzazioni trattano i dati personali. Con il regolamento europeo si passa da una visione proprietaria del dato, in base alla quale non lo si può trattare senza consenso, ad una visione di controllo del dato, che favorisce la libera circolazione dello stesso rafforzando nel contempo i diritti dell'interessato, il quale deve poter sapere se i suoi dati sono usati e come vengono usati per tutelare lui e l'intera collettività dagli eventuali rischi legati a un non corretto trattamento dei dati.

GPON (Gigabit Passive Optical Network). Architettura di rete FTTH in cui la fibra ottica arriva all'interno dell'abitazione del cliente. Consente di raggiungere prestazioni molto elevate, superiori a 1 Gbit/s. La rete GPON prevede l'utilizzo di "splitter" passivi per suddividere la fibra più volte e per instradarla verso diversi edifici, riducendo così la quantità di fibra e di apparecchiature necessarie rispetto ad altre architetture FTTH precedentemente utilizzate. La natura passiva della rete GPON permette perciò di eliminare gli elementi di rete "attivi" nella rete di accesso (che quindi sono limitati alla centrale e presso l'abitazione del cliente), riducendo l'impiego della corrente elettrica ed aumentando l'efficienza dal punto di vista energetico.

ICT (Information and Communication(s) Technology). Insieme di metodi e tecnologie utilizzati per realizzare i sistemi di trasmissione, ricezione ed elaborazione di informazioni e dati.

IP (Internet Protocol). L'insieme dei protocolli di trasmissione usati per l'interscambio di dati su Internet. Si tratta di un protocollo di interconnessione di reti (Inter-Networking Protocol), classificato al livello di rete (3) del modello ISO/OSI, nato per interconnettere reti eterogenee per tecnologia, prestazioni, gestione, pertanto implementato sopra altri protocolli di livello collegamento, come Ethernet o ATM. È un protocollo a pacchetto senza connessione e di tipo di best effort nel senso che fa il massimo di quello che può fare senza garantire alcuna forma di affidabilità della comunicazione in termini di controllo di errore, controllo di flusso e controllo di congestione a cui quindi dovranno supplire i protocolli di trasporto di livello superiore (livello 4) quale ad esempio TCP. La versione correntemente usata del protocollo IP è detta anche IPv4 per distinguerla dalla più recente IPv6, nata dall'esigenza di gestire meglio il crescente numero di computer.

Lavoratori. Lavoratori che operano nei siti Fastweb e che rappresentano sia i dipendenti sia le persone che lavorano per società terze.

Multimediale. È il servizio che coinvolge due o più mezzi di comunicazione (per esempio, voce, video, testo, ecc.) e prodotti ibridi generati con la loro interazione.

NPS (Net Promoter Score). È uno strumento di gestione che consente di rappresentare il grado di soddisfazione dei clienti in maniera quantificabile, derivante da un calcolo standardizzato, usato anche per confrontare le performance di aziende diverse.

Organi amministrativi. All'interno del presente documento con il termine "Organi amministrativi" ci si riferisce al Management Board ed al Consiglio di Amministrazione.

OTT (Over-The-Top). Con Over-the-top ci si riferisce alle imprese che offrono servizi, contenuti e applicazioni attraverso la rete Internet, pur non gestendone l'infrastruttura. Tali aziende sono frequentemente caratterizzate da una focalizzazione spinta sui bisogni del cliente, da customer experience semplici e immediate e da elevatissimi livelli di qualità del servizio. Inoltre i processi e i sistemi per l'erogazione dei servizi sono tipicamente caratterizzati da una grande scalabilità.

Piattaforma. È la totalità degli input, incluso l'hardware, il software, le attrezzature di funzionamento e le procedure, per produrre (piattaforma di produzione) o gestire (piattaforma di gestione) un particolare servizio (piattaforma di servizio).

Rete. È un insieme collegato di elementi. In una rete telefonica, questi consistono nei commutatori collegati tra loro e all'apparecchiatura del cliente. L'apparecchiatura di trasmissione può essere costituita da cavi di fibra ottica o metallici oppure dalle connessioni radio point-to-point.

Servizio Gigabit: servizio di connettività *ultrabroadband* con velocità fino a 1 Gbps.

User Experience (esperienza d'uso). Con l'espressione "user experience" si intende ciò che una persona prova quando utilizza un prodotto, un sistema o un servizio. La user experience concerne gli aspetti esperienziali, affettivi, l'attribuzione di senso e di valore collegati al possesso di un prodotto e all'interazione con esso, ma include anche le percezioni personali su aspetti quali l'utilità, la semplicità d'utilizzo e l'efficienza del sistema. Essa ha una natura soggettiva perché riguarda i pensieri e le sensazioni di un individuo nei confronti di un sistema; inoltre è dinamica dal momento che si modifica nel tempo al variare delle circostanze.

6.5

APPENDICE TECNICA

PAR. 1.1 CHI SIAMO[31]

Dati Fastweb e 7Layers	2019 (€/000)	2020 (€/000)	2021 (€/000)	Variazione 2021-2020 (%)
Clienti telefonia fissa [32] (migliaia)	2.637,00	2.904,00	3.087	0,6%
Clienti telefonia mobile (migliaia)	1.806	1.961	2.472	26%
Ricavi	2.218.302,00	2.297.763,00	2.391,568,00	4,1%
Margine Operativo Lordo - EBITDA	751.738,00	784.109,00	825.570,00	5,3%
Margine Operativo Lordo - EBITDA (%)	33,9%	34,1%	34,5%	1,2%
Margine Operativo Lordo after lease – EBITDA - AL	699.772	731.875	771.860	5,5%
Margine Operativo Lordo after lease – EBITDA - AL (%)	31,6%	31,9%	32,3%	1,3%
Investimenti Tecnici Netti	595.201,00	588.266,00	601.433,00	2,24%

Valore aggiunto globale	2019 Mln. €	2020 Mln. €	2021 Mln. €
Ricavi dalle vendite	2.218,3	2.297,8	2.391,6
Altri ricavi e proventi	31,9	2,3	33,2
Valore produzione	**2.250,2**	**2.300,1**	**2.424,8**
Costo di acquisto di beni e servizi	-932,8	-920,5	-961,3
Costi per godimento di beni di terzi	-356,7	-403,3	-454,7
Costi operativi	**-1.289,5**	**-1.323,8**	**-1.416,0**
Oneri diversi di gestione	-30,1	-29,2	-14,8
Componenti e accessori straordinari	0	0	153,0
Accantonamenti per rischi e altri accantonamenti	-652,1	-659,4	-653,2
Valore aggiunto globale	**278,5**	**287,7**	**494,0**

Valore aggiunto distribuito[33]	2019 Mln. €	2020 Mln. €	2021 Mln. €
Valore aggiunto globale	**278,5**	**287,7**	**494,0**
Costi del personale - Remunerazione al Personale	141,9	138,4	163,1
Imposte e tasse - Remunerazione della P.A.	19,6	25,3	-19,6
Autofinanziamento - Remunerazione dell'azienda	83,6	81,1	304,0
Oneri finanziari - Remunerazione del capitale di credito	30,9	41,2	42,8
Distribuzione del valore aggiunto alla comunità	2,5	1,7	3,6

[31] *I dati relativi all'indicatore di performance economica 201-1 non tengono in considerazione le società Cutaway S.r.l. e 7Layers S.r.l. in ragione della loro recente acquisizione. Nelle tabelle sono riportati dati e rielaborazioni tratti dai bilanci di esercizio di Fastweb S.p.A. e Fastweb Air S.r.l.*

[32] *Clienti di telefonia fissa retail e wholesale*

[33] *Per il calcolo del valore distribuito agli stakeholder, Fastweb si basa sulle Linee Guida del Gruppo di Studio Bilancio Sociale "Il bilancio sociale GBS 2013", che propongono una riclassificazione di alcune voci del conto economico, integrate dalle informazioni relative alla destinazione del risultato di esercizio in base agli stakeholder di riferimento.*

PAR.1.4L'APPROCCIOALLAFISCALITÀ[34]

	2019 (€/000)	2020 (€/000)	2021 (€/000)
Nomi delle entità residenti	Si veda la nota metodologica		
Attività principali dell'organizzazione	Si veda il capitolo 1.1 Chi siamo.		
Numero dei dipendenti	Si veda la tabella del Par. 4.3.2. della presente appendice		
Ricavi da vendite a terze parti	2.156	2.251	2.354
Ricavi da operazioni infragruppo con altre giurisdizioni fiscali	62	53	38
Utile/perdita ante imposte	99	100	278
Immobilizzazioni diverse da disponibilità liquide e mezzi equivalenti[35]	3,501	3,521	3,685
Imposte sul reddito delle società versate sulla base del criterio di cassa[36]	13,007	11,639	16,021
Imposte sul reddito delle società maturate sugli utili/perdite	9,027	13,654	27,789
Motivazioni della differenza tra l'imposta sul reddito delle società maturata sugli utili/perdite e l'imposta dovuta, se l'aliquota fiscale prevista dalla legge è applicata sugli utili/perdite ante imposte	Le differenze sono dovute alle componenti da consolidato fiscale con la controllante del Gruppo.		

PAR. 4.2 INNOVAZIONE, FIDUCIA E ASCOLTO PER I CLIENTI INSIEME AI CONSUMATORI PER DEFINIRE LE REGOLE DEL GIOCO

Conciliazioni paritetiche	2019	2020	2021
Domande ricevute	1.182	929	959
Pratiche di conciliazione gestite[37]	971	848	1.093
Pratiche concluse con verbale positivo	939	808	830
Pratiche concluse con verbale positivo (%)	97%	95%	76%
Pratiche concluse senza il raggiungimento di un accordo	2,3%	1,6%	3,6%

[34] Inclusi dati per Fastweb e 7Layers
[35] Sono escluse altre attività finanziarie, imposte anticipate e altre attività non correnti
[36] Include i pagamenti per IRES effettuati alla consolidante fiscale Swisscom Italia Srl
[37] In ciascun anno di riferimento possono essere gestite anche domande ricevute nel corso dell'anno precedente.

PAR. 4.3.2. WORKING SMART(ER): OLTRE LO SMART WORKING

Forza lavoro per genere e tipologia contrattuale		2019	2020	2021
Dipendenti con contratti a tempo indeterminato	Uomini	1.593	1.742	1.801
	Donne	956	1.022	1.034
Totale tempo indeterminato		**2.549**	**2.764**	**2.835**
		2019	2020	2021
Dipendenti con contratti a tempo determinato	Uomini	3	8	3
	Donne	9	3	2
Totale tempo determinato		**12**	**11**	**5**
Totale dipendenti		**2.561**	**2.775**	**2.840**
		2019	2020	2021
Dipendenti a tempo pieno	Uomini	1.523	1.685	1.755
	Donne	667	741	799
Totale a tempo pieno		**2.190**	**2.426**	**2.534**
Dipendenti part-time	Uomini	70	65	49
	Donne	289	284	257
Totale part-time		**359**	**349**	**306**
		2019	2020	2021
Totale tirocini + stage		0	0	13
		2019	2020	2021
Lavoratori interinali	Uomini	19	152	151
	Donne	24	50	57
	Totale	**43**	**202**	**208**

Le numeriche riportate con riferimento al 2019 e al 2020 non tengono conto del personale 7Layers in quanto tali società non rientravano nel perimetro di rendicontazione del Report di Sostenibilità 2020. Il personale 7Layers S.r.l. (45 risorse) risulta invece ricompreso nelle numeriche riportate con riferimento all'anno 2021.
Nel 2019 le numeriche del personale a tempo pieno e part-time facevano riferimento unicamente al numero di dipendenti a tempo indeterminato. Nel 2020 sono cambiati i parametri di calcolo e sono stati aggiunti a queste numeriche anche i contratti a tempo determinato.

PAR. 4.3.2. WORKING SMART(ER): OLTRE LO SMART WORKING

Tasso di turnover aziendale e suddivisione dei dipendenti						
Turnover e Tasso di Turnover totale		**2019**		**2020**		**2021**
	n	%	n	%	n	%
Assunzioni – totale	82	3,2%	288	10,4%	136	4,8%
Cessazioni – totale	119	4,6%	66	2,4%	94	3,3%
Turnover - totale	201	7,8%	354	12,8%	230	8,1%
Turnover e Tasso di Turnover per genere		**2019**		**2020**		**2021**
	n	%	n	%	n	%
Assunzioni – uomini	47	1,8%	199	7,2%	104	3,7%
Assunzioni – donne	35	1,4%	89	3,2%	32	1,1%
Cessazioni – uomini	87	3,4%	39	1,4%	32	1,1%
Cessazioni – donne	32	1,2%	27	1,0%	62	2,2%
Turnover e Tasso di Turnover per fasce d'età		**2019**		**2020**		**2021**
	n	%	n	%	n	%
Assunzioni < 30 anni	30	1,2%	64	2,3%	24	0,8%
Assunzioni 30 ≤ x ≤ 50	50	2%	209	7,5%	102	3,6%
Assunzioni > 50 anni	2	0,1%	15	0,5%	10	0,4%
Cessazioni < 30 anni	11	0,4%	6	0,2%	9	0,3%
Cessazioni 30 ≤ x ≤ 50	96	3,7%	48	1,7%	54	1,9%
Cessazioni > 50 anni	12	0,5%	12	0,4%	31	1,1%

PAR. 4.3.3. UN WELFARE INNOVATIVO COSTRUITO SULL'ASCOLTO DEI DIPENDENTI

RIFORMA SUL TFR

L'azienda applica quanto previsto dalla riforma del sistema di Previdenza Complementare (D. Lgs. 252/05) e in accordo al CCNL applicato. I dipendenti versano i contributi mensilmente alla Tesoreria dello Stato gestita dall'INPS, oppure possono aderire, in tutto o in parte, 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'1,30% (a partire dal 01.04.2021 come da ultimo rinnovo CCNL del 12 novembre 2020), sulla retribuzione utile alla determinazione del TFR. Per i dirigenti, invece, la scelta attuale è tra 2 fondi (Insieme o Previndai, fino al 2007 Previras era il fondo proposto ai Dirigenti) e il contributo minimo è pari al 4% a cui l'azienda aggiunge un contributo fisso del 4% sulla retribuzione utile alla determinazione del TFR. L'iscrizione ai fondi di categoria è possibile per i dipendenti assunti a tempo indeterminato e con contratto di apprendistato.
Al 31/12/2021 il 41,50% degli impiegati e quadri (1.120 persone iscritte) risultava iscritto a Telemaco e l'86,46% dei Dirigenti (83 persone iscritte) risultava iscritto ai fondi integrativi dedicati.
Relativamente a 7Layers, l'azienda rispetta il contratto del commercio, che prevede contribuzione aggiuntiva solo per gli iscritti al fondo di categoria "Fon.Te.". Ad oggi un solo dipendente aderisce a tale fondo e provvede con un contributo volontario aggiuntivo dell'1% (sulla quota di TFR mensile) e l'azienda dell'1,55%.

PAR. 4.3.4. TUTELARE LA SALUTE PER TUTELARE IL CAPITALE UMANO

Indici infortunistici dei dipendenti		2019	2020	2021
Numero di infortuni	Totale infortuni registrabili [38]	21	4	1
	Di cui fatali	0	0	0
	Indice di fatalità	0,0	0,0	0,0
	Di cui hanno causato gravi conseguenze	0	0	0
	Indice degli infortuni con conseguenze gravi	0,0	0,0	0,0
	Indice di infortuni registrabili	5,1	0,93	0,22

[38] *Non sono compresi gli infortuni in itinere*

PAR. 4.3.4. UN DATORE DI LAVORO ATTRATTIVO E LA TUTELA DELLE DIVERSITÀ

Numero di dipendenti a tempo indeterminato in funzione del genere e dell'età							
Dirigenti							
		2019		2020		2021	
		n	%	n	%	n	%
GENERE	Uomini	78	87%	79	88%	79	82%
	Donne	12	13%	11	12%	17	18%
FASCIA D'ETÀ	< 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
	30 ≤ x ≤ 50	41	46%	33	37%	32	33%
	> 50 anni	49	54%	57	63%	64	67%
Quadri							
		2019		2020		2021	
		n	%	n	%	n	%
GENERE	Uomini	284	76%	294	77%	294	77%
	Donne	92	24%	90	23%	90	23%
FASCIA D'ETÀ	< 30 anni	0	0%	0	0%	0	0%
	30 ≤ x ≤ 50	176	47%	176	46%	159	41%
	> 50 anni	200	53%	208	54%	225	59%
Impiegati[39]							
		2019		2020		2021	
		n	%	n	%	n	%
GENERE	Uomini	1.234	59%	1.377	60%	1.428	61%
	Donne	861	41%	924	40%	927	39%
FASCIA D'ETÀ	< 30 anni	44	2%	97	4%	94	4%
	30 ≤ x ≤ 50	1.811	86%	1.902	83%	1.887	80%
	> 50 anni	240	11%	302	13%	374	16%

Congedo parentale[40]			
Tipologia	2019	2020	2021
Numero di dipendenti con diritto alla maternità	965	1.025	1.066
Numero di dipendenti con diritto alla paternità	1.596	1.750	1.774
Totale	**2.561**	**2.775**	**2.840**
Numero di dipendenti che hanno usufruito del congedo di maternità	18	41	29
Numero di dipendenti che hanno usufruito del congedo di paternità	8	59	39
Totale	**26**	**100**	**68**
Numero di dipendenti rientrati dopo la fine del congedo di maternità	18	41	29
Numero di dipendenti rientrati dopo la fine del congedo di paternità	8	59	39
Totale	**26**	**100**	**68**
Numero di dipendenti ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro al lavoro dopo un periodo di congedo di maternità	68	18	39
Numero di dipendenti ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro al lavoro dopo un periodo di congedo di paternità	27	8	58
Totale	**95**	**26**	**97**
Tasso di rientro al lavoro - Donne	100%	100%	100%
Tasso di rientro al lavoro - Uomini	100%	100%	100%
Tasso di rientro al lavoro – Totale	**100%**	**100%**	**100%**
Tasso di retention – Donne	100%	100%	95%
Tasso di retention - Uomini	100%	100%	98%
Tasso di retention - Totale	**100%**	**100%**	**97%**

[39] Il numero di impiegati comprende anche una quota residuale (4 FTE) di personale inquadrato come "operaio".
[40] Nel 2020 cambiata la metodologia di calcolo per l'indicatore 401-3. Sono state ricalcolate le numeriche del triennio, prendendo in considerazione unicamente la tipologia di congedo parentale per maternità o paternità, escludendo dai calcoli altre tipologie di congedi. Alcune numeriche del 2018 sono state riportate come non applicabili in ragione dell'impossibilità di reperire i dati. Nel 2020 un numero di uomini più elevato rispetto agli anni precedenti ha usufruito del congedo parentale poiché la normativa in materia, che ha esteso il diritto a 7 giorni di congedo parentale (art. 1, c. 342 Legge 27 dicembre 2019 n. 160), ha dato la possibilità di fruire di tale congedo anche agli aventi diritto nell'anno precedente (2019).

PAR. 4.3.5. OTT LEARNING PROGRAM: UN RINNOVATO PERCORSO DI SVILUPPO E FORMAZIONE

Ore di formazione[41]	Totale Ore			Numero dipendenti			Ore pro Capite		
Ore di formazione erogate in modalità sincrona per inquadramento	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Dirigenti	2.550	1.219	2.655	90	90	96	28,33	13,54	27,66
Quadri	3.445	4.766,3	8.000	376	384	384	9,16	12,41	20,83
Impiegati	16.921	26.147,2	35.377	2.095	2.301	2.360	8,08	11,36	14,99
Totale	**22.916**	**32.132,5**	**46.032**	**2.561**	**2.775**	**2.840**	**8,95**	**11,58**	**16,21**

	Totale Ore			Numero dipendenti			Ore pro Capite		
Ore di formazione erogate in modalità sincrona per genere	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Formazione erogata a dipendenti uomini	15.302	24.802,3	30.959,0	1.596	1.752	1.804	9,59	14,16	17,16
Formazione erogata a dipendenti donne	7.614	7.330,2	15.072,5	965	1.027	1.036	7,89	7,14	14,55
Totale	**22.916**	**32.132,5**	**46.031,5**	**2.561**	**2.775**	**2.840**	**8,95**	**11,58**	**16,21**

PAR. 5.1 LA LOTTA AI CAMBIAMENTI CLIMATICI: UN RINNOVATO IMPEGNO.

Calcolo delle emissioni (in ton CO_{2eq})			
Tipologia di emissioni	2019	2020	2021
Dirette (Scope 1)	2.640	1.981	1.876
Indirette (Scope 2)	0	0	0
Altre emissioni indirette (Scope 3)	160.427	167.117	170.267
Totale	**163.650**	**170.143**	**172.143**
Enabling Effects (Scope 4)	185.422	245.324	253.894
Emissioni compensate	-	-	61.300

PAR.5.2.CONSUMIENERGETICIEINIZIATIVEDIEFFICIENZAENERGETICA

Calcolo dei consumi energetici indiretti (energia elettrica acquistata) [42]		2019	2020	2021
Sedi Uffici	GJ	23.272	16.388	16.075
	kWh	6.464.562	4.552.212	4.465.201
Fastweb Air	GJ	10.736	10.582	10.963
	kWh	2.982.261	2.939.475	3.045.249
Negozi	GJ	2.321	2.083	2.166
	kWh	644.816	578.673	601.602
Infrastruttura di rete	GJ	476.573	490.101	487.289
	kWh	132.381.391	136.139.141	135.358.151
Totale	**GJ**	**512.903**	**519.154**	**515.923**
	kWh	**142.473.030**	**144.209.501**	**143.311.809**

Consumi energetici diretti		2019	2020	2021
Benzina	GJ	1.288	1.281	4.778
	l	38.846	39.037	144.239
Gasolio	GJ	20.776	10.701	13.263
	l	570.817	297.373	367.042
Gas Naturale	GJ	6.498	3.106	2.117
	Sm^3	175.716	86.736	58.775
Impianti fotovoltaici	KWh	148.362	149.236	158.394
	GJ	534	537	570
Totale	**GJ**	**29.096**	**15.625**	**20.728**

[41] Formazione erogata in modalità sincrona in aule sia fisiche sia virtuali

[42] I dati non comprendono i consumi derivanti dall'utilizzo delle auto elettriche