



Gruppo
Almaviva

Sustainability

2021 REPORT

Almaviva

digitale assoluto

Il mondo, con gli occhi di domani

Mission

Un network globale protagonista dell'innovazione, impegnato a fianco di aziende, amministrazioni e organizzazioni per una trasformazione digitale che generi sviluppo sostenibile, crescita duratura e valore condiviso



- 6 Lettera agli Stakeholder
- 8 Highlights & Performance 2021

1

10 Il mondo con gli occhi di domani

- 12 La Trasformazione digitale e la visione Almaviva
- 16 Il Gruppo Almaviva
- 18 La storia del Gruppo
- 20 Le aree di Business
- 22 Visione e strategia: un modello di business integrato
- 24 Il modello di business
- 28 L'approccio alla sostenibilità
- 30 Stakeholder Engagement
- 36 I temi di sostenibilità rilevanti

2

38 Governance

- 40 Il Gruppo Almaviva: insieme per la creazione di valore condiviso
- 42 Il modello di Governo societario
- 44 Responsabilità ed integrità nel Business
- 46 I valori fondanti di Almaviva
- 48 I processi, l'organizzazione, la Politica e il sistema di certificazioni del Gruppo
- 52 Continuità del Business: efficienza e Cybersecurity
- 54 Cybersecurity
- 58 La Tutela della proprietà intellettuale

3

60 Transizione digitale responsabile

- 62 Almaviva: una transizione digitale responsabile
- 64 Le tecnologie Digital Change per la sostenibilità
- 72 Le tecnologie del Digital Customer Management
- 74 People-Centered Technologies
- 76 Ricerca e sviluppo per l'innovazione digitale
- 80 Un network per la collaborazione internazionale
- 84 La soddisfazione dei clienti grazie alla qualità di prodotti e servizi
- 86 Privacy e protezione dei dati

4

88 Persone

- 90 Le persone di Almaviva
- 94 La centralità delle persone
- 96 Il Progetto Become: un nuovo modo di lavorare
- 100 Supporto alla crescita e valorizzazione delle persone
- 104 Attrazione dei migliori talenti
- 108 Cura del benessere
- 110 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro
- 114 Contrasto alle discriminazioni di genere
- 116 Supporto alle persone diversamente abili
- 118 Impegno nell'inclusione della comunità di colore
- 120 La catena di fornitura responsabile

5

122 Ambiente

- 124 Il Gruppo Almaviva per la sostenibilità
- 126 La gestione e il controllo dei rischi ambientali
- 128 Aspetti ambientali significativi

6

136 Allegati

- 138 Principi e criteri di reporting
- 140 Sociogramma
- 142 Metodologia di calcolo
- 145 Tabelle di correlazione
- 146 Definizione dei temi materiali
- 148 Tabelle di performance
- 178 GRI Content Index
- 186 Relazione della Società di Revisione

Lettera agli Stakeholder

Cari Stakeholder,

il Gruppo Almaviva ha accompagnato nel tempo la propria strategia di crescita con la maturazione di una cultura d'impresa ispirata a principi condivisi, impegni e buone pratiche di responsabilità sociale.

Un percorso di consapevolezza che segna oggi un nuovo passaggio importante, con la realizzazione del primo Bilancio di Sostenibilità del Gruppo, attraverso il quale intendiamo rappresentare la visione e l'approccio di Almaviva alla dimensione dello sviluppo sostenibile, proponendo in forma strutturata la realtà e la prospettiva alle quali si collegano i principali indicatori relativi alle tematiche ambientali, sociali e di governance, comunemente noti con l'acronimo ESG (Environmental, Social, Governance).

Il nostro progetto si innesta in uno scenario globale e in un ambito di riferimento in cui la qualità dell'attenzione verso i principi di sostenibilità si è considerevolmente e giustamente innalzata, da parte delle amministrazioni e delle organizzazioni, di cittadini e imprese. In quest'ottica, intendiamo contribuire ad interpretare con correttezza, trasparenza e tempestività le aspettative degli stakeholder esterni ed interni, che costituiscono anche per noi altrettante opportunità di crescita e di competitività sul terreno proprio dell'innovazione.

La missione del Gruppo Almaviva è infatti sempre stata quella di affiancare i propri clienti nei processi di trasformazione digitale, per alimentare uno sviluppo duraturo e responsabile attraverso le straordinarie possibilità offerte dall'innovazione, utilizzando il potenziale dalla leva tecnologica in tutti i settori a beneficio della collettività e dell'ambiente nel quale viviamo.

Il contesto attuale, segnato dagli anni di pandemia e caratterizzato da forte instabilità geopolitica, pone tutti noi davanti a sfide impegnative, nelle quali costruire le condizioni per rispondere alle nuove esigenze dei cittadini di oggi e di domani. È il tempo, il nostro, di dispiegare competenze, capacità e nuove idee, al servizio del benessere delle persone e dei processi organizzativi, con l'obiettivo di coniugare le capacità dei settori pubblico e privato nel creare network inediti e partecipare a ecosistemi digitali sempre più articolati e complessi.

In questa direzione, il Gruppo Almaviva è impegnato attivamente al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile - Sustainable Development Goals (SDGs) - definiti dalle Nazioni Unite nel 2015 ed ha formulato un approccio alla sostenibilità che integra nelle attività di business i diversi motivi ambientali, sociali e di governance secondo due principali direttrici di azione:

- proporre al mercato prodotti e servizi che si proiettino positivamente sugli ambiti della sostenibilità, nella direzione di favorire una transizione digitale responsabile, etica, inclusiva e a contenuto impatto ambientale;
- guidare in maniera consapevole gli aspetti relativi alla vita delle persone, alla qualità dell'ambiente e al sistema di governo societario nello svolgimento delle attività di business, in linea con le best practice internazionali, rappresentando un riferimento per i diversi attori coinvolti.

La pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità è un passo determinante per valorizzare e portare a sistema l'insieme delle iniziative che, nel tempo, il nostro Gruppo ha intrapreso all'interno del più ampio ambito di responsabilità sociale e per indirizzare la strategia di sviluppo sostenibile che guiderà il nostro ulteriore percorso di crescita.


Marco Tripi
Amministratore Delegato

Highlights & Performance 2021

Digital
Change

Digital
Customer
Management

People
Centered
Technologies

Transizione digitale responsabile

Grazie ai diversi progetti sviluppati utilizzando le nuove tecnologie, è stato possibile ottenere benefici per la collettività e l'ambiente, come:

- Supporto alla digitalizzazione del Paese
- Automazione dei processi organizzativi e di business
- Valorizzazione dei dati e delle informazioni
- Inclusione, trasparenza ed accessibilità
- Riduzione degli impatti ambientali (es.: spostamenti evitati, monitoraggio dei consumi energetici per attuare azioni di miglioramento)

€ 12,6mln

spese R&D
Italia

Persone

44.689

persone in organico
di cui **44.615 dipendenti**

15.341
uomini



29.261
donne

Genere

27%

assunzioni
sotto i 30 anni

51h

medie per dipendente
di formazione

Ambiente

1.288t

Emissioni CO₂e (Scope 1)
Trend decrescente dal 2019

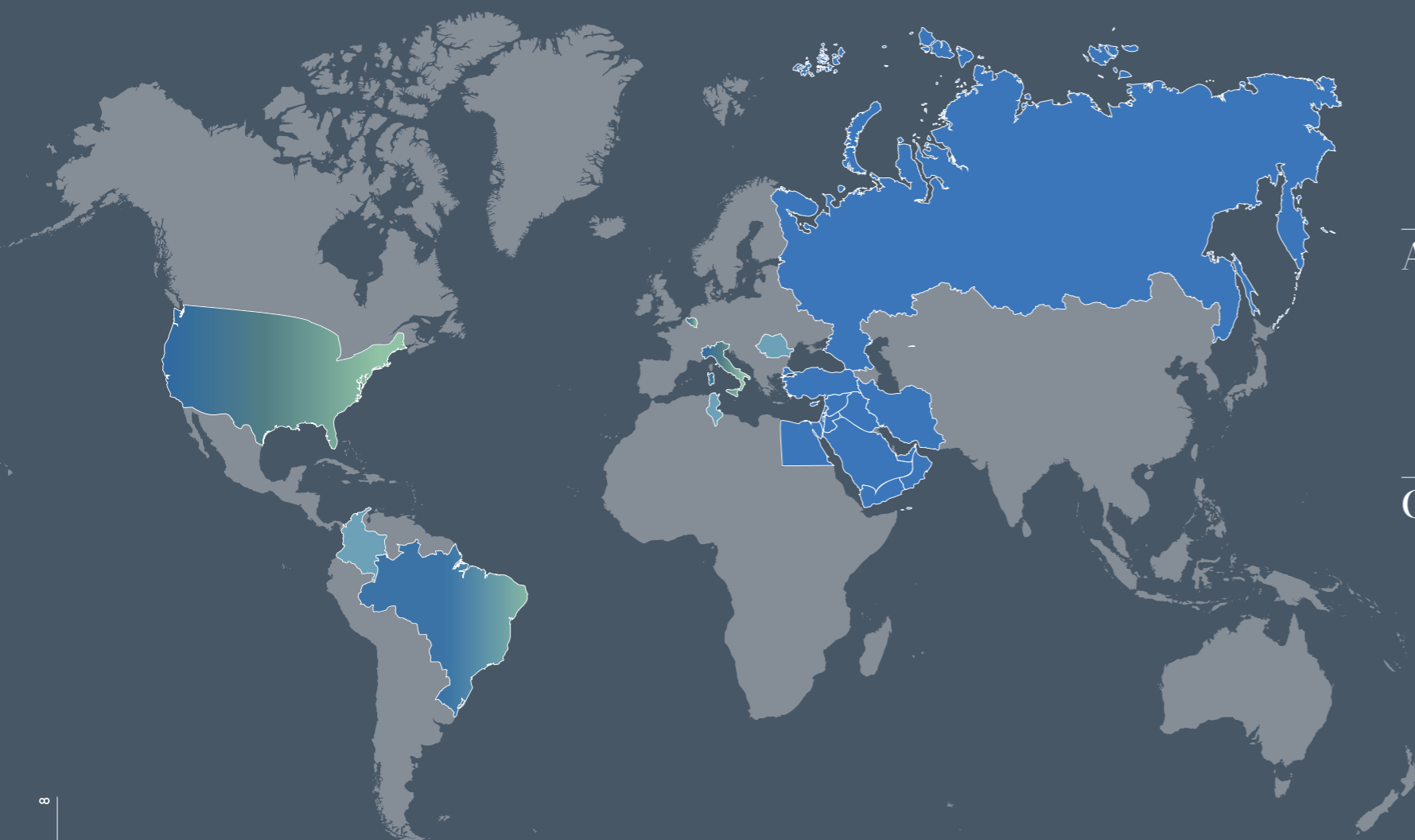
11.338t

Emissioni CO₂e (Scope 2)
Trend decrescente dal 2019

Governo societario

€ 979,6mln

di valore generato
di cui il 90% distribuito



1

*Almaviva:
il mondo
con gli occhi
di domani*

La Trasformazione digitale e la visione Almaviva

La trasformazione digitale è un cambiamento trasversale ai diversi ambiti della società

IL CONTESTO DELLA TRASFORMAZIONE DIGITALE

La trasformazione digitale è un processo di cambiamento epocale. È il cambiamento associato all'applicazione delle tecnologie digitali in tutti gli aspetti della società umana: tecnologico, economico, culturale, organizzativo e sociale¹.

Per comprenderne la portata, sono sufficienti alcuni dati: due persone su tre usano uno smartphone ogni giorno, due terzi della popolazione mondiale accede regolarmente a internet e poco più della metà di tutti gli abitanti del pianeta è attiva quotidianamente su almeno un social media.

Ad essere connessi sono anche e soprattutto i dispositivi, da quelli utilizzati ogni giorno per lavorare, per fare impresa, a quelli per l'uso quotidiano privato, che hanno raggiunto un ammontare di più di 10 miliardi nel 2021, destinato a triplicare nel prossimo decennio. Stime analoghe, per ciò che riguarda l'Internet of Things², sono previste per il volume di dati scambiati e per le potenzialità economiche.

La trasformazione digitale è il modo in cui le organizzazioni globali, pubbliche e private, hanno risposto alla domanda digitale: incorporare trasversalmente le nuove tecnologie in tutti i processi di impresa per poi canalizzarle in un flusso costante di cambiamento. I benefici della trasformazione digitale impattano sull'efficienza organizzativa nel suo complesso, sull'agilità dei processi aziendali e

sull'offerta di servizi a valore aggiunto per clienti e stakeholder, sulla cultura professionale.

Per cogliere le opportunità offerte dalla trasformazione in atto non basta investire in tecnologia: è fondamentale intraprendere una profonda revisione dei processi dell'organizzazione, a tutti i livelli, accompagnata da un cambiamento nella mentalità dei manager e dei dipendenti. La sfida contemporanea è quella di mettere insieme le capacità e potenzialità dei settori pubblico e privato per creare network inediti e partecipare a ecosistemi digitali sempre più articolati. Interconnessione, interoperabilità e valorizzazione dei dati prodotti durante i processi sono elementi imprescindibili dei nuovi modelli di business.

I percorsi verso la trasformazione digitale sono differenti ed ogni organizzazione sceglie il modo con cui perseguire questo processo di cambiamento. L'introduzione di tecnologie di Intelligenza Artificiale (IA), Cloud, Machine Learning³, Edge Computing⁴, Cybersecurity, Digital Experience e Mobile Business e tutto ciò che concerne esclusivamente gli aspetti tecnologici è infatti solo una parte dell'esperienza complessiva. Al centro, c'è anche una nuova concezione del capitale umano, con impatti notevoli sulle competenze sia dei singoli individui che delle strutture organizzative.

Inoltre, l'esperienza della crisi pandemica che ha colpito tutto il mondo negli ultimi due anni ha avuto forti ripercussioni sulla società. Prima della

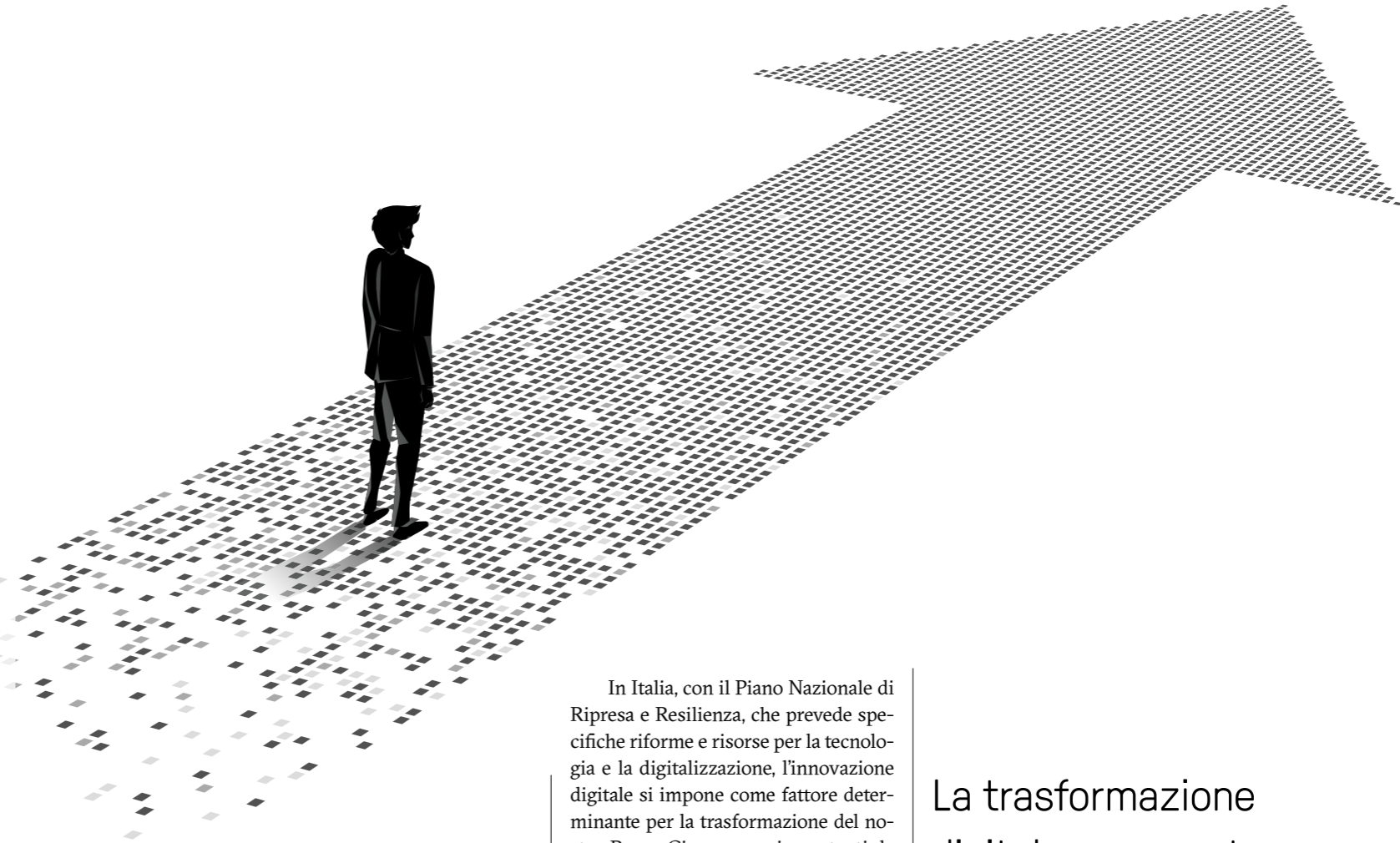
pandemia, la trasformazione digitale poteva essere considerata un processo strettamente collegato alle modalità di interazione tra organizzazioni e clienti. Due anni dopo l'inizio della pandemia, la trasformazione digitale è diventata il cardine delle attività di efficientamento operativo e dell'innovazione di qualsiasi organizzazione. Lo stesso smart working si è imposto a livello internazionale, con esempi concreti e virtuosi di digitalizzazione dei processi aziendali, di introduzione di nuovi protocolli, nuove competenze, di cui il lavoro remoto è solo uno degli esempi tangibili.

La sfera digitale è divenuta uno degli ambiti strategici per il rilancio dell'economia di ogni Paese e l'Europa ha stanziato fondi straordinari per la trasformazione digitale, con React EU e Next Generation EU.

In Italia, con il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, che prevede specifiche riforme e risorse per la tecnologia e la digitalizzazione, l'innovazione digitale si impone come fattore determinante per la trasformazione del nostro Paese. Ci sono gap importanti da colmare nel settore tecnologico, nelle competenze dei cittadini, nell'adozione di soluzioni digitali a supporto del sistema produttivo e dei servizi pubblici. Gli investimenti previsti in tecnologie, infrastrutture e processi digitali sono ingenti: delle risorse complessive del PNRR (191,5 miliardi di euro), il 21% è destinato alla Missione 1, ovvero "Digitalizzazione, innovazione, competitività, cultura e turismo". Si tratta di circa 40,3 miliardi di euro, fondi stanziati per dare un impulso decisivo al rilancio della competitività e della produttività dell'Italia.

Si tratta di una sfida senza precedenti per il Sistema Paese: costruire oggi le condizioni per rispondere alle esigenze dei cittadini del futuro, trovare soluzione a quesiti che si vanno ancora delineando nel tempo presente. Tutti i settori verranno impattati da

La trasformazione digitale a supporto degli obiettivi di sviluppo sostenibile



questa trasformazione: ogni campo richiederà il rapido dispiegamento di tecnologie all'avanguardia, al servizio della creatività e dei processi organizzativi, e sarà necessaria una forte collaborazione tra tutti gli attori coinvolti.

È in tale contesto che la trasformazione digitale può contribuire attivamente al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dalle Nazioni Unite nel 2015, supportando i tre pilastri su cui gli obiettivi sono stati costruiti, ovvero: migliorare la qualità della vita delle persone, promuovere una crescita equa e proteggere l'ambiente. La tecnologia come leva di una transizione da indirizzare, a partire dal design, verso benefici comuni, a patto di essere unita ad un ecosistema di valori condivisi tra istituzioni, imprese e società civile.

LA VISIONE ALMAGIVA

Per rispondere alle aspettative del futuro in continuo divenire non occorre una scommessa, ma un approccio innovativo. La visione della trasformazione digitale di Almagiva si basa sulla peculiarità della sua filosofia: un'impronta culturale che investe tutti gli ambiti aziendali. Una corrente di innovazione che parte dall'adozione di nuovi comportamenti individuali e di inediti modelli organizzativi, passa dalla profilazione di servizi e soluzioni sui bisogni del mercato, integra aspetti sociali, ambientali ed economici e attraversa le generazioni per rivolgersi oggi al futuro del mondo.

I valori fondanti
del digitale assoluto:
Consapevolezza
Responsabilità
Affidabilità

La missione di Almagiva
è di affiancare organizzazioni,
amministrazioni e aziende
per favorire una trasformazione
digitale che porti valore condiviso

La trasformazione digitale diventa un cambiamento abilitato dalla tecnologia, non determinato dalla tecnologia. È il senso dell'espressione "digitale assoluto", che racchiude il punto cardine dell'approccio di Almagiva: il digitale non è solo tecnologia, comprende anche l'impatto che l'insieme delle tecnologie ha sulla vita di istituzioni, imprese, organizzazioni, cittadini e, allo stesso tempo, sull'ambiente nel quale si muovono.

Una visione che guarda al mondo di oggi con gli occhi di domani, sapendo proiettare nella dimensione futura un cambiamento da costruire nel nostro tempo. Si tratta di formulare nuove idee, per essere in grado di dare risposte innovative ed originali, con la consapevolezza che tali risposte non hanno solo un impatto profondo sulla società attuale, ma soprattutto sulle generazioni future, in ottica di sostenibilità di lungo periodo. È necessario quindi orientarsi verso nuovi metodi di lavoro capaci di utilizzare il pieno potenziale della digitalizzazione ottimizzando processi, migliorando la competitività e offrendo un nuovo valore aggiunto ai clienti.

Il Gruppo Almagiva è impegnato a mettere al servizio dello sviluppo sostenibile e della crescita duratura le potenzialità della tecnologia e, contribuendo a guidare la trasformazione responsabilmente, al fine di creare valore condiviso e costruire un futuro migliore per tutti. Attraverso le attività di business, il Gruppo accompagna i propri clienti nella trasformazione digitale costruendo trasparenti rapporti di fiducia che rafforzano la propria affidabilità e credibilità presso le proprie comunità di riferimento.

Il Gruppo Almaviva



Esperienze consolidate, competenze uniche, ricerca continua e una profonda conoscenza dei diversi settori di mercato, pubblico e privato, fanno del Gruppo Almaviva il leader italiano nell'Information & Communication Technology

Almaviva è sinonimo di innovazione digitale e da sempre accompagna i processi di crescita del Sistema Paese raccogliendo le nuove sfide che le realtà aziendali devono affrontare per rimanere competitive nell'epoca del digitale, innovando il proprio modello di business, la propria organizzazione, la cultura aziendale e l'Information Communication Technologies.

Almaviva è un network globale protagonista della trasformazione digitale, nato da solide competenze made in Italy, unite alla capacità di integrare culture, intelligenze ed esperienze diverse. Il Gruppo Almaviva opera infatti a livello globale, con 44 uffici in Italia e 26 all'estero, con una importante presenza in America Latina.

Con quasi 45.000 persone – circa 10.000 in Italia e 35.000 all'estero – Almaviva è il terzo Gruppo privato italiano per numero di persone nel mondo e nel 2021 ha generato un valore economico pari a 979,6 milioni di euro.



La storia del Gruppo

1983	Alberto Tripi fonda ISI Italsistemi per l'Informatica e COS Communication Services : nasce un nuovo progetto industriale nel panorama nazionale, Consulting & Service Provider per le organizzazioni pubbliche e private del settore ICT.
1988	ISI Italsistemi per l'Informatica è tra i soci fondatori del Consorzio Lottomatica (poi Lottomatica S.p.A.).
2002	Costituita COS Tunisie : Società che nel 2010 cambia nome in Almaviva Tunisie, oggi leader nei servizi di Customer Care e Telemarketing per il mercato tunisino e francofono EMEA. ISI Italsistemi per l'Informatica aderisce all'OPA lanciata dal Gruppo De Agostini su Lottomatica S.p.A. per concentrarsi sullo sviluppo del Gruppo COS.
2005	Nasce Almaviva : il Gruppo COS acquisisce il Gruppo Finsiel da Telecom Italia e dà vita alla nuova realtà industriale che accompagna la trasformazione digitale nei settori chiave per l'economia del Paese, leader italiano nell'Information Technology all'origine di un network globale.
2006	Nasce Almaviva do Brasil : Partner tecnologico per la gestione avanzata dei servizi di Customer Care in America Latina, oggi il terzo operatore del Brasile e una delle principali aziende del Paese dedicate al Business Process Outsourcing. Nasce Almawave da Almaviva Consulting: Società alla quale il Gruppo Almaviva affida il compito di sviluppare un percorso dedicato all'applicazione dell'Intelligenza Artificiale, oggi leader nell'AI e nell'analisi del linguaggio naturale scritto e parlato grazie a tecnologie proprietarie all'avanguardia.
2007	Dall'esperienza del Gruppo COS si sviluppa Almaviva Contact , società operativa per i servizi e le soluzioni di Digital Customer Management.
2010	Costituita Almawave do Brasil : nata con l'obiettivo di diventare fornitore leader nel mercato brasiliano di tecnologie "people-centered", la Società che offre alle grandi imprese brasiliane soluzioni di qualità ed efficienza nei processi di Customer Interaction e di Knowledge Management.
2013	Costituita Lombardia Gestione : Società che gestisce le infrastrutture, i processi e le attività operative dei sistemi ICT regionali lombardi, Un modello d'innovazione, capace di trasformare le attività di una Regione, valido in tutto il Paese. Almawave acquisisce PerVoice : spinoff dei laboratori di ricerca della Fondazione Bruno Kessler, la prima azienda italiana a offrire un portafoglio completo di soluzioni di Automatic Speech Recognition
2014	Costituita Almawave USA : Società nata con l'obiettivo di portare sul mercato americano le soluzioni made in Italy in area Customer Experience, Voice of the Customer e Monitoring. Costituita Almacontact : Società in Colombia per la Digital Customer Management dedicata ai Paesi di lingua spagnola dell'America Latina, che esporta la sinergia fra Almaviva Contact e Almaviva do Brasil. Costituita Almaviva de Belgique : Società di servizi di consulenza IT, attività produttive e commerciali verso le Istituzioni comunitarie e le realtà enterprise europee.

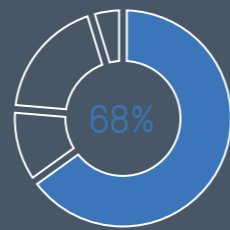
2016	Costituita Almaviva Services : Società per la Digital Customer Management, con sede in Romania, che propone una gamma estesa e innovativa di servizi ad alto valore aggiunto dedicata ai paesi europei.
2017	Nasce Almaviva Digitaltec : la Digital Foundry del Gruppo, con sede principale a Napoli, per lo sviluppo di soluzioni digital e disruptive con un focus in area Mobile & Portals, IoT & GIS, API Economy, Microservices & Containers e Big Data Analytics.
2018	Almaviva acquisisce Sadel : Società leader nel settore Transportation per i Passenger Information Systems che combina competenze in ambito software, meccanico ed elettronico per progettare, produrre e mantenere tutti gli equipaggiamenti di bordo treno.
2019	Almaviva acquisisce WEDOO : Digital Agency che opera worldwide nel campo della comunicazione digitale e dell'experience design.
2020	Costituita Data Jam : Società che valorizza la Data Science per creare nuovo valore nel processo di trasformazione digitale del Paese, spin-off accademico tra l'Università Federico II di Napoli, Almaviva Digitaltec e Almawave. Almaviva do Brasil acquisisce Chain Serviços and Contact Center S.A., società operante in Brasile in ambito BPO/CRM nel segmento dei servizi finanziari. Attraverso l'acquisizione, Almaviva do Brasil estende il proprio ruolo strategico nel settore finanziario, ampliando la diversificazione dei clienti e l'ottimizzazione delle soluzioni in portafoglio.
2021	Quotazione di Almawave : la Società debutta in Borsa mercato Euronext Growth Milan. Almawave acquisisce OBDA Systems : startup innovativa nata in seno all'Università La Sapienza di Roma che consente ad Almawave di allargare lo spettro di soluzioni proprietarie legate alle tecnologie del linguaggio e dei Big Data. Costituita Kline : la nuova realtà del Gruppo nata dall'integrazione dell'area dedicata alle Fiduciarie di Almaviva e Kline Srl, partner ideale per sostenere la trasformazione che coinvolge il settore FinTech, Wealth Management e RegTech. Costituita Almaviva Saudi Arabia : Società dedicata a business development e operations management per il settore Transportation in Medioriente. Costituite Almaviva Egypt , Almaviva Russia e Almaviva República Dominicana : Società per la gestione evoluta del servizio visti d'ingresso in Italia, in qualità di concessionario delle rispettive Ambasciate italiane.
2022	Nasce ReActive : l'Azienda, nata dallo spin-off della Divisione Finance di Almaviva, accompagna la trasformazione digitale del mondo Finance, con la missione di presidiare e sviluppare l'offerta del Gruppo diretta al mercato banche, assicurazioni e ai nuovi operatori finanziari. Almawave acquisisce The Data Appeal Company : Società attiva nello sviluppo di soluzioni di vertical AI analytics, leader nel settore Turismo, Fintech e Location Intelligence. Almawave acquisisce Sis.Ter Sistemi Territoriali : Società attiva nello sviluppo di soluzioni e progetti in ambito Data Science, focalizzata su Open Data Analytics, Spatial Intelligence e piattaforme di Decision Support System, per i settori Multiutilities e Government. Almaviva acquisisce Tecnav Transport Division : Società attiva nella fornitura e integrazione di sistemi tecnologici per trasporto ferroviario e metropolitane, aeroporti, industrie, nonché per il settore acque e depurazione. Almaviva do Brasil acquisisce la società brasiliana CRC , assieme alla controllata CRC Digital , attiva nell'area CRM Finance e nel credit management. L'acquisizione consente ad Almaviva do Brasil di consolidare il proprio posizionamento nel mercato di riferimento.

Le aree di business

Area di business / Attività / Brand / Ricavi 2021 (% sul totale) / Personale 2021 / Paesi / Società

Digital Change

Soluzioni IT per imprese 4.0 e amministrazioni che vogliono cogliere le opportunità della trasformazione in atto



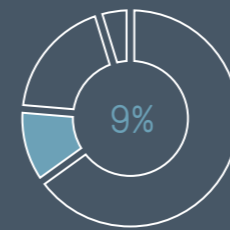
€ 652mln

~4.200
dipendenti



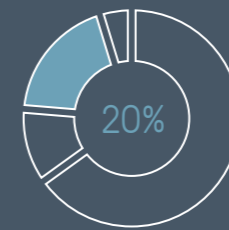
Digital Customer Management

Una nuova visione su scala globale per ottenere la massima qualità della Customer Experience Management



€ 86mln

~40.200
dipendenti

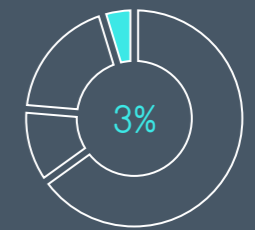


€ 190mln



People Centered Technologies

Tecnologia AI-driven basata sul linguaggio naturale per far evolvere i processi di Customer Interaction e Knowledge Management



€ 33mln

~300
dipendenti



Visione e strategia: un modello di business integrato

La strategia industriale e lo sviluppo del Gruppo Almaviva si basano su principi guida fondamentali: **integrazione, innovazione, internazionalizzazione, italianità, integrità.**

Nel realizzare la propria strategia, il Gruppo Almaviva offre ai propri clienti:

- Soluzioni innovative “su misura” rispetto alle esigenze;
- Servizi ad alta professionalità per essere competitivi sul mercato;
- Sicurezza del prodotto attraverso il rispetto delle norme di sicurezza relative alla progettazione e produzione dei prodotti;
- Diffusione delle competenze ed esperienze maturate;
- Soluzioni standard di mercato con la possibilità di integrazioni di prodotto custom;
- Difesa del patrimonio delle informazioni.



Gli elementi chiave
per la missione d'Impresa

Integrazione

Orientamento costante alla convergenza di competenze, professionalità ed esperienze complementari per ottimizzare le sinergie di Gruppo, a supporto di qualità, flessibilità, competitività di soluzioni e servizi offerti

Innovazione

La vocazione del Gruppo. Driver per ricerca, offerta e organizzazione. Visione tradotta in soluzioni di valore, per eccellenza tecnologica e modelli di business, per affrontare l'evoluzione del mercato e anticipare le aspettative dei Clienti

Internazionalizzazione

Per competere su mercati globali, accompagnare la crescita di clienti internazionali, esportare expertise e best practice.

Italianità

Presenza in Italia quale valore di riferimento. Investimenti, radicamento territoriale per il più rilevante apporto ad occupazione stabile e qualificata da parte di un gruppo industriale privato. Know how, competenze ed esperienza italiana per soluzioni ad alto contenuto innovativo

Integrità

Cultura d'Impresa fondata su principi etici condivisi, attenzione per le persone, trasparenza, rispetto delle regole. Responsabilità sociale che lega obiettivi di business allo sviluppo delle comunità di riferimento

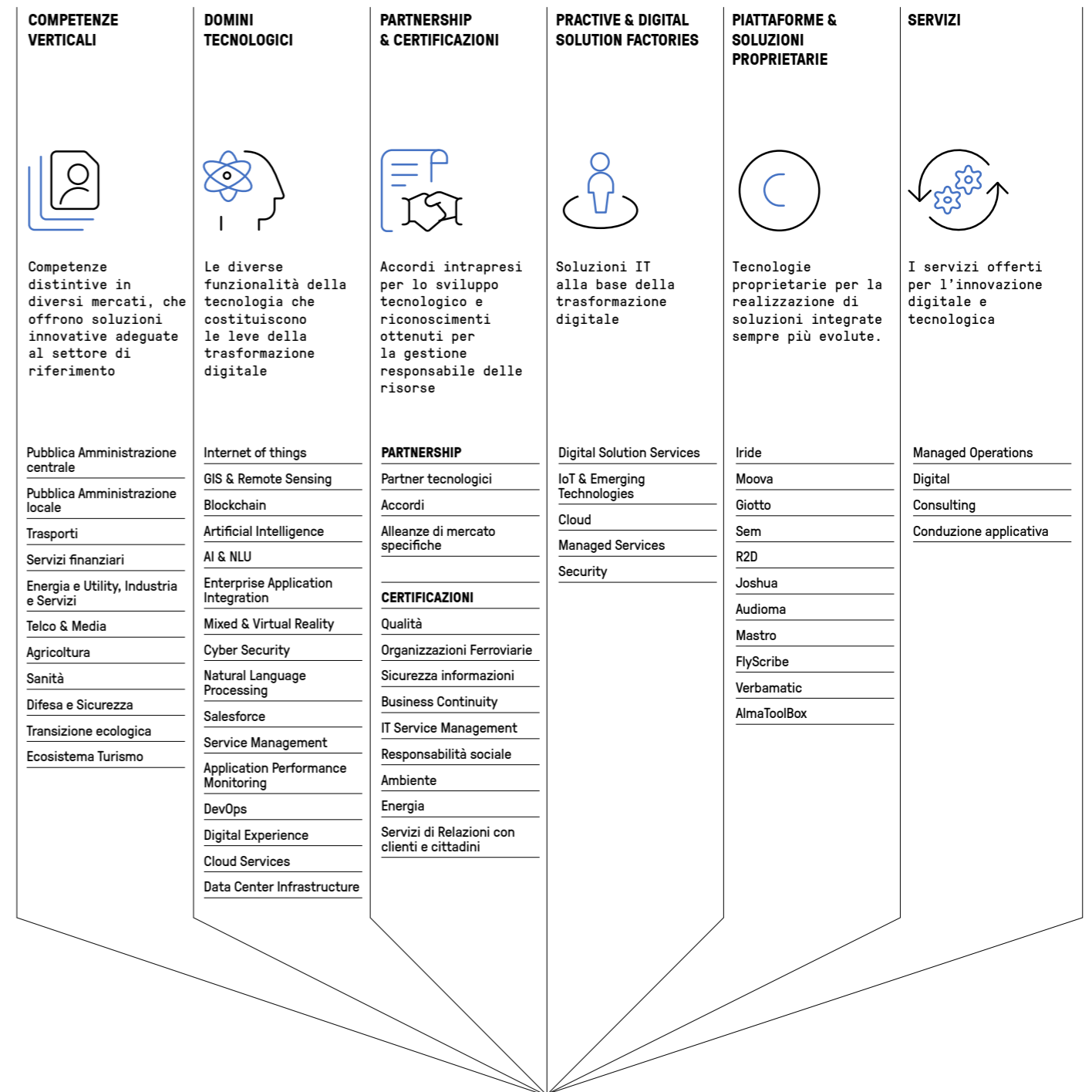
Il modello di business



Il modello che caratterizza la strategia di offerta nasce dalla sinergia tra Società del Gruppo ed integra asset tecnologici, competenze, capacità operative e di servizio complementari che permettono di offrire una vasta gamma di servizi, focalizzata al business del cliente.

In particolare, il modello che sostiene il progetto industriale di Almaviva coniuga lo sviluppo e la realizzazione di progetti con l'adozione di tecnologie innovative e la disponibilità di adeguate infrastrutture. Il modello di impresa e di offerta risultante favorisce inoltre lo sviluppo di nuove occasioni di business per i clienti, in quanto l'ascolto delle loro esigenze e la percezione di quelle ancora inesprese, la condivisione degli obiettivi e il disegno di scenari futuri ne costituiscono il nucleo centrale. In tale contesto, per rispondere al meglio alle necessità della committenza, l'offerta proposta è estremamente articolata e diversificata, e declina la gestione dell'informatica non solo in termini di soluzioni e progetti ma anche di servizi su "misura" per i singoli clienti, consentendo all'organizzazione di porsi sul mercato di riferimento come Information & Communication Services Provider (ICS).

Per offrire soluzioni innovative, il modello di Business di Almaviva si basa su sei principali pilastri: competenze verticali, domini tecnologici, partnership e certificazioni, practice e digital solution factories, piattaforme e soluzioni proprietarie, servizi.



I diversi elementi del modello di business consentono di offrire alla collettività
SOLUZIONI INNOVATIVE

LE SOLUZIONI INNOVATIVE

La trasformazione digitale sta accelerando sempre di più. È in corso un cambiamento radicale nei modi di lavorare e produrre, di governare e associarsi, di comunicare, di vivere. È in corso il ridisegno complessivo del tessuto produttivo, amministrativo e dei servizi. Investire nel digitale è la risposta più efficace per consolidare la crescita complessiva del sistema Paese attraverso l'innovazione diffusa. Almaviva è al fianco di chi accetta la sfida della trasformazione epocale in atto in un percorso di sviluppo che investe cambiamenti tecnologici, organizzativi, sociali, culturali e manageriali in uno scenario in continuo divenire.

Il fattore distintivo di Almaviva risiede nella capacità di impostare la crescita su modelli aperti di innovazione, realizzando progetti personalizzati, coniugando il presidio delle frontiere più avanzate del digitale con una irrinunciabile impronta umana.



L'approccio alla sostenibilità

L'approccio alla sostenibilità di Almaviva integra i diversi aspetti sociali, ambientali e di governance, sia nell'offerta di prodotti e servizi al mercato, sia nell'operatività del business, generando una sinergia che permette alla Società di favorire una transizione digitale etica, inclusiva e a ridotto impatto ambientale. Questo modello integrato consente ad Almaviva di creare valore condiviso, che diventa valore sociale per le persone, economico per i clienti e gli stakeholder, ambientale per l'ecosistema, agendo su quattro diretti principali: **Transizione digitale responsabile, Persone, Ambiente e Governo societario.**

Attraverso le proprie attività, Almaviva persegue una Transizione digitale responsabile, sostenendo lo sviluppo di comunità, industrie e infrastrutture, accompagnando il paese verso un futuro sempre più digitale ed etico, grazie a competenze trasversali e soluzioni specifiche negli ambiti della tecnologia avanzata, con l'obiettivo di migliorare costantemente la qualità dei servizi e prodotti offerti e la soddisfazione dei clienti.

Sfruttando le potenzialità delle nuove tecnologie, il Gruppo Almaviva svolge infatti un ruolo cruciale nel mettere a disposizione della collettività e del mercato soluzioni innovative che garantiscano un miglioramento per le persone e per l'ambiente circostante, generando molteplici effetti positivi:

- Supporto alla digitalizzazione del Paese
- Semplificazione dei rapporti tra i diversi attori
- Automazione dei processi organizzativi e di business
- Incremento dell'efficienza, della produttività e della sicurezza delle aziende (es.: svolgimento di attività pericolose da remoto)
- Valorizzazione dei dati e delle informazioni
- Supporto intelligente alle decisioni
- Inclusione, trasparenza ed accessibilità
- Riduzione degli impatti ambientali (es.: spostamenti evitati, monitoraggio dei consumi energetici per attuare azioni di miglioramento)

In aggiunta, operando nei settori della Salute e della Mobilità pubblica, il Gruppo è al fianco dei propri clienti contribuendo indirettamente a tutelare la salute dei cittadini e nello stimolare l'utilizzo del trasporto pubblico, in ottica di mobilità sostenibile.

Allo stesso tempo, Almaviva vuole indirizzare il proprio business verso un modello sostenibile, che crei valore economico da condividere, sviluppi il capitale umano e salvaguardi il patrimonio naturale.

Le Persone di Almaviva sono le risorse più importanti, per questo motivo la Società si impegna a tutelare la diversità e l'unicità di ciascuno, curandone l'integrità psico-fisica, il benessere e la crescita, tramite percorsi di formazione e ricercando i migliori talenti



delle nuove generazioni. L'attenzione verso gli impatti sociali viene estesa all'intera catena del valore: dai fornitori, ai clienti e fino alle comunità.

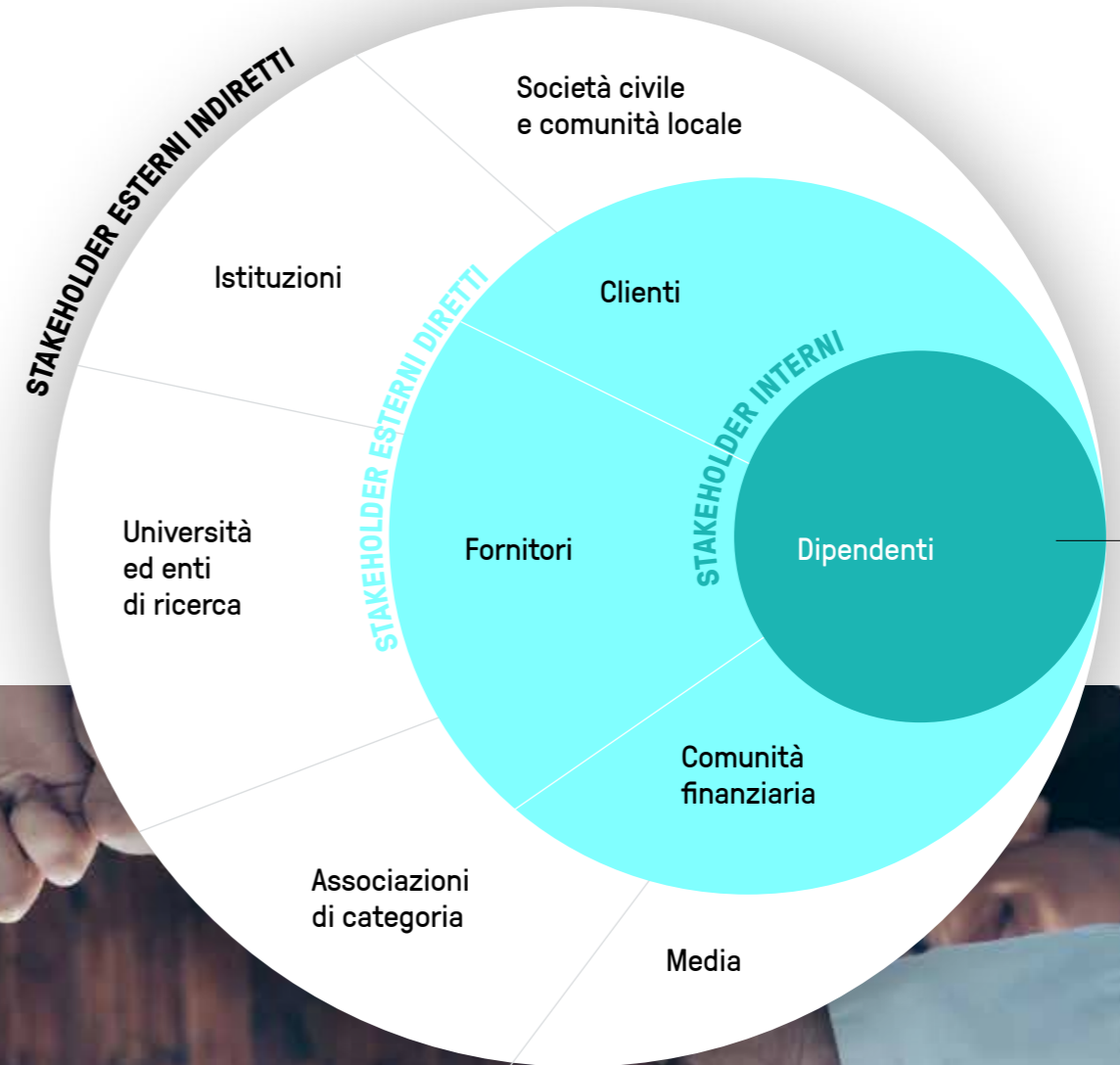
La cura dell'Ambiente viene delineata attraverso un apposito sistema di gestione ambientale, pensato per ridurre al minimo gli impatti di Almaviva sul Pianeta, sul clima e sulle risorse naturali. Il Gruppo monitora le emissioni e i consumi energetici, promuovendo l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili e cercando di ridurre sprechi ed externalità negative per l'ambiente, in un'ottica di economia circolare, garantendo efficienza e sostenibilità.

Alla base dei comportamenti e delle azioni del Gruppo nei confronti di tutti gli attori coinvolti c'è un sistema di governo societario che integra i principi etici all'interno della propria strategia d'impresa, garantendo così

trasparenza e fiducia. I valori che guidano la Società, ne ispirano anche il sistema di policy e procedure, che è stato definito nel rispetto dei più alti standard normativi, al fine di prevenire conflitti di interesse e di agire in conformità alle disposizioni.

Con l'adozione di questo approccio, Almaviva rende concreto il suo impegno per il raggiungimento degli Obiettivi di sviluppo sostenibile (in inglese "Sustainable Development Goals" -SDGs) delle Nazioni Unite, così come definiti nell'Agenda 2030 sottoscritta nel 2015 da 193 Paesi delle Nazioni Unite, tra cui l'Italia. Gli SDGs si basano sugli Obiettivi di Sviluppo del Millennio e nascono dalla consapevolezza dell'insostenibilità dell'attuale modello di sviluppo e della necessità di intervenire a livello globale su 17 obiettivi di sviluppo sostenibile.

Stakeholder Engagement



Il successo di un'organizzazione è strettamente connesso alla capacità di valorizzare il sistema delle relazioni con il composito universo dei suoi interlocutori, che vengono orientati anche dalla reputazione con cui essa risulta percepita, ovvero dal giudizio diffuso che i diversi interlocutori dell'impresa danno della credibilità delle sue affermazioni, dell'affidabilità delle sue realizzazioni, della legittimità e della responsabilità delle sue azioni.

La complessità degli interessi e delle attenzioni che ruotano intorno a un'impresa conduce, nei fatti, alla formazione di una pluralità di attese, non sempre convergenti, da raggiungere attraverso una linea di comunicazione efficace, da sviluppare in modo integrato e sistemico, con l'obiettivo di costruire e dare continuità a relazioni strutturate e consapevoli a supporto della missione aziendale.

Assicurare un flusso di informazione costante e coerente agli stakeholder, coinvolgerli in iniziative di ascolto e dialogo, è condizione necessaria alla comprensione del ruolo e dell'evoluzione di Almaviva, della sua cultura e dei suoi valori, della sua identità e della capacità di mantenere alta la risposta alle aspettative anche nell'integrazione di aspetti sociali, ambientali ed economici con la strategia di business.



Almaviva coinvolge i propri stakeholder in un confronto continuo, sia attraverso rapporti diretti con le varie funzioni aziendali di specifico riferimento, sia tramite una intensa attività di comunicazione integrata curata dalla Direzione Comunicazione e Relazioni Istituzionali sui canali di comunicazione del Gruppo.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO	DESCRIZIONE ATTIVITÀ
Dipendenti	
L'Azienda in "presa diretta"	Con attività e strumenti diversificati dedicati ai dipendenti, Almaviva alimenta un confronto diretto e costante fra le persone e l'Azienda nel suo complesso, che contribuisce ad allineare i valori individuali a quelli organizzativi, legittimare i cambiamenti in corso, contestualizzare l'impegno collettivo, riaffermare la capacità di confrontarsi con il mercato
MyA, la Intranet disegnata dai dipendenti	Con oltre 260 news nel 2021, pubblicate e inviate per e-mail, MyA è il principale strumento di comunicazione interna del Gruppo, crocevia dell'informazione e dei servizi per la comunità Almaviva. Il portale offre ampio spazio all'ascolto quotidiano di osservazioni e suggerimenti che contribuiscono a indirizzare azioni di miglioramento e sviluppo
Concreto, trasparente, inclusivo: il programma "PER NOI"	"Per Noi" è un programma di attività ludiche, sociali, sportive, culturali e solidali per valorizzare i luoghi condivisi e le energie positive delle persone del Gruppo Almaviva, in un piano costruito "dal basso" grazie alle proposte dei dipendenti. Le varie attività del Programma sono curate da Tutor, colleghi esperti che mettono volontariamente la propria competenza al servizio della comunità aziendale
"Io sono Almaviva": il progetto Face T.A.I.M	Il progetto Face T.A.I.M. coinvolge l'intera comunità aziendale in un itinerario attraverso l'Italia: un viaggio per raccogliere immagini e parole di chi fa parte del Gruppo Almaviva, per raccontare chi c'è, con il proprio impegno e la propria passione, dietro ai progetti e ai servizi che concretizzano la missione d'innovazione dell'Azienda
La piattaforma ABC Care e lo sportello "Fragilità", in collaborazione con ASPHI	Dall'esperienza ASPHI, onlus che da quarant'anni opera in Italia per favorire l'autonomia e l'inclusione delle persone con disabilità, nasce in collaborazione con Almaviva la piattaforma ABC Care, uno straordinario luogo informativo che risponde al crescente bisogno sociale di supportare famiglie, care giver e operatori che si prendono cura di persone in situazione di fragilità
Obiettivo: Awareness	Allo scopo di sostenere la consapevolezza dei dipendenti e promuovere una cultura diffusa in tema di Sostenibilità, la Funzione Qualità organizza sistematiche sessioni formative di aggiornamento e confronto sulle Policy e sulle Procedure che ispirano e guidano il Gruppo Almaviva
Become: il piano di comunicazione e la survey	La Direzione Risorse Umane e la Direzione Comunicazione e Relazioni Istituzionali accompagnano con una comunicazione costante le varie fasi di become, il principale progetto di change aziendale: un percorso progettuale diretto a realizzare un ambiente flessibile ed integrato di spazio fisico e digitale, ispirato ad un modello ibrido di smart working, guidato da principi indicatori di fiducia e di collaborazione, di autonomia e di responsabilità, orientato all'efficienza e al risultato
La piccola foresta Almaviva in Guatemala e i suoi custodi	Almaviva ha piantato una piccola foresta in partnership con zeroCO2, una giovane start up italiana impegnata nella riforestazione in Guatemala, come azione di contrasto alla crisi climatica e dal rilevante impatto sociale. Ogni albero geofenziato della Foresta è stato affidato a un dipendente, perché possa seguirne la crescita, e l'operazione continua da allora con ogni neoassunto

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO	DESCRIZIONE ATTIVITÀ
Università ed enti di ricerca	
Un costante confronto di idee nell'era della Innovation Economy	Almaviva è da sempre attenta alle relazioni con le Università, i Centri di alta formazione e il mondo della Ricerca. Alla luce degli input provenienti dall'Innovation Economy, che hanno richiesto una radicale evoluzione a tutti gli attori che gravitano attorno al mondo della formazione e del lavoro, questo rapporto si è progressivamente intensificato: i programmi del Gruppo prevedono una sistematica partecipazione di esperti Almaviva a Career Day e Progetti di tirocinio, Boot-Camp e Hackathon, Seminari e Workshop.
Osservatori Digital Innovation del PoliMi	Il Gruppo Almaviva collabora stabilmente, nell'ambito di un contratto di Ricerca, ai lavori degli Osservatori Digital Innovation della School of Management del Politecnico di Milano: Connected Car & Mobility, Smart Agrifood, Innovazione Digitale in Sanità, Cybersecurity & Data Protection, Blockchain & Distributed Ledger, Agenda Digitale, Smart City, Cloud Transformation.
Il futuro prossimo della mobilità integrata e sostenibile	Fra le iniziative più rilevanti del periodo, l'Accordo di collaborazione con l'Università degli Studi Federico II per il Polo di eccellenza e innovazione Smart Mobility and Logistics, che si propone come nodo nevralgico per imprimere slancio concreto alla trasformazione digitale del mondo dei trasporti, delle infrastrutture e dei servizi, con l'obiettivo di disegnare la mobilità del futuro - di terra, mare e aria, di persone e merci - in chiave di sostenibilità ambientale, economica e sociale, sempre più orientata alla sicurezza e all'accessibilità, alla centralità dell'utente e dell'esperienza di viaggio, all'efficienza della gestione.
Associazioni di categoria	
Dialogo e collaborazione progettuale	Attraverso le attività di esponenti del Vertice e del Top Management, Almaviva alimenta un rapporto costante con le Associazioni di categoria alle quali le varie aziende del Gruppo fanno riferimento, imprimendo costante impulso al dialogo e alla collaborazione progettuale.
Società civile e comunità locale	
Disability Pride Italia	Le tecnologie del Gruppo Almaviva sono al servizio di Disability Pride Italia, un organismo che promuove i diritti civili delle persone con disabilità e ne persegue la piena inclusione sociale. Si tratta di una rete internazionale aperta, in continua espansione, costituita da diverse realtà che condividono gli stessi valori e obiettivi, promuovendo e affermando un nuovo modo di vivere, pensare e valorizzare le persone con disabilità. Almaviva, Almaxwave e Pervoice hanno preso parte al lancio della Carta dei Valori del Disability Pride e collaborano allo sviluppo delle iniziative.
Giornate dedicate alla salute e alla prevenzione	In collaborazione con una serie di partner, Almaviva organizza giornate dedicate a sensibilizzare sul tema della Prevenzione, nelle quali vengono svolte attività informative e accertamenti diagnostici nella sua sede principale. Si tengono, inoltre, regolari appuntamenti dedicati alla donazione del sangue in azienda, in partnership con Croce Rossa Italiana.
Il percorso con AIL	Con la realizzazione della nuova App AIL EVENTI, ha preso il via la collaborazione sistematica con l'Associazione Italiana contro leucemie, linfomi e mieloma, in un percorso di rinnovamento che Almaviva accompagna con le competenze digitali e con le sue idee: ad esempio, aprendo le sue Piazze aziendali, fisiche e online fra i luoghi della solidarietà AIL, in occasione delle tradizionali vendite di Uova di Pasqua e Stelle di Natale.
Race for the cure	Almaviva partecipa a Race for the cure, la più grande manifestazione per la lotta ai tumori del seno in Italia e nel mondo. Presente dal 2000, il team Almaviva è premiato tra le squadre più numerose dal primo anno.
Mercatino Natalizio Solidale	Ogni anno, in occasione delle festività natalizie, Almaviva allestisce il suo appuntamento solidale nella principale sede aziendale e in versione digitale. Oltre alle realtà del terzo settore più grandi, attive su tutto il territorio nazionale, partecipano al Mercatino di beneficenza di Natale tante piccole Onlus locali, vicine alla sensibilità di una comunità grande ed eterogenea come quella Almaviva.

ATTIVITÀ DI COINVOLGIMENTO	DESCRIZIONE ATTIVITÀ
Comunità finanziaria	
Incontri con gli investitori	AlmavivA incontra frequentemente i propri investitori in quanto ritiene fondamentale condividerne i risultati e gli obiettivi futuri che il Gruppo intende prefissarsi, in un'ottica di dialogo e confronto continuo. In particolare, AlmavivA incontra con frequenza trimestrale i propri investitori per condividere i risultati economico-finanziari del periodo.
Clienti	
Confronto e dialogo con i clienti	AlmavivA pone al primo posto il rapporto con i propri clienti e la loro soddisfazione in un'ottica di miglioramento continuo. Il Gruppo ha avviato iniziative e progetti di coinvolgimento del cliente attraverso momenti di dialogo e ascolto che possano incrementare il livello di servizi e prodotti offerti.
Analisi soddisfazione del cliente	Coinvolgimento dei clienti in analisi del livello di soddisfazione per un monitoraggio ed un miglioramento continuo dei prodotti e servizi offerti.
Fornitori	
Condivisione di principi e valori	L'apertura al mercato è un elemento fondamentale della crescita strategica AlmavivA. Attraverso un Portale dedicato, tutti i fornitori che intendono instaurare o mantenere un rapporto di collaborazione con il Gruppo devono dimostrare di possedere e mantenere nel tempo adeguati requisiti tecnico-economici nel pieno rispetto dei principi di Responsabilità Sociale.
Istituzioni	
Continuità e stabilità delle relazioni	Tramite una funzione dedicata, AlmavivA garantisce continuità e stabilità delle attività di relazione con Istituzioni ed Enti pubblici. Anche a far leva sul monitoraggio sistematico del quadro normativo d'interesse e sull'analisi evolutiva delle dinamiche decisionali pubbliche sulle principali tematiche di settore, AlmavivA presidia la rappresentazione del ruolo del Gruppo presso gli attori pubblici con coerenza, tempestività e correttezza.
Media	
Media Communication: innovazione digitale, sostenibilità, inclusione	Nell'ambito di rapporti continui e consistenti con il mondo dei Media, la funzione Media Relations AlmavivA valorizza presso il target l'identità del Gruppo, il suo ruolo distintivo, l'evoluzione delle sue attività, consolidando la reputazione d'impresa nel segno dell'innovazione digitale in ambiti strategici per il Paese, della sostenibilità, dell'inclusione.
Social Communication: contenuti originali per mantenere alta l'interazione	AlmavivA realizza la sua comunicazione social attraverso due canali, presidiati dalla funzione Media Relations: su LinkedIn e Instagram, AlmavivA punta a riaffermare il valore del brand e accompagnarne l'evoluzione in una fase di rapida trasformazione dei contesti di riferimento a far leva sul potenziale della Social Communication.

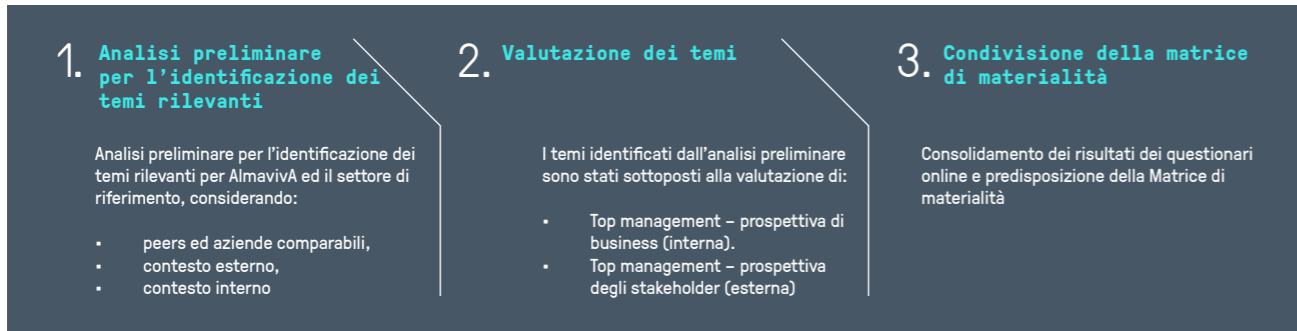


I temi di sostenibilità rilevanti

Al fine di identificare i temi rilevanti di sostenibilità, il Gruppo Almaviva ha svolto l'attività di "Analisi di materialità", ovvero un processo volto a individuare i temi materiali che riflettono gli impatti economici, sociali e ambientali dell'organizzazione e, al contempo, possono influenzare le valutazioni e le decisioni degli stakeholder, considerando quindi sia la prospettiva del business, sia quella dei propri stakeholder.

I temi di sostenibilità rilevanti, correlati alle direttrici dell'approccio di sostenibilità del Gruppo, rappresentano le tematiche su cui Almaviva deve focalizzare i propri sforzi per realizzare un modello di business sostenibile e guidano la rendicontazione delle performance di sostenibilità.

L'analisi di materialità si è svolta in tre fasi principali:



La prima fase prevede un'analisi approfondita dei temi rilevanti di sostenibilità per peers ed aziende comparabili, nonché per il contesto esterno ed interno.

- Peers ed aziende comparabili: sono stati analizzati i documenti e le relazioni di sostenibilità e responsabilità sociale pubblicati da società del settore;
- Analisi del contesto esterno: sono stati mappati gli aspetti non finanziari di sostenibilità evidenziati come rilevanti per il settore. In particolare, sono state analizzate le pubblicazioni di alcune organiz-

zazioni internazionali, nonché una selezione di standard e linee guida di riferimento;

- Contesto interno: sono state analizzate le priorità interne di Almaviva, considerando i principali documenti aziendali e individuando i temi su cui il Gruppo investe risorse, pone maggiore attenzione, ha espresso impegni o che possono costituire dei rischi.

Successivamente, le diciannove tematiche di sostenibilità emerse dalla fase di benchmarking, raggruppate nelle quattro direttrici di sostenibilità dell'approccio di Gruppo (Transizione digitale responsabile, Persone, Am-

biente, Governance), sono state valutate dal Top management, coinvolgendo anche le sedi estere, tra cui Brasile, Romania, Belgio, Colombia. La valutazione dei temi è stata effettuata mediante un questionario online nel quale è stato richiesto al top management di classificare i temi proposti in base alla loro priorità, fornendo la duplice prospettiva di business e degli stakeholder

L'elaborazione dei risultati dei questionari ha portato all'identificazione dei temi materiali per Almaviva, che sono stati posizionati all'interno della matrice di materialità con l'obiettivo di rappresentarne la rilevanza strategica.

LA MATRICE DI MATERIALITÀ DI ALMAVIVA

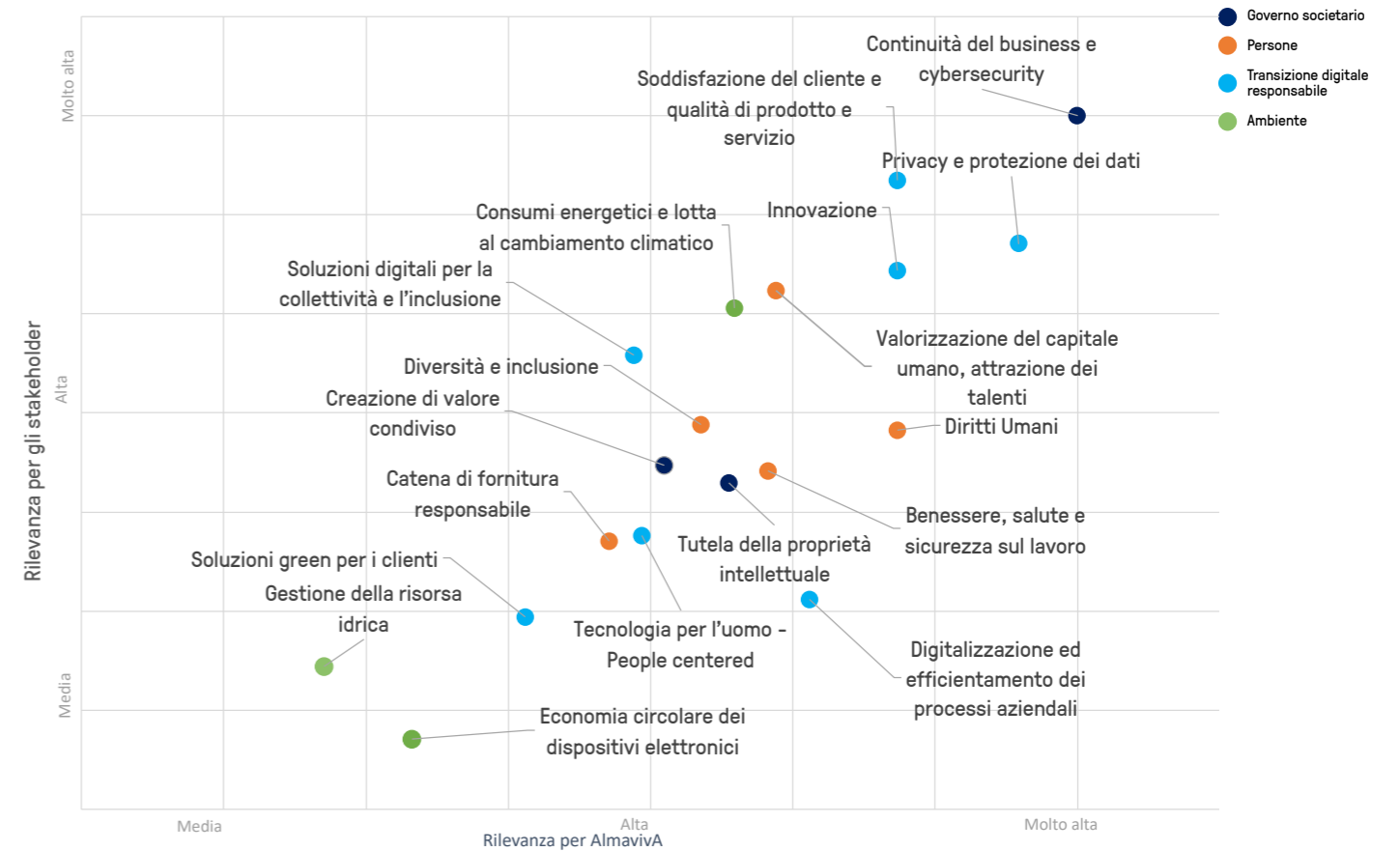
Analizzando il posizionamento dei temi materiali all'interno della matrice, il tema "Continuità del Business e Cybersecurity" risulta essere quello più rilevante e prioritario, sia per il Gruppo che per gli stakeholder, rispecchiando la sempre maggiore importanza della sicurezza, affidabilità e trasparenza dei sistemi informatici, aumentata in particolare negli ultimi anni. In questo ambito, la volontà del Gruppo è quella di garantire la massima sicurezza e continuità nell'erogazione di prodotti e servizi.

Tema correlato alla cybersecurity e di rilevanza sostanziale è anche la "Privacy e protezione dei dati", relativo alla tutela dei dati e delle informazioni sensibili sia dei clienti che interni dell'Azienda. Nel settore della tecnologia questo aspetto risulta prioritario al fine di mantenere credibilità e fiducia nei rapporti con gli stakeholder di riferimento, nonché è centrale per migliorare la "Soddisfazione del cliente e qualità di prodotto e servizio", ulteriore tema prioritario per il Gruppo.

Particolarmente cruciale ed in linea con la vera essenza di Almaviva è poi il tema dell'"Innovazione", cardine imprescindibile del business del Gruppo.

La "Valorizzazione del capitale umano e attrazione dei talenti" risulta essere fondamentale: l'attenzione verso le persone ed il loro sviluppo è un elemento fondamentale nel settore tecnologico, dove dotarsi di personale specializzato ed altamente qualificato è la chiave strategica per il successo del business.

Tra gli aspetti ambientali, il tema "Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico" rappresenta l'ambito di azione prioritario, dove concentrare gli sforzi per una gestione efficiente dell'energia sfruttata dalle infrastrutture IT.



Focus Brasile

Considerata la rilevanza delle entità brasiliane, è stata svolta un'analisi approfondita sul contesto brasiliano. Dall'analisi svolta è emerso come "Diritti umani" e "Diversità e inclusione" risultino essere aspetti primari per il Brasile: entrambe le tematiche hanno infatti ottenuto il punteggio massimo. Anche "Continuità del Business e cybersecurity" e "Innovazione" si confermano centrali per il Brasile e rappresentano aspetti condivisi da tutto il Gruppo. Infine, tra le altre tematiche "Privacy e protezione dei dati" e "Benessere, salute e Sicurezza sul lavoro" sono aspetti che rivestono una particolare attenzione da parte degli stakeholder del contesto brasiliano.

2

Governance

Il Gruppo: insieme per la creazione di valore condiviso

Governance

2. 1.



Il Gruppo Almaviva è da sempre attento alle performance non solo economiche, ma anche sociali, ambientali e di governance (ESG), avendo cura del valore generato e distribuito a diverse categorie di stakeholder, dagli azionisti ai clienti, dai dipendenti ai fornitori, dal mondo accademico e della ricerca alla società civile.

Nel 2021 è stato generato valore economico per circa 979,6 milioni di euro, crescendo del 10% rispetto all'esercizio precedente. Ai diversi stakeholder è stato distribuito il 90% del valore generato, ovvero 883,4 milioni di euro, che sono stati suddivisi tra: fornitori per 392,5 milioni di euro (44% del valore distribuito); dipendenti per 442,3 milioni di euro (50% del valore distribuito) sotto forma di salari, oneri sociali e benefit aziendali; Pubblica Amministrazione con 14,3 milioni di euro (2% del valore distribuito) mediante le imposte; fornitori di capitale per 33,9 milioni di euro (4% del valore distribuito), tramite il pagamento di interessi¹.

Almaviva si impegna inoltre a sostenere, tramite sponsorizzazioni e liberalità, la comunità locale: tra i principali destinatari di tali contributi rientrano Telethon, Aspi, III Municipio di Roma, Premio Nazionale Innovazione Tor Vergata, Canovalandia, Fonda-

zione Cortina, Accademia Nazionale di Santa Cecilia. Il valore totale dei versamenti nei confronti della comunità è pari a 0,5 milioni di euro (0,06% del valore distribuito).

Il valore distribuito è aumentato in valore assoluto di 58,5 milioni di €, diminuendo in termini percentuali sul valore generato.

La distribuzione del valore creato da parte del Gruppo Almaviva si concentra principalmente su due categorie di stakeholder: fornitori e risorse umane.

Il Gruppo mantiene un rapporto a lungo termine con la maggior parte dei fornitori, con i quali intrattiene nella maggior parte dei casi rapporti di collaborazione e di partnership anche a livello globale.

Considerata la tipologia di business, le persone, con le loro competenze, sono un elemento fondamentale e rappresentano la componente principale della distribuzione di valore. In questo contesto, tenuto conto che la maggior parte dei clienti appartiene al settore Pubblica Amministrazione e al settore Privato, con dimensioni rilevanti, il Gruppo è particolarmente attento alla compliance della normativa che regola le relazioni con la forza lavoro nei diversi paesi, nonché ai principi della normativa di cui al D.Lgs. 231/01.

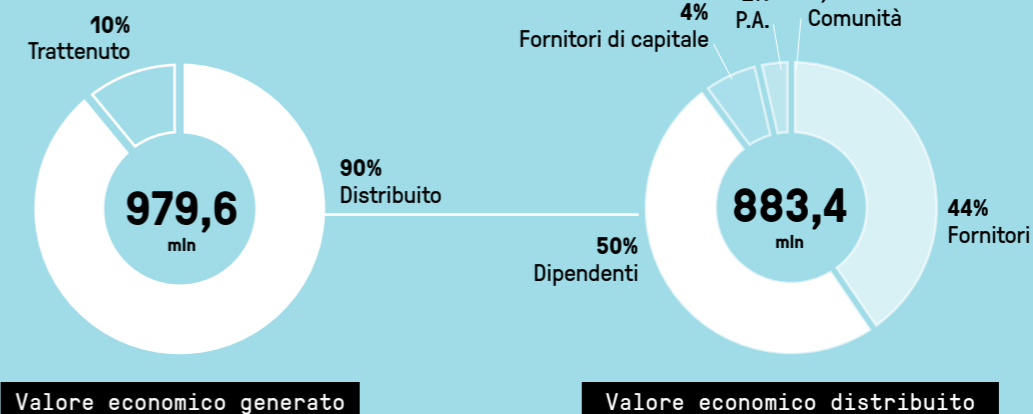
GESTIONE FISCALE RESPONSABILE

Il Gruppo Almaviva riconosce il valore delle imposte come forma redistributiva equa e responsabile, di quota parte del valore creato al fine di contribuire allo sviluppo economico e sociale dei paesi in cui opera. Il Gruppo si impegna anche in ambito fiscale ad agire secondo i valori di correttezza, imparzialità, lealtà e trasparenza. In quest'ottica, il Gruppo persegue il corretto adempimento degli obblighi fiscali nel rispetto delle disposizioni normative vigenti, delle prassi e dei principi contabili generalmente accettati.

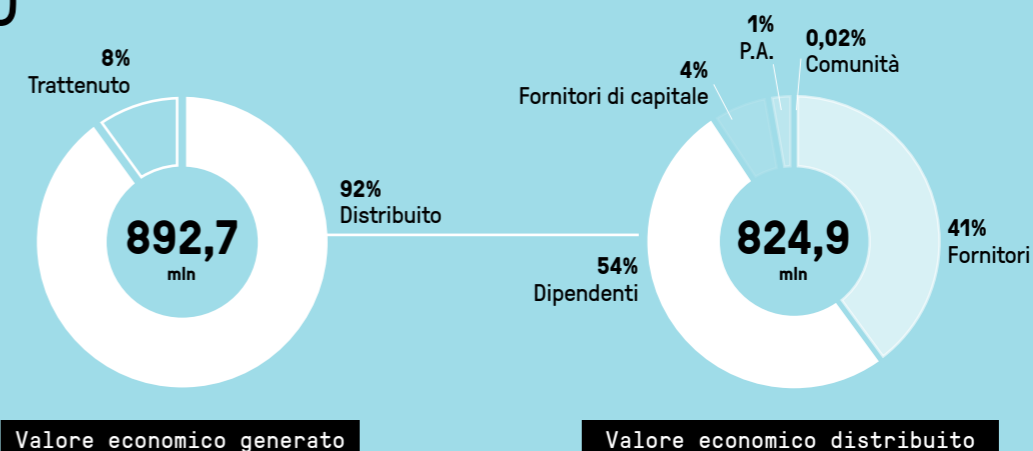
Il contributo del Gruppo Almaviva agli Stati in cui opera si riferisce principalmente a due categorie di imposte: imposte sul reddito delle persone fisiche (in particolare quelle versate come datore di lavoro o come sostituto di imposta) e imposte sul reddito delle società. L'ammontare complessivo delle imposte versate dal Gruppo Almaviva nel corso del 2021 è stato pari a 175 milioni di euro, di questi 163 milioni sono stati impiegati nel pagamento degli oneri e contributi sociali, mentre 12 milioni sono stati versati per le imposte sul reddito. In linea con le normative locali, circa 142 milioni sono stati pagati in Italia (di cui quasi 137 milioni relativi agli oneri sociali), i restanti 33 milioni sono stati allocati all'estero (di cui 26 milioni relativi agli oneri sociali).

VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO E DISTRIBUITO

2021



2020



1. In merito alla politica di distribuzione dei dividendi, questi vengono eventualmente distribuiti soltanto nel caso in cui sussistano disponibilità effettive permettendo un futuro sviluppo continuativo.

Il modello di Governo societario

La governance del Gruppo Almaviva ha una visione orientata al lungo termine, per prevedere e rispondere efficacemente alle nuove sfide, coniugando le esigenze di sviluppo tecnologico dei mercati in cui opera con gli obiettivi di sviluppo sostenibile.

La struttura di Corporate Governance di Almaviva è articolata secondo il modello tradizionale italiano, che – fermi i compiti dell'Assemblea – attribuisce la gestione strategica al Consiglio di Amministrazione, fulcro del sistema organizzativo, e le funzioni di vigilanza al Collegio Sindacale.

Il modello di Governance prevede inoltre l'Organismo di Vigilanza, come definito dal D.Lgs. 231/2001, cui è assegnato il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello Organizzativo adottato per la prevenzione della commissione dei reati previsti dal decreto e di curarne il relativo aggiornamento.

La revisione legale dei conti è affidata ad Ernst & Young, nominata dall'Assemblea degli Azionisti su proposta del Collegio Sindacale

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

La gestione strategica della Almaviva è affidata al Consiglio di Amministrazione (Cda), organo al vertice del sistema di governance aziendale avente poteri per la gestione ordinaria e straordinaria della Società. Il Cda ha conferito al Presidente e all'Amministratore Delegato, disgiuntamente tra loro, tutti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione, ad eccezione di quelli non delegabili in virtù di disposizioni di legge o dello Statuto Speciale, con facoltà di nominare procuratori speciali per singoli atti o categorie di atti.

L'attuale CdA è stato nominato il 28 aprile 2021, per tre esercizi, ed è composto da dodici membri di cui tre donne e nove uomini. Il management ha rivolto una particolare attenzione nel garantire una rappresentanza equilibrata di genere in ruoli apicali. Attualmente, nelle Società controllate da Almaviva con sede in Italia, si è raggiunto circa il 44% di presenza femminile nelle suddette posizioni.

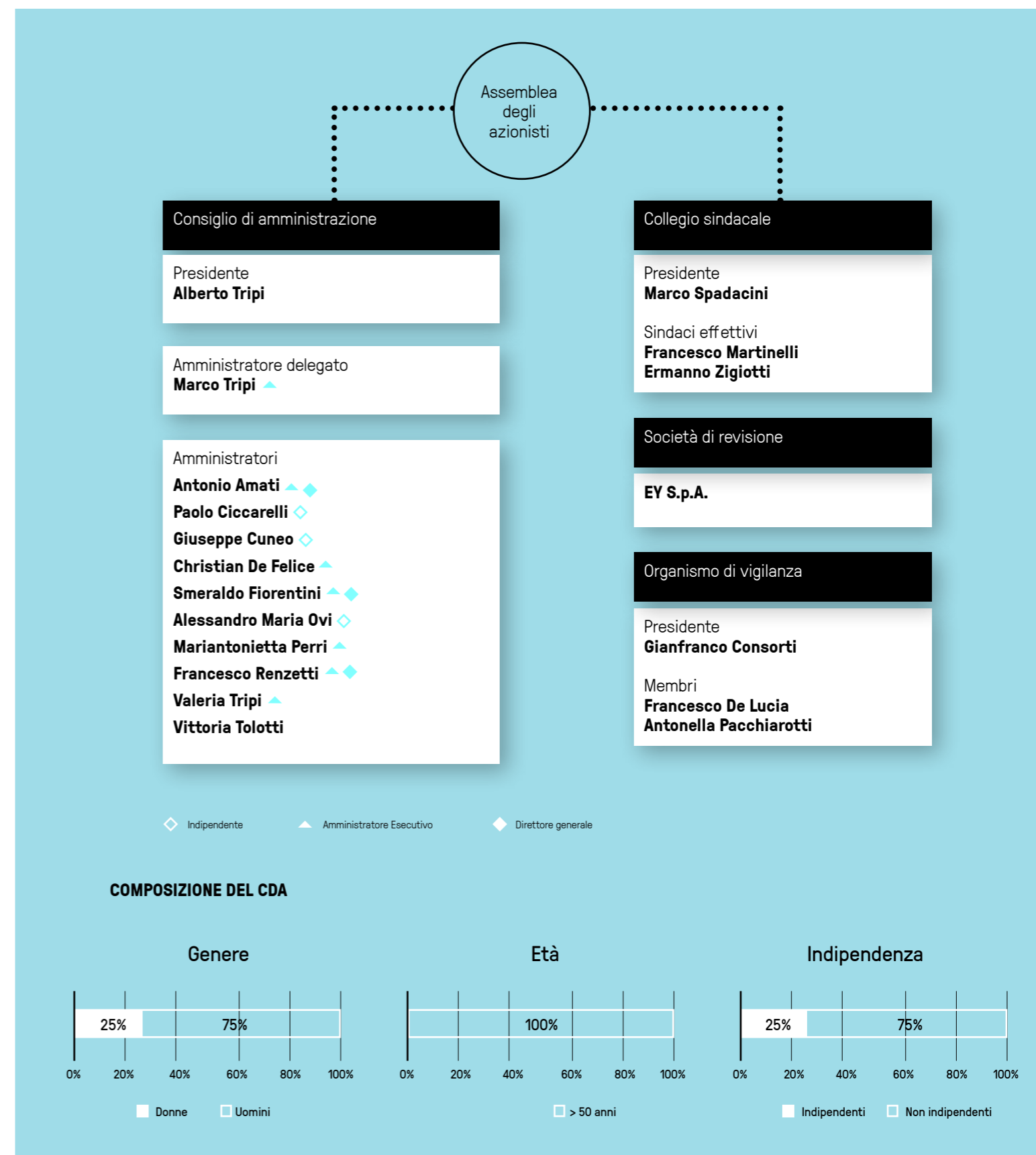
COLLEGIO SINDACALE

Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza da parte del Gruppo delle norme di legge e di Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza dell'assetto organizzativo, amministrativo e contabile adottato dalla Società e sul suo concreto funzionamento. Il Collegio Sindacale, nominato dall'Assemblea degli azionisti, è composto da tre membri effettivi e da due sindaci supplenti.

ORGANISMO DI VIGILANZA

L'Organismo di Vigilanza (OdV) vigila sul funzionamento e l'osservanza del Modello Organizzativo e, qualora accertasse il verificarsi di violazioni, ne dà segnalazione al CdA. In aggiunta, l'OdV ha il compito di promuovere e monitorare le iniziative volte alla diffusione ed alla conoscenza del Modello Organizzativo, nonché quelle finalizzate alla formazione e sensibilizzazione del personale all'osservanza dei principi contenuti nel Modello Organizzativo stesso. L'Organismo di Vigilanza, fin dalla sua costituzione, è composto da tre membri.

COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO A SETTEMBRE 2022



Responsabilità e integrità nel business



Responsabilità ed integrità nel Business per il Gruppo Almaviva significa tenere conto di principi di natura etica nella visione strategica d'impresa, attraverso una gestione efficace delle problematiche d'impatto sociale ed etico all'interno dell'organizzazione e nelle aree di attività della stessa. In particolare, Almaviva è certificata -SA8000 dal 2007 ed ha esteso le best practice a tutte le Società del Gruppo; pertanto, il Gruppo Almaviva dichiara di assumere l'impegno di adeguarsi a tutti i requisiti dello Standard SA8000 e di rispettare i principi degli strumenti internazionali in esso richiamati. Il Gruppo si impegna inoltre ad essere sempre conforme alle leggi nazionali, alle altre leggi ad essa applicabili e agli altri requisiti che è tenuta a rispettare.

L'Organizzazione, consapevole del proprio ruolo e delle proprie responsabilità nell'ambito della comunità economica e sociale, vuole caratterizzarsi come operatore eccellente per quanto riguarda la propria Responsabilità Sociale. Ciò significa, per Almaviva, massima diffusione dei principi di Responsabilità Sociale, in particolare:

Considerare i propri dipendenti come una risorsa strategica, nel rispetto dei loro diritti, promuovendo lo sviluppo professionale

Considerare i propri fornitori come partner, nella realizzazione dei beni e servizi del core business aziendale, promuovendo presso di loro i principi SA8000

Considerare i propri clienti come elemento fondamentale del successo Almaviva, lavorando per la loro soddisfazione e contribuendo alla divulgazione dei valori SA8000 anche verso di loro



I valori fondanti di AlmavivA

Il Codice Etico del Gruppo definisce e illustra i valori chiave su cui si fondano la cultura aziendale e l'etica professionale di dipendenti, manager e amministratori nelle relazioni reciproche, con i clienti, i collaboratori e il mercato

CORRETTEZZA, IMPARZIALITÀ E LEALTÀ

Sono i principi base che AlmavivA si impegna a rispettare e far rispettare al proprio interno e nella conduzione del business, nel rispetto delle leggi vigenti e dei più alti standard internazionali

ECCELLENZA, ESPERIENZA, ATTENZIONE AL CLIENTE

AlmavivA ambisce a garantire i massimi livelli di qualità, grazie anche all'esperienza maturata, per poter soddisfare le aspettative dei clienti, che sono sempre al centro

INNOVAZIONE

La ricerca continua nelle tecnologie avanzate e lo sviluppo di soluzioni innovative sono il motore di evoluzione di AlmavivA

COMPLIANCE

Adozione di ogni strumento atto a prevenire le violazioni di legge e dei principi di trasparenza, correttezza e lealtà da parte dei propri dipendenti e collaboratori

TRASPARENZA NELL'AZIONE

Comunicazione aperta e trasparente rivolta al mercato, agli investitori e alla comunità, nella salvaguardia della concorrenzialità

COMPETIZIONE LEALE

Funzionale allo stesso interesse di AlmavivA come a quello di tutti gli operatori di mercato, dei clienti e degli stakeholders

VALORIZZAZIONE DELLE PERSONE

Per garantire benessere e tutela delle risorse umane e delle comunità locali in cui AlmavivA opera

SVILUPPO SOSTENIBILE

Impiego responsabile delle risorse, nel rispetto dell'ambiente e dei diritti delle generazioni future

Correttezza, imparzialità, lealtà e trasparenza sono i pilastri valoriali che guidano ogni giorno tutte le Società del Gruppo. I rapporti ed i comportamenti a tutti i livelli aziendali sono improntati a principi di integrità, onestà, riservatezza, diligenza e rispetto reciproco.

In particolare, in riferimento agli aspetti legati alla corruzione, il Gruppo è da sempre impegnato nel contrasto a questo fenomeno tramite attività di comunicazione e formazione e non si sono registrati episodi di corruzione nell'ultimo periodo.

I VALORI

Nello svolgimento delle proprie attività, AlmavivA pone al centro delle proprie politiche i seguenti valori fondanti:

QUALITÀ E SERVICE MANAGEMENT

Il Gruppo persegue miglioramenti continui della qualità dei prodotti e dei servizi.

CENTRALITÀ DEL CLIENTE

Il Gruppo AlmavivA riconosce che il primo obiettivo per il successo è l'attento ascolto dei clienti.

CENTRALITÀ DELLE PERSONE

Il Gruppo fa propria la convinzione che le persone siano i principali artefici del cambiamento.

SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO

Il Gruppo si fa carico di garantire luoghi di lavoro sicuri e porre in essere le misure necessarie alla prevenzione di infortuni.

SICUREZZA E BUSINESS CONTINUITY

Il Gruppo fa propria la convinzione che gli asset e i servizi siano un complesso di beni da proteggere dalla minacce.

ORIENTAMENTO AI RISULTATI

È la misura oggettiva del successo del Gruppo

RESPONSABILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE

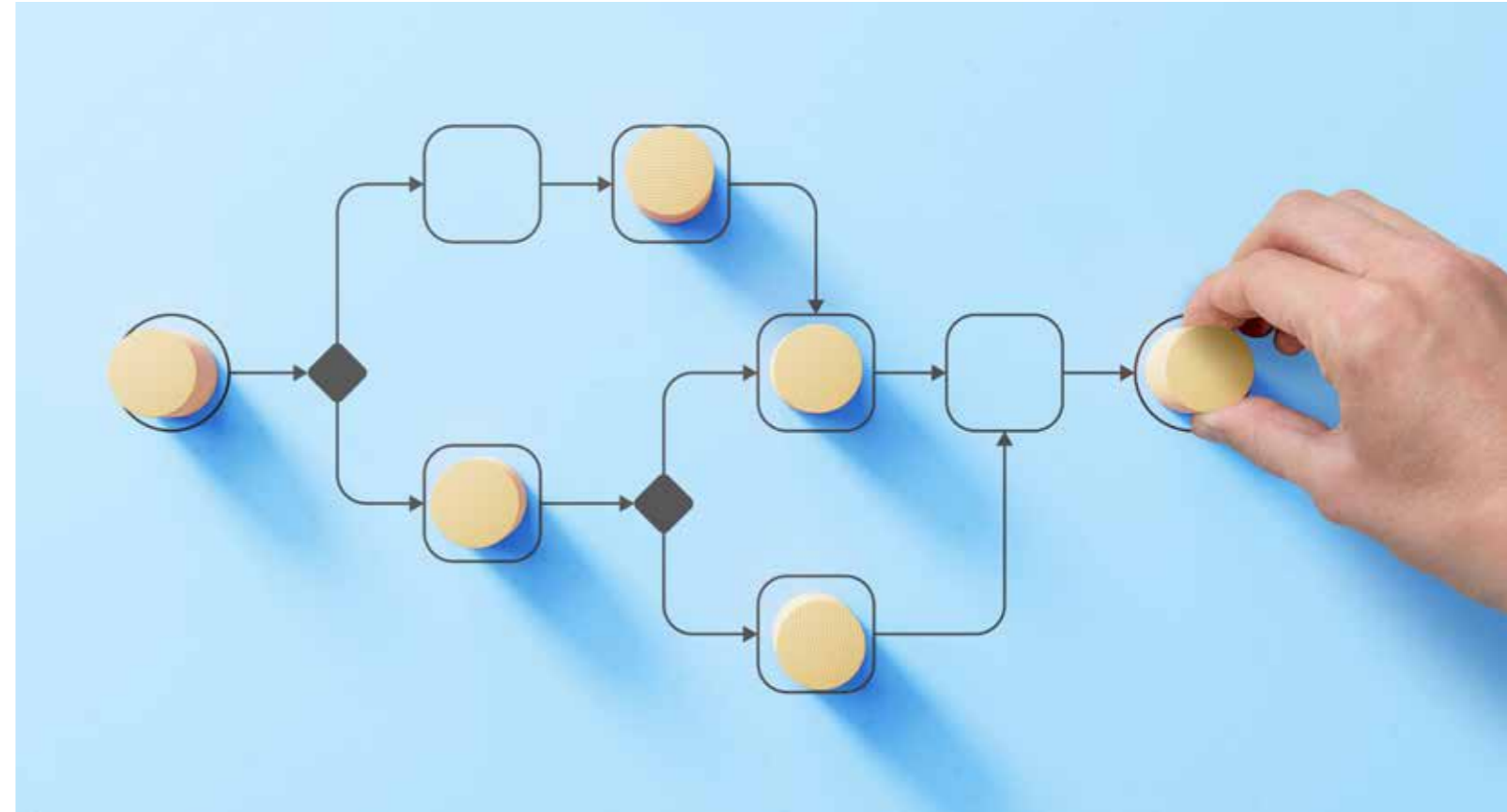
Il Gruppo si fa carico di gestire aspetti di natura etica, ambientale ed energetica nella propria strategia.

ASSUNZIONE DI RESPONSABILITÀ

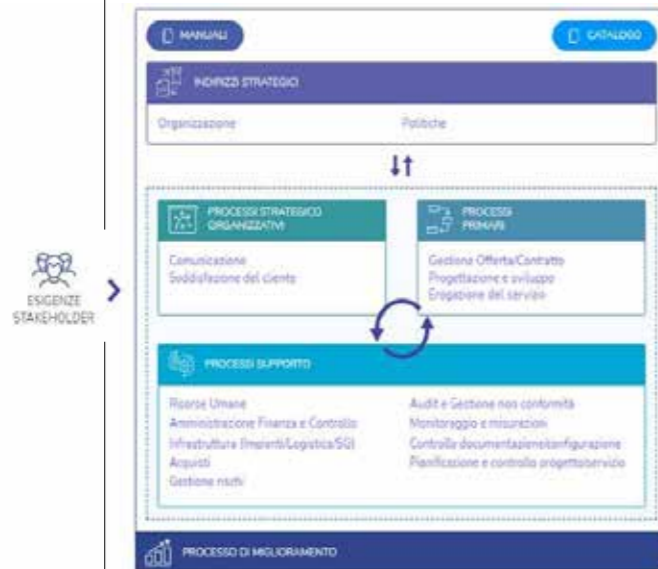
Il Gruppo persegue un sistema di decentramento delle responsabilità che estenda il livello di delega al più basso livello possibile.

2 Governance
3 Responsabilità e integrità nel Business

I processi, l'organizzazione, la politica e il sistema di certificazioni del Gruppo



Nello svolgimento delle proprie attività, Almaviva si è dotata di un apposito sistema di processi, normato da una serie di policy e procedure, che costituisce il modello di funzionamento delle aziende del Gruppo, la cui articolazione è riportata nel seguente schema:



Al vertice della struttura ci sono gli indirizzi strategici che definiscono gli indirizzi di alto livello dell'Azienda e costituiscono il quadro di riferimento per tutti gli altri processi aziendali. In particolare, tali indirizzi contemplano la definizione della Mission e della Vision aziendale, delle politiche, dello schema organizzativo. Si articolano in politiche e organizzazione.

I processi strategico-organizzativi governano l'Azienda realizzando la mission del Gruppo e gli obiettivi strategici e operativi. Si articolano in: miglioramento, processo finalizzato ad aumentare la probabilità di accrescere la soddisfazione dei clienti; riesame di direzione, processo che comprende la valutazione delle opportunità di miglioramento e dell'esigenza di modifiche al sistema di gestione integrato per la qualità; soddisfazione del cliente, finalizzato a misurare

la percezione del cliente su quanto Almaviva abbia soddisfatto i suoi requisiti; comunicazione, processo volto a regolare le modalità e gli strumenti utilizzati dalla Direzione aziendale per divulgare i principi di riferimento con azioni di comunicazione, formazione e informazione verso tutte le parti interessate.

I processi primari trasformano le esigenze del cliente e delle altre parti interessate in prodotti e servizi direttamente fruibili dall'utente. Si articolano in: gestione dell'offerta contratto, attività che assicurano la corretta individuazione delle esigenze di business dei clienti; progettazione e sviluppo, processo finalizzato a trasformare i requisiti del cliente in prodotti e servizi; erogazione del servizio, processo che trasforma le specifiche di progettazione di un servizio in attività che lo rendono effettivamente fruibile all'utente finale.

I processi di supporto comprendono Risorse Umane, Amministrazione,

Finanza e Controllo, Infrastruttura, Acquisti, Audit interni e Gestione delle non conformità, Monitoraggio e Misurazioni, Controllo della documentazione, Controllo della configurazione, Pianificazione e controllo del progetto/servizio, Gestione dei rischi.

ORGANIZZAZIONE

L'Organizzazione delle diverse funzioni aziendali è l'elemento operativo del sistema di Gruppo, dove i diversi responsabili e team svolgono le attività di business e di supporto alla funzione di corporate.

Le Direzioni a riporto dell'Amministratore Delegato sono funzioni di staff che fanno da supporto alle funzioni di business (Direzione Generale Staff, Direzione Amministrazione Finanza, Controllo e Pianificazione Strategica, Direzione Risorse Umane, Direzione Comunicazione e Relazioni Istituzionali).

Alcune funzioni di staff di Alma-

viva Spa svolgono attività in servizio per alcune Società del Gruppo, in particolare le funzioni: Global Procurement, Servizi Generali, Qualità, Affari legali, Affari Societari, Finanza e Tesoreria, Controllo di Gestione, Amministrazione Bilancio e Fisco, Crediti, Risorse Umane, Comunicazione, Relazioni istituzionali, Group IT Systems Management End User Services & Software License Governance.

POLITICA DEL GRUPPO ALMAVIVA

La politica integrata del Gruppo Almaviva fornisce una descrizione dei principi generali che guidano lo svolgimento delle varie attività e rappresenta un quadro di riferimento per stabilire e riesaminare obiettivi concreti.

Nella politica integrata il Gruppo Almaviva dichiara di riconoscere i concetti di Qualità e Service Management, Sicurezza e Business Continuity, Rispetto Ambientale ed Energetico, Responsabilità Sociale, Salute e Sicu-

← SEGUE

CERTIFICAZIONI A SETTEMBRE 2022

Sistema di gestione	Certificazione	Società
Qualità	ISO 9001	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa Almaviva Digitaltec ReActive Kline Almawave PerVoice Lombardia Gestione Sadel Wedoo Almaviva Contact Almaviva Services Data Jam OBDA System (acquisito nel 2022)
Organizzazioni ferroviarie	ISO/TS 22163	<ul style="list-style-type: none"> Sadel
Sicurezza delle informazioni con applicazione delle Linee Guida ISO/IEC 27017 e ISO/IEC 27018	ISO/IEC 27001	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa Almaviva Digitaltec Almawave (acquisito nel 2022) ReActive Kline Lombardia Gestione
Sicurezza delle informazioni	Certificazione STAR della Cloud Security Alliance (CSA)	<ul style="list-style-type: none"> Almawave (acquisito nel 2022)
Business Continuity	UNI EN ISO 22301	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa Reactive
Servizi IT	ISO/IEC 20000-1	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa
Qualità – requisiti per le organizzazioni dell'aeronautica, dello spazio e della difesa	EN 9100	<ul style="list-style-type: none"> Wedoo
Responsabilità sociale	SA8000	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa Almaviva Digitaltec (acquisito nel 2022) Almawave (acquisito nel 2022)
Ambiente	UNI EN ISO 14001	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa Wedoo
Gestione energetica	UNI EN ISO 50001	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa
Centri di contatto – requisiti del servizio	ISO 18295	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Contact
Salute e sicurezza sul lavoro	UNI EN ISO 45001	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa

Il Gruppo dispone inoltre dei seguenti Conformity Statement:

Sistema di gestione	Certificazione	Società
SQuaRE Software Quality Requirements and Evaluation Soluzione Almatoolbox – Prodotto MOOVA vers. 3.0 – 1.1	ISO/IEC 25000¹	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa
Specifiche e guida, al livello dell'organizzazione, per la quantificazione e la rendicontazione delle emissioni di gas ad effetto serra e della loro rimozione	ISO 14064-1²	<ul style="list-style-type: none"> Almaviva Spa

- requisiti che è tenuta a rispettare;
- Rispetto ambientale ed energetico significa tenere conto delle problematiche ambientali nella definizione delle scelte aziendali, attraverso l'adozione di comportamenti, tecnologie e metodi di produzione eco-compatibili, con l'obiettivo di ridurre la propria impronta ambientale;
 - Salute e Sicurezza sul Lavoro significa garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri, prevenire infortuni e malattie professionali, monitorare i rischi e i pericoli presenti nei luoghi di lavoro e porre in atto opportune azioni per la loro mitigazione.

IL MODELLO 231 DEL GRUPPO

La prevenzione degli illeciti e la compliance sono, da sempre, principi che guidano la condotta del Gruppo. Un esempio concreto dell'impegno in tal senso è il Modello di Organizzazione e Gestione redatto ai sensi del D. Lgs. 231/2001 (Modello 231), aggiornato nel mese di agosto 2020. Attraverso di esso si definiscono procedure e attività di controllo volte a prevenire pratiche di concorrenza sleale, reati societari e corruzione attiva e passiva. Affinché le norme siano applicate con prontezza, il Gruppo Almaviva è dotato di un canale di whistleblowing per intercettare segnalazioni di reato contemplati dal D. Lgs. 231. Tale approccio non è meramente reattivo, la Società risponde proattivamente alle esigenze di compliance: gli aspetti descritti nel Modello 231 sono presidiati per tutte

le controllate del Gruppo dalla Funzione Internal Audit e Compliance 231. Inoltre, l'Organo di Vigilanza controlla, monitora costantemente l'applicazione del Modello 231 e ne promuove la divulgazione.

IL SISTEMA DI GESTIONE INTEGRATO

L'approccio del Gruppo si basa sul concetto che le scelte e le attività dell'impresa devono sempre essere indirizzate ad assicurare la mission aziendale focalizzata allo "sviluppo di soluzioni tecnologiche in grado di fare evolvere i sistemi e i processi operativi di Pubbliche Amministrazioni e Aziende, per migliorare il livello di servizio in un mercato in continua trasformazione" salvaguardando al tempo stesso comportamenti eticamente corretti, con particolare riferimento alla società civile, al contesto ambientale e alle aspettative delle parti interessate.

Concetti come Qualità, Sicurezza, Business Continuity, Rispetto Ambientale ed Energetico, Responsabilità Sociale, Salute e Sicurezza sul Lavoro sono riconosciuti dall'Organizzazione come parte essenziale delle prestazioni, del servizio e dello sviluppo dei prodotti e sono parte integrante di quello che si fa e di come lo si fa.

Lo strumento attraverso il quale l'Organizzazione governa e tiene sotto controllo in modo sistematico l'evolvere delle prestazioni rese e i risultati conseguiti è il "Sistema di Gestione Integrato" (SGI).

STANDARD E CERTIFICAZIONI

QUALITÀ	ORGANIZZAZIONI FERROVIARIE	SICUREZZA INFORMAZIONI	BUSINESS CONTINUITY	IT SERVICE MANAGEMENT	RESPONSABILITÀ SOCIALE	AMBIENTE	ENERGIA	SERVIZI DI RELAZIONI CON CLIENTI E CITTADINI
ISO9001 2015 ISO31000:2018	ISO/TS 22163 2017	ISO27001 2013 ISO27017:2013 ISO27018:2013 ISO27005:2011	ISO22301 2012	ISO20000-1 2018	SA8000 2014	ISO14001 2015	ISO50001 2018	ISO18295 2017

~~~~~ **Sistema di Gestione Integrato** ~~~~~

1. Gli Standard della serie ISO 25000 sono complementari agli esistenti standard ISO di processo, ma attribuiscono una particolare attenzione alla qualità del prodotto.  
2. Lo Standard ISO14064 specifica i requisiti per stabilire limiti di emissione di gas a effetto serra. Almaviva dispone sia dello Standard ISO14064 per gli anni 2019 e 2021

# Continuità del Business: efficienza e Cybersecurity



*La corretta e strutturata gestione degli strumenti e delle applicazioni informatiche è essenziale per il funzionamento dei processi aziendali sia di business sia operativi interni. Per il Gruppo, la continuità e la protezione del sistema informatico rappresentano valori ed elementi fondamentali per garantire un rapporto di fiducia con i diversi stakeholder, in particolare con i clienti e i dipendenti.*

La continuità operativa rappresenta la capacità di continuare a fornire i servizi strategici in conformità a livelli accettabili predefiniti in seguito ad un evento stabilizzante.

Per garantire lo sviluppo e il mantenimento della Continuità del Business, l'Organizzazione intende:

- disporre di una certificazione ufficialmente riconosciuta per promuovere la qualità dell'Azienda nei confronti del mercato e poter partecipare a gare d'appalto ove tale certificazione sia richiesta;
- confermare a clienti, dipendenti e fornitori il proprio impegno nel garantire la fornitura di prodotti e l'erogazione di servizi a livelli accettabili a seguito di un episodio di crisi;
- sviluppare, rafforzare e standardizzare la cultura della Business Continuity all'interno degli attuali processi;
- perseguire un continuo miglio-

ramento dei processi di gestione e aggiornamento delle proprie infrastrutture tecniche e organizzative;

- favorire il continuo miglioramento della competenza professionale del personale.

Ai fini di una efficace gestione della Continuità del Business, sono stati individuati quattro elementi fondamentali:

- Politiche aziendali, per supportare la visione globale e strategica della Business Continuity e la corretta allocazione delle risorse necessarie;
- Uso di strumenti tecnologici evoluti e la loro continua evoluzione;
- Attivazione di opportuni canali di comunicazione;
- Organizzazione, pianificazione, coordinamento e ottimizzazione di atteggiamenti individuali e comportamenti organizzativi, supportate da attività permanenti di formazione e sensibilizzazione del personale.

Lo strumento attraverso il quale l'Organizzazione opera ai fini di garanzia di efficacia delle soluzioni di Business Continuity, in termini di politiche specifiche, è il "Sistema di Gestione Integrato Almaviva". La componente Business Continuity Management System (BCMS) recepisce le indicazioni del sistema di gestione ISO22301 (Social Security – Business Continuity – management systems – Requirements).

## IL PROCESSO DI BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT (BCMS) ALMAVIVA

Ogni servizio strategico, all'interno della Società, è associato ad una specifica Direzione. Il responsabile di ciascuna Direzione interessata, garantirà che le soluzioni di Continuità Operativa siano in grado di mantenere uno standard minimo accettabile di erogazione del servizio stesso.

Il responsabile aziendale della

Continuità Operativa dovrà monitorare il processo di revisione, confrontare i risultati e fornire supporto ove necessario.

I contratti con i fornitori di servizi critici dovranno includere un requisito relativamente alla capacità del fornitore di garantire la Continuità Operativa rispetto al servizio fornito.

I principali clienti potranno essere informati delle soluzioni di Continuità Operativa adottate, in quanto tali soluzioni influenzano il servizio loro fornito.

Nell'ambito della Continuità Operativa, Almaviva implementa soluzioni tecniche e organizzative ponendo particolare attenzione alle misure di sicurezza IT a garanzia dell'integrità, disponibilità e riservatezza delle informazioni e in conformità con le norme di sicurezza sui luoghi di lavoro.

# Cybersecurity



Per Almaviva, Sicurezza significa certezza e affidabilità di processi aziendali e di servizi di business informatizzati assicurando riservatezza, integrità e disponibilità del patrimonio informativo mantenuto per conto dei clienti o della Società stessa.

Le misure volte a tutelare la Sicurezza delle informazioni riguardano diversi aspetti:

- sicurezza organizzativa: sono documenti e procedure volti a proteggere le risorse informatiche e i dati mediante la definizione di modelli di governo, processi, ruoli e responsabilità, competenze;
- sicurezza logica: sono apparecchiature, prodotti software, servizi e relativa documentazione, volti a proteggere le risorse informatiche e i dati mediante la definizione ed implementazione di misure di carattere tecnico supportate da adeguate procedure di configurazione e gestione;
- sicurezza fisica: sono impianti e strutture volti a proteggere le risorse informatiche e i dati mediante contromisure sugli ambienti fisici

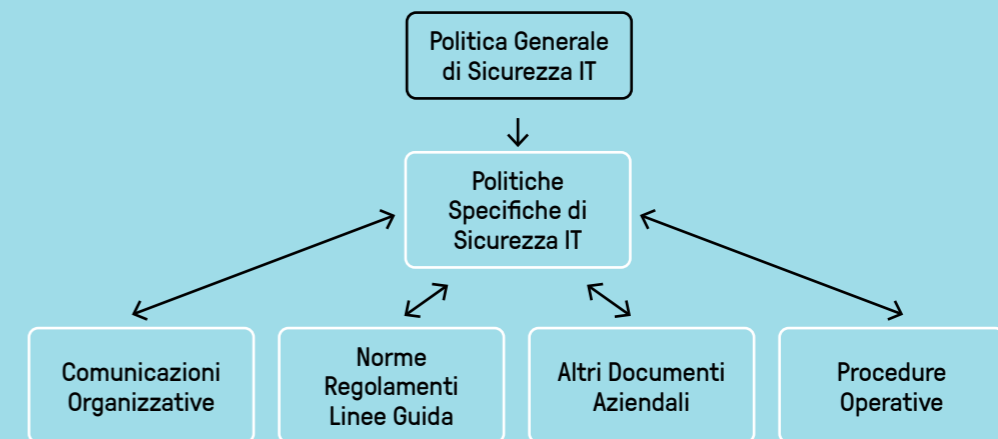
adibiti ad ospitarli quali controllo degli accessi fisici, sistemi antincendio, antiallagamento, antisismici.

Il Gruppo, al fine di garantire i più elevati standard di sicurezza, ha definito le modalità di identificazione dei rischi e le relative misure di mitigazione e si è dotata di un processo di sicurezza "IT". Tale processo consiste nell'attuazione, conduzione e mantenimento nel tempo del "Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni" per il quale Almaviva si è dotata della certificazione di sicurezza ISO27001.

Il processo di "Sicurezza IT" segue con metodo, ripetuto nel tempo nell'ottica del miglioramento continuo del Sistema, le tipiche fasi operative (ciclo di Deming: Plan, Do, Check, Act) previste nell'ambito dell'implementazione, evoluzione e gestione di un qualsiasi sistema gestionale.

Sono definite a livello aziendale le responsabilità ed i ruoli attribuiti nell'ambito del processo di "Sicurezza IT" e viene effettuata periodicamente la formazione del personale operativo coinvolto.

STRUTTURA DOCUMENTALE DEL "SISTEMA DI SICUREZZA IT" DELLA SOCIETÀ



Il sistema documentale a supporto è parte integrante dell'insieme di controlli adottati a tutela del patrimonio informativo, su cui poggia l'intero "Sistema di Sicurezza IT" aziendale, come evidenziato nella figura che ne riassume la struttura.

Le Politiche Specifiche di Sicurezza IT costituiscono la specificazione di dettaglio della Politica Generale e, come rappresentato nello schema, riferiscono (o vengono riferite da) altri documenti, alcuni dei quali (le Procedure Operative) contengono

le istruzioni operative per l'attuazione delle politiche stesse. Negli Altri Documenti Aziendali sono compresi anche tutti i documenti prodotti per il conseguimento e mantenimento delle certificazioni ottenute dalla Società. La responsabilità sulla produzione e sulla

manutenzione di questi documenti è distribuita fra le varie unità organizzative aziendali, a seconda della natura del documento stesso.

Applicando e monitorando l'osservanza dello Standard ISO 27001, Almaviva:

- assicura che l'informazione sia accessibile solo a chi è autorizzato;
- salvaguarda l'accuratezza e la completezza dell'informazione e dei metodi per processarla;
- assicura che gli utenti autorizzati abbiano accesso all'informazione e agli asset associati quando richiesto.

#### **SECURITY ENHANCEMENT: IL PIANO DI RAFFORZAMENTO DELLA SICUREZZA**

In relazione al contesto di grande attenzione alla sicurezza IT, a seguito di gravi incidenti che nel 2021 hanno interessato importanti Pubbliche Amministrazioni e aziende del settore IT, è stato avviato un piano di rafforzamento della sicurezza (Security Enhancement) che prevede azioni preventive finalizzate all'innalzamento del livello di protezione da attacchi in generale e nello specifico da malware e sottrazioni d'identità. Tra le azioni implementate in attuazione del piano, rilevano:

- estensione a tutta la popolazione aziendale della autenticazione a più fattori Microsoft Office 365 per l'accesso alle risorse aziendali;
- Navigazione Sicura – dispiegamento della soluzione per la navigazione Internet sicura per i dipendenti, anche quando si collegano in smartworking, che prevede l'analisi di sicurezza del traffico web in chiaro

e cifrato, nel rispetto della privacy, oltre che la limitazione degli accessi a siti considerati inappropriati o a rischio. La soluzione zScaler, leader di mercato nel segmento, tramite un agent che è stato distribuito su tutte le postazioni di lavoro, intermedia tutte le operazioni di navigazione utente e permette sia l'applicazione delle policy, sia il controllo ed il blocco di navigazione da parte di software malevolo che potrebbe essere sulla postazione. La naturale evoluzione del progetto consisterà nell'allargamento del perimetro dei device a quelli mobili;

- implementazione sul Data Center dell'architettura Zero Trust attraverso l'uso integrato delle tecnologie HFW dell'agent AEP e del PAM. Consente l'accesso amministrativo ai sistemi solo attraverso il Privileged Access Management (PAM) e diminuisce la superficie di attacco impedendo di fatti i movimenti laterali tipici dei recenti attacchi;
- SSL Inspection Agent AEP: dispiegamento sui sistemi del Centro Elaborazione Dati di una funzionalità che permette di analizzare il traffico crittografato importando un certificato SSL, evidenziando eventuali anomalie o possibili attacchi;
- Backup Dati Utente – per il backup off line dei dati dell'account O365 dei dipendenti che aumenta la protezione degli impatti di eventuali attacchi ransomware.

Il fattore umano è centrale in materia di Cybersecurity. Gli strumenti introdotti aiutano a ridurre e compensare le distrazioni o errori umani, ma rimane comunque fondamentale

la preparazione e la conoscenza delle persone. Per questo motivo, in questi anni, sono stati avviati diversi percorsi di formazione, aggiornamento e diffusione delle politiche di sicurezza e sensibilizzazione coinvolgendo l'intera popolazione aziendale, principalmente mediante comunicazioni sulla intranet, sui temi più attuali della cybersecurity. È stato inoltre aggiornato il Regolamento del Gruppo Almaviva sull'utilizzo di Internet la cui attuazione sarà graduale nel corso dei prossimi mesi. Nel documento sono richiamate le regole comportamentali per l'utilizzo delle dotazioni aziendali, le modalità di accesso a Internet da parte degli utenti e le linee guida per una corretta navigazione in Internet.

#### **INIZIATIVE FUTURE 2022-2023**

Per il biennio 2022-2023, Almaviva in continuità con quanto avviato nel corso del 2021 metterà in campo le seguenti iniziative:

- allargamento della Multi Factor Authentication all'accesso via VPN;
- implementazione delle misure di SSL inspection per una maggiore accuratezza ed efficacia delle policy di navigazione sicura;
- implementazione di policy e strumenti di backup offline aggiuntivi ed in tecnologia differente per i sistemi informativi (a garanzia della resilienza da ransomware);
- allargamento del perimetro di sistemi di intermediazione (Privileged Access Management) per il controllo centralizzato degli accessi degli Amministratori di Sistema;
- allargamento ai device mobili delle policy di navigazione sicura.



# La Tutela della proprietà intellettuale

25

marchi depositati  
nel corso del 2021

La costante attività di ricerca e sviluppo, e la natura stessa del business nel quale opera il Gruppo Almaviva, rendono la proprietà intellettuale un asset fondamentale da tutelare. Almaviva sviluppa le tecnologie software proprietarie alla base delle soluzioni offerte al mercato che, insieme ai marchi tutelati ed al copyright dei prodotti Gruppo Almaviva, rappresentano un vero e proprio patrimonio in termini di proprietà intellettuale.

Al fine di tutelare la proprietà intellettuale, il Gruppo Almaviva gestisce gli aspetti relativi a:

- ricorso agli strumenti di tutela della proprietà intellettuale: rilascio di brevetti, registrazione dei marchi e copyright;
- stipulazione di accordi riservatezza;
- previsione di clausole ad hoc in accordi con clienti, fornitori e partners;
- protezione dei linguaggi software e codici sorgente;
- supporto negli adempimenti della regolamentazione riferita all'utilizzo di tecnologie open source all'interno dei prodotti proprietari;
- monitoraggio dei marchi depositati, anche attraverso servizi di alert.

107

marchi

8

brevetti

13

depositi SIAE

Rappresentano il  
**PORTAFOGLIO INTELLETTUALE** del Gruppo



# 3

## Transizione digitale responsabile

# Almaviva: una transizione digitale responsabile



Promuovere un'economia sostenibile attraverso la trasformazione digitale delle imprese è una delle sfide del secolo. Il concetto secondo il quale bisogna rendere le imprese più innovative e sostenibili, sfruttando le nuove tecnologie, non è solo diventato un pensiero diffuso, ma un'esigenza concreta.

È in corso una rivoluzione che pone al primo posto investimenti in innovazione e tecnologia, per favorire al meglio lo sviluppo di una società digitale, in termini di servizi alle persone, alle comunità e ai territori, nel rispetto della sostenibilità ambientale<sup>1</sup>.

Le soluzioni digitali che mettono le persone al primo posto apriranno nuove opportunità per le imprese, incoraggeranno lo sviluppo di tecnologie affidabili, promuoveranno una società aperta e democratica, consentiranno un'economia dinamica e sostenibile, contribuiranno a combattere i cambiamenti climatici e a realizzare la transizione verde.

In questo scenario Almaviva è a disposizione del Paese con ruolo propositivo, per supportare e rendere veloce ed efficace il processo di transizione digitale, agendo tramite l'offerta di:



Temi materiali di sostenibilità per la Transizione digitale responsabile

- SOLUZIONI DIGITALI PER LA COLLETTIVITÀ E L'INCLUSIONE
- SOLUZIONI GREEN PER I CLIENTI
- DIGITALIZZAZIONE ED EFFICIENTAMENTO DEI PROCESSI AZIENDALI
- TECNOLOGIA PER L'UOMO PEOPLE CENTERED

SDGs



Attraverso le aree di business in cui opera, Almaviva sblocca il vero valore della transizione digitale responsabile generando impatti positivi grazie all'utilizzo delle tecnologie che permettono di automatizzare le attività a basso valore aggiunto, semplificare il rapporto tra cittadini, imprese e pubbliche amministrazioni, accelerare la cooperazione tra le organizzazioni, attraverso la digitalizzazione e l'efficiamento dei processi aziendali, l'offerta di soluzioni green, di soluzioni digitali per la collettività e l'inclusione, di tecnologie che permettano una maggiore integrazione uomo - macchina (tecnologia per l'uomo), contribuendo al raggiungimento di uno sviluppo sostenibile ed equo per le generazioni future, come delineato dagli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU (Sustainable Development Goals - SDGs).



# Le tecnologie Digital Change per la sostenibilità

Il Gruppo Almaviva è leader italiano nell' Information Technology: è la prima Azienda del settore IT per i mercati Pubblica Amministrazione Centrale e Transportation nazionali e fra le realtà più significative in area Pubblica Amministrazione Locale, Servizi Finanziari, Difesa e Sicurezza e Manufacturing. Almaviva realizza soluzioni a supporto dei processi di imprese 4.0 e amministrazioni "digital first", in una logica di ecosistema affiancando i suoi clienti verso una trasformazione sostenibile e progressiva. Di seguito si riportano alcune iniziative a supporto della transizione digitale avviate da Almaviva nei settori strategici in cui il Gruppo opera.

## PUBBLICA AMMINISTRAZIONE CENTRALE (PAC)

Negli ultimi anni la Pubblica Amministrazione ha intrapreso un importante processo di rinnovamento e modernizzazione. Almaviva lavora ogni giorno al suo fianco per la trasformazione digitale del Paese, promuovendo nuove opportunità di relazione tra istituzioni e cittadini. Finalmente a cittadini e aziende si apre la possibilità di interagire con la Pubblica Amministrazione in modo facile, veloce, innovativo.

### Portale Inps

Il progetto Portale Inps, in un'ottica di digitalizzazione e di efficientamento dei processi, mira a progettare, sviluppare e realizzare un nuovo portale di tipo "one click by design" per consentire all'Istituto di creare e distribuire valore per i propri utenti, configurandosi così come l'hub tecnologico e gestionale dell'ecosistema del welfare. Il progetto consente inoltre di impattare meno sull'ambiente, grazie alla logica di "ovunque" ovvero l'accesso e la fruibilità di informazioni, servizi e procedure ovunque l'utente si trovi senza la necessità di recarsi nelle sedi dell'istituto e grazie alla possibilità di adottare politiche del lavoro di tipo "smart working e telelavoro" ai propri dipendenti.

Benefici per la transizione digitale

Supporto alla digitalizzazione del Paese

Semplificazione dei rapporti tra i diversi attori

Riduzione impatti ambientali

### Obiettivi Operativi

- FAVORIRE** l'accesso degli utenti e divulgare le informazioni utili all'utilizzo dei servizi
- SEMPLIFICARE** la navigazione, la ricerca dei contenuti e l'accesso/utilizzo dei servizi online
- OTTIMIZZARE** i contenuti, rendendoli più chiari, fruibili e immediati
- PERSONALIZZARE** l'informazione



### Portale nazionale del Reclutamento (InPA)

Il progetto Portale nazionale del Reclutamento (InPA) ha l'obiettivo di rendere veloce e trasparente il reclutamento nel pubblico impiego e di innalzare la qualità del capitale professionale delle pubbliche amministrazioni. L'iniziativa, nell'ottica di offrire soluzioni digitali per la collettività e l'inclusione e l'attrazione dei talenti, favorisce l'occupazione grazie alla semplificazione delle modalità di candidatura da parte degli utenti e fornisce inoltre alle amministrazioni uno strumento di recruiting in grado di governare il processo di selezione, dalla candidatura all'assunzione, in termini di monitoraggio e tracking delle richieste.

Benefici per la transizione digitale

Supporto alla digitalizzazione del Paese

Semplificazione dei rapporti tra i diversi attori

Valorizzazione dei dati e delle informazioni

← SEGUE

## PUBBLICA AMMINISTRAZIONE LOCALE (PAL)

Dalle città metropolitane al piccolo comune, la crescita digitale passa per il valore delle comunità locali. Almaviva è al fianco della Pubblica Amministrazione Locale per migliorare la pianificazione ed il governo di un territorio "smart", sicuro e sostenibile, con un'offerta di servizi digitali, agili ed efficienti in grado di ascoltare e comprendere le esigenze del cittadino.

### Smart City – MEsM@RT

MEsM@art è il nome del progetto che l'Amministrazione comunale di Messina firma in collaborazione con Almaviva per trasformare la città in "città che vive", capace di interagire e rispondere alle esigenze dei cittadini, ponendo l'innovazione tecnologica a servizio del bene comune. Almaviva ha realizzato per la città di Messina la piattaforma IoT che analizza i dati provenienti da centinaia di sensori sul territorio, monitorando il meteo, l'inquinamento, il rumore, il rischio di frane ma anche la qualità dell'acqua

potabile. Algoritmi capaci di aggregare, trasformare e analizzare dati da fonti estremamente eterogenee.

M E s M @ R T punta alla creazione di un ecosistema a supporto dell'amministrazione e degli enti territoriali. L'obiettivo è garantire alla città maggiori capacità di resilienza e pianificazione, tramite una serie di servizi sullo stato di salute del territorio: tutto ciò favorisce una migliore digitalizzazione ed un efficientamento dei processi e consente di offrire soluzioni green per la collettività.

Benefici per la transizione digitale

Supporto alla digitalizzazione del Paese  
Automazione dei processi  
Riduzione degli impatti ambientali

## TRASPORTI E LOGISTICA

Almaviva è un player sempre più significativo nel mercato internazionale dell'Information Technology applicato al settore dei Trasporti e della Logistica, in cui:

- realizza e gestisce efficaci soluzioni verticali end-to-end e time-to-market a far leva su una conoscenza dei processi unica in Italia, al dominio tecnologico, a prodotti proprietari, a partnership consolidate;
- è sparring partner della trasformazione di grandi imprese con complessi sistemi legacy, grazie alla competenza su tecnologie di frontiera, al design thinking, all'approccio agile;
- progetta, realizza e gestisce apparecchiature digitali, on board e on ground, destinate alle informazioni al pubblico, alle operations e ai servizi di sicurezza.

Il Gruppo, a partire dall'esperienza maturata negli ultimi venti anni nella realizzazione delle soluzioni in ambito trasporti, ha intrapreso un percorso di industrializzazione di soluzioni a supporto della mobilità delle persone e della logistica delle merci, tecnologicamente avanzate e con una concezione distintiva nel panorama internazionale. Queste soluzioni, integrate nella piattaforma MOOVA, rappresentano una nuova generazione di soluzioni per la mobilità che riguarda nuovi modelli di funzionamento necessari per soddisfare esigenze crescenti di flessibilità dei servizi.

### MOOVA

MOOVA è la piattaforma Almaviva per la mobilità integrata, modulare e continua, in grado di connettere diverse modalità di trasporto in un unico e avanzato framework tecnologico per una mobilità veloce, interconnessa e flessibile supportando i principali attori, pubblici e privati, nella gestione e nel monitoraggio della mobilità fornendo informazioni puntuali e tempestive a tutti coloro che si muovono sul territorio.

Benefici per la transizione digitale

Mobilità sostenibile  
Inclusione, trasparenza e accessibilità  
Riduzione degli impatti ambientali

## CONSORZIO UNICO CAMPANIA

Almaviva insieme al Consorzio Unico Campania, ha introdotto, grazie alla piattaforma MOOVA, l'iniziativa EMV (Europa Mastercard Visa), con la peculiarità di gestire fin da subito l'integrazione tariffaria tra tutti gli operatori del trasporto presenti nella regione. I viaggiatori possono accedere ai diversi servizi del trasporto pubblico acquistando un titolo di viaggio semplicemente avvicinando la carta di credito bancaria contactless o lo smartphone alle validatrici a bordo o nelle stazioni all'ingresso e all'uscita. MOOVA, in tale ottica, offre soluzioni green consentendo al passeggero di viaggiare senza l'acquisto di un titolo di viaggio cartaceo, contribuendo ad un processo di dematerializzazione e avendo la certezza di pagare la cifra a lui più conveniente rispetto al percorso, la durata, i diversi mezzi di trasporto e le diverse aziende che erogano il servizio. Tale iniziativa, che si basa su semplicità e convenienza, mira ad accrescere la soddisfazione degli utenti e ad offrire servizi di qualità, controllo del gioco patologico, attraverso l'applicazione di tecnologie al servizio del controllo di comportamenti dannosi. Il sistema di riconoscimento dei pattern comportamentali viene effettuato da un sistema di intelligenza artificiale.

### For People

È la linea dedicata alle esigenze di cittadini e passeggeri, passando dai tradizionali sistemi informativi alla smart mobility verso modelli customer centric

### For Transport

È la linea che offre una soluzione integrata per supportare la programmazione e la gestione di tutte le dimensioni del trasporto

### For Asset

È la linea dedicata alla pianificazione, alla gestione della manutenzione dell'infrastruttura e della flotta

### For Digital

È la linea che trasforma il campo, gli asset, le infrastrutture, i dispositivi e i touch point in un unico strato digitale che abilita servizi innovativi per le altre linee

### For Freight

È la linea per la digitalizzazione e2e della logistic chain e per l'ottimizzazione dei nodi intermodali marittimi e terrestri

MOOVA si compone di cinque linee per soddisfare le esigenze degli ecosistemi della mobilità e della logistica, dal customer service alle operations per il trasporto multimodale e intermodale, l'asset management e la digitalizzazione del trasporto.

Le soluzioni offerte permettono di ottenere importanti risultati di carattere industriale correlati al progresso della qualità della vita che investe la dimensione sociale, ambientale ed individuale. In tal senso, nel 2021 sono state condotte molteplici iniziative per clienti nazionali ed internazionali che hanno reso possibile un miglioramento dell'offerta di servizi di mobilità per le persone e di spostamento verso la mobilità sostenibile attraverso la digitalizzazione dei processi operativi delle imprese; l'aumento della

sicurezza attraverso il monitoraggio dello stato di salute e la gestione delle infrastrutture critiche e degli impianti; il contenimento dei consumi elettrici degli asset fissi e mobili coinvolti nel trasporto di merci e persone; l'inclusione delle persone a ridotta mobilità attraverso servizi digitali dedicati che permettano una fruizione di qualità dei servizi di mobilità.

### Viaggiatori con disabilità

Benefici per la transizione digitale

Mobilità sostenibile  
Inclusione, trasparenza e accessibilità

Almaviva, nell'ottica di offrire soluzioni digitali per la collettività e l'inclusione, collabora con Rete Ferroviaria Italiana in un'iniziativa volta ad ottimizzare il servizio di assistenza ai viaggiatori con disabilità o ridotta mobilità mediante la demateria-

lizzazione del flusso informativo e la realizzazione di una App che consenta ai viaggiatori di ottenere informazioni ed assistenza lungo tutto il viaggio. È stata realizzata la gestione del biglietto nominativo che rende tracciabili i dati anagrafici del viaggiatore a ridotta mobilità e del suo eventuale accompagnatore. Nell'ambito delle informazioni al Pubblico, è in corso un programma per rendere le informazioni accessibili su internet e facilmente visualizzabili dai viaggiatori e di rendere il sito accessibile anche agli utenti ipovedenti.

### Sadel a servizio del business Trasporti

Sadel è un'Azienda leader sul mercato nei Sistemi Informativi Passeggeri a bordo che nasce nel 1991 come spin off del dipartimento di ingegneria elettronica e delle telecomunicazioni dell'Università di Bologna.

È entrata a far parte del Gruppo Almaviva nel 2018, dopo una partnership di lunga data con il Gruppo e offre ai produttori di treni, agli operatori ferroviari e ai loro dipendenti soluzioni di bordo completamente integrate per la gestione efficace delle operazioni.

L'Azienda ha anche intrapreso importanti progetti all'estero grazie alla sua gamma di prodotti, che comprende sistemi di videosorveglianza e conteggio passeggeri che garantiscono una maggiore sicurezza delle persone; Sistemi automatici di informazione ai passeggeri (audio, video, dispositivi personali), sistemi di rete di bordo, sistemi per la telecomunicazione terra-bordo e sistemi di telefonia ferroviaria VoIP e GSM-R che offrono una migliore esperienza dei viaggiatori; sistemi di diagnostica remota e quadri IoT per controllo da remoto di impianti di stazioni pubbliche che garantiscono una maggiore sicurezza delle infrastrutture grazie ad un continuo monitoraggio.

← SEGUE

## SERVIZI FINANZIARI

Almaviva da oltre trenta anni guida l'evoluzione della trasformazione digitale nel mondo Finance grazie allo sviluppo di soluzioni innovative.

Il portafoglio di prodotti Almaviva Finance si rivolge ad un target di clienti specifico, quello del comparto bancario, istituti di credito italiani ed esteri, società fiduciarie, operatori di servizi postali, operatori di servizi finanziari. A questi, che rappresentano il gruppo di clienti storico e consolidato, si aggiungono tutti i nuovi clienti che invece operano in uno scenario nuovo, aperto recentemente dalla Direttiva dei Sistemi di Pagamento PSD2 e definito "Embedded Finance". Queste realtà, pur non avendo come core un'attività Finance lo integrano come strumento al servizio del business primario.

I prodotti e i servizi offerti dal Gruppo supportano il core business dei clienti del mondo Finance, tra cui:

- Core banking, attraverso l'offerta di prodotti e servizi per l'elaborazione delle transazioni bancarie quotidiane (conti correnti, anagrafe, gestione sportello)
- Antiriciclaggio e Compliance, attraverso percorsi formativi e di gestione in outsourcing del processo di compliance, antiriciclaggio e segnalazioni;
- Pricing e trasparenza, con l'offerta di prodotti e servizi che gestiscono il pricing interno al business del cliente e permettono il rispetto della correttezza e della trasparenza delle relazioni tra gli intermediari e i clienti;

- Governance e Compliance, tramite prodotti di gestione del governo societario, gestione capital gain, gestione imposte;
- Incassi e pagamenti, attraverso l'offerta di soluzioni a supporto del ciclo di vita di un ordine di pagamento sia per i soggetti debitori, sia per i soggetti creditori;
- Finanza, attraverso l'offerta di moduli di connessione per le principali piattaforme di mercato;
- Non Performing Loans (NPL) e Crediti, con l'offerta di prodotti e servizi nell'ambito dei processi di riscossione del credito e gestione dei crediti deteriorati;
- Sistemi esteri, dando supporto nella gestione dell'operatività internazionale per clienti bancari che operano con filiali fuori dall'Italia;
- Progetti custom, realizzati con Banca d'Italia e IVASS.

Le realtà del mondo Almaviva attive in questo settore sono le Società Kline e Reactive. Kline, acquisita nel 2021, è specializzata in piattaforme software integrate per l'operatività di front e back office dell'intero comparto delle società di intermediazione mobiliare, di gestione del risparmio e delle banche, fornendo servizi di outsourcing altamente innovativi e competitivi dedicati a SIM e SGR. Oltre a soluzioni e

piattaforme informatiche proprietarie, Kline mette a disposizione dei propri clienti una vasta gamma di servizi quali Outsourcing Tecnologico, Business Processing Outsourcing, Consulenza in ambito organizzativo, regolamentare e di audit, Project Management. Reactive, nata invece a gennaio 2022, ha come obiettivo quello di accompagnare la trasformazione digitale del mondo Finance tramite una proposta diversificata che offre prodotti e servizi, quali core banking, digital customer experience, pricing, security, business intelligence & data analytics, business process outsourcing e sistemi gestionali assicurativi, per sostenere il cambiamento in atto e ai nuovi processi finanziari con un'offerta avanzata, personalizzata, modulabile, basata su esperienza e competenze uniche e distinte.

### Preventivatore - IVASS

Benefici per la transizione digitale

Semplificazione dei rapporti tra i diversi attori

Automazione dei processi organizzativi

Valorizzazione dei dati e delle informazioni

Ivass, ente di rilevanza nazionale in ambito assicurativo, ha commissionato l'implementazione di una soluzione applicativa per la gestione dei preventivi per garantire una maggiore interoperabilità con piattaforme di terze parti ed elevata accessibilità. L'utilizzo della soluzione è rivolto sia agli intermediari assicurativi che ai consumatori.



La soluzione permette di:

- Acquisire dall'utenza le informazioni necessarie per avviare il processo di interrogazione delle imprese;
- Interagire attraverso il portale con gli utenti per consentire una scelta consapevole delle variabili offerte dal mercato;
- Interfacciarsi con banche dati di terze parti per completare il set informativo da fornire alle imprese assicurative;
- Interagire con i sistemi di preventivazione delle società assicurative;
- Acquisire e presentare in tempi brevi all'utenza i risultati della richiesta di preventivo inoltrata;
- Disporre di caratteristiche di multi-canalità per consentire la

fruizione del servizio in mobilità sia all'utenza finale sia agli intermediari assicurativi;

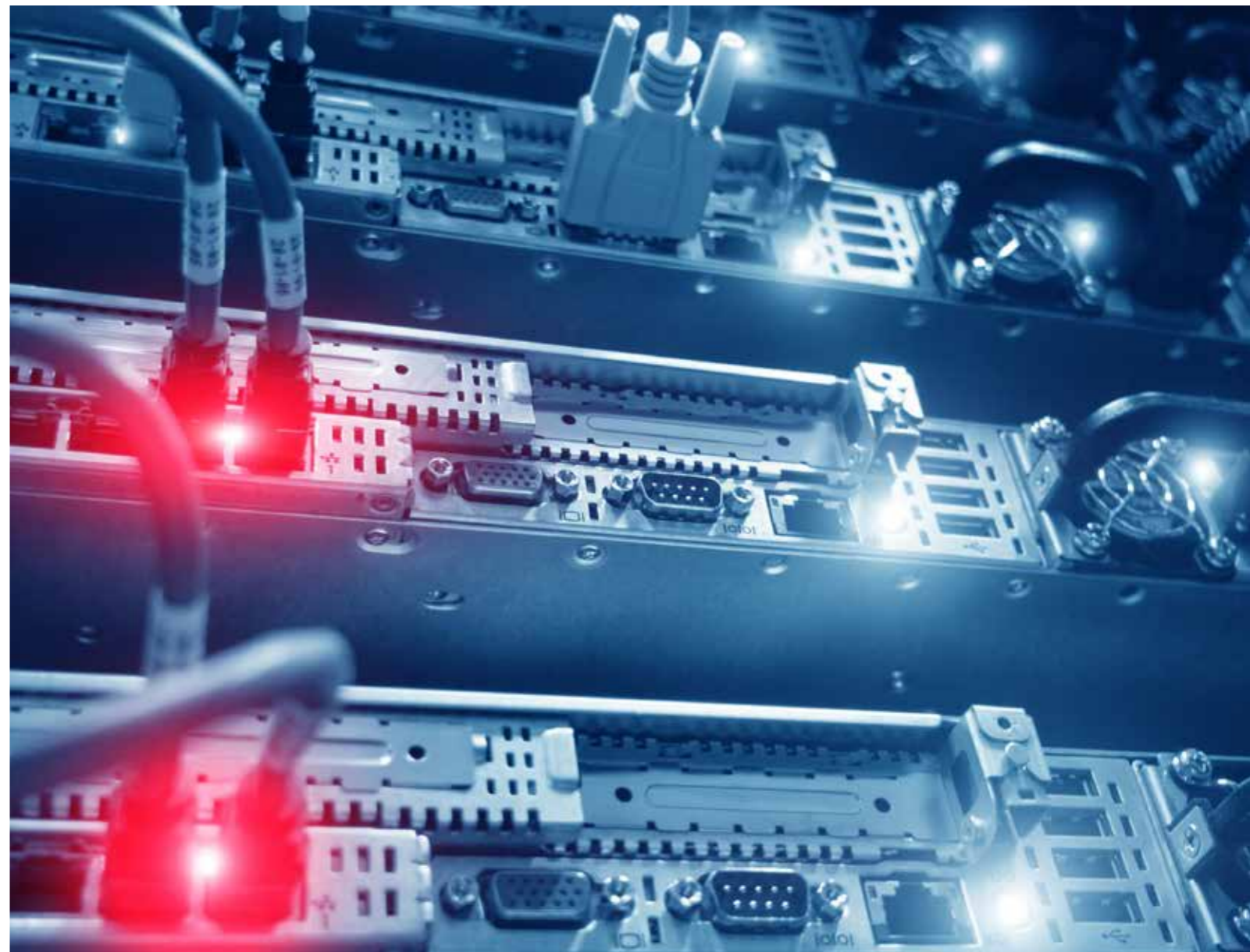
- Produrre reportistica per monitorare l'efficacia e il funzionamento dell'attività di preventivazione.

### Piattaforma per Poste Italiane

E' stata avviata, in un'ottica di efficientamento, una piattaforma per Poste Italiane con l'obiettivo di eliminare la circolazione dei bollettini cartacei dalle sedi periferiche per la verifica e le operazioni di quadratura, ottimizzare i processi degli uffici periferici con il fine di diminuire il lavoro di rivedifica centrale, ottimizzare il processo di ricontra e rivedifica centralizzata e concentrazione del sistema in un'unica

sede fisica dalle due esistenti.

Il progetto, tuttora in corso, consiste nell'aggiornamento architettonico delle piattaforme di elaborazione dei bollettini postali cartacei, la loro smaterializzazione completa tramite conservazione sostitutiva legale e la loro archiviazione. Gli strumenti utilizzati, oltre agli aspetti di ottimizzazione organizzativa, hanno apportato un rinnovamento architettonico verso logiche applicative a "microservizi" in grado di gestire meglio e più velocemente i dati in ingresso dagli uffici postali e di elaborarli in tempo reale evitando le code ma soprattutto gli errati riconoscimenti tardivi che richiedevano poi di essere sanati con la spedizione del bollettino cartaceo verso l'ufficio centrale.



## SANITÀ

In termini di Connected Health, il digitale gioca un ruolo fondamentale. È il fulcro della trasformazione dei processi di cura e salute, a partire dagli aspetti clinici e diagnostici fino a quelli organizzativi e logistici assicurando integrazione dei sistemi territoriali e flessibilità al sistema. Le tecnologie digitali, Big Data, IOT, Cloud, Cybersecurity, Intelligenza Artificiale e Blockchain, sono elementi abilitanti di una nuova Sanità basata sui dati e sull'informazione, sull'interoperabilità dei sistemi, sulla prossimità di servizi fruibili e accessibili ai cittadini in tempi rapidi e in base alle necessità. Sono gli elementi fondamentali di una Sanità basata sulla centralità della persona, con particolare attenzione alla prevenzione, alle cure proattive e a una migliore gestione delle cronicità.

Automazione dei processi

Valorizzazione dei dati e delle informazioni

## AGRICOLTURA

Nell'era digitale, l'innovazione in agricoltura è rappresentata da una maggiore competitività delle imprese sui mercati e dalla semplificazione dei rapporti con la Pubblica Amministrazione. Il connubio tra competenze tecnologiche ed esperienza sul campo ha portato alla creazione della piattaforma Rural to Digital (R2D), soluzione in grado di soddisfare tutte le esigenze dell'impresa agricola.

La piattaforma R2D consente di passare da innovazioni tecnologiche isolate a innovazioni sistemiche nei modelli di business e nei processi, a livello di singola Azienda e a livello di sistema, con l'obiettivo di creare valore condiviso lungo la supply chain e per la comunità.

R2D sostiene la qualità delle produzioni, la crescita dei territori, il valore delle eccellenze Made in Italy.

Benefici per  
la transizione  
digitale

## LE SOLUZIONI TRASVERSALI PER L'AMBIENTE E LA CYBERSECURITY

### SEM (Smart Energy Management)

Almoviva propone sul mercato SEM (Smart Energy Management), una soluzione per fare un uso "smart" dei dati di consumo energetico, a favore della tutela dell'ambiente e della riduzione dei costi. SEM è la piattaforma per la razionalizzazione dei consumi energetici del sistema edificio - impianto attraverso l'analisi, il monitoraggio e il controllo. Grazie a SEM è possibile acquisire, in modo semplice ed economico, dati di funzionamento di una molteplicità di edifici, elaborarli ed interpretarli, trasformandoli in informazioni cruciali per l'ottimizzazione dei consumi. La piattaforma è utilizzata da importanti Pubbliche Amministrazioni Centrali, aziende dei settori trasporti, banche, utilities e telefonia mobile. In particolare, SEM è stato installato presso numerosi siti del Gruppo Ferrovie dello Stato per le attività di telemonitoraggio, automazione e sicurezza.

### Joshua

- Joshua offre alle organizzazioni una soluzione end-to-end per definire, monitorare, analizzare e migliorare il proprio livello di sicurezza cyber complessivo. È una piattaforma innovativa che consente di valutare il rischio informatico attraverso:
- Cyber footprint che consiste nella rilevazione e segnalazione di asset compromessi, con segnalazione automatica tramite e-mail; visualizzazione dei banner dei servizi esposti ed enumerazione delle tecnologie utilizzate;

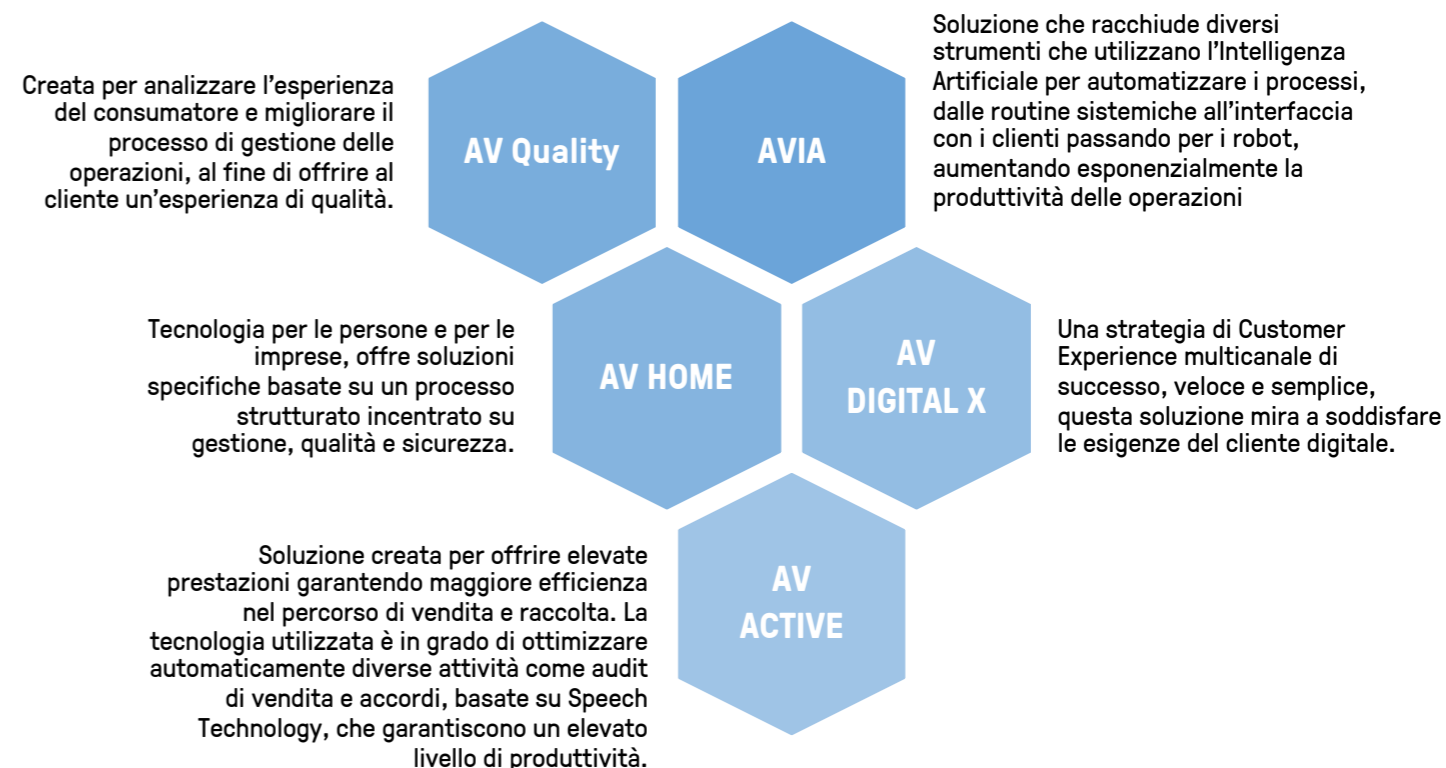
- Data Breach Detector ossia il monitoraggio delle principali fonti italiane in ambito data leak, analisi dei dati GDPR finalizzata ad enumerare le categorie di dati;
- Threat Tracker, la visualizzazione dei principali trend e degli IoC (Indicator of Compromise).  
Joshua le organizzazioni che negli ultimi anni sono state progressivamente chiamate ad adeguarsi a normative sempre più stringenti ed eterogenee (GDPR, ISO27001, European Banking Authority, National Institute of Standards and Technology).

### Giotto

Giotto è una piattaforma al 100% cloud che consente la creazione di applicazioni IoT (Internet of Things) attraverso un set di strumenti dedicati. Le applicazioni IoT create su Giotto possono raccogliere, elaborare e utilizzare i dati generati dai dispositivi connessi e metterli a disposizione di utenti finali o applicazioni esterne.

Attraverso Giotto si possono connettere in un unico ambiente differenti dispositivi e farli interagire con le persone, le applicazioni, i servizi e con altri dispositivi.

# Le tecnologie Digital Customer Management



Le aziende innovative sanno comprendere la voce del cliente in tempo reale, su tutti i canali di contatto

L'area di business Digital Customer Management costituisce oggi il cardine del rapporto impresa – cliente: la raccolta e l'analisi di ingenti volumi di dati consentono di estrarre preziose informazioni sulla clientela, da trasformare in conoscenza, vantaggio competitivo e offerta di servizi personalizzati.

Un cliente sempre più connesso, esigente e attento rispetto all'offerta degli operatori per i quali diventa fondamentale saper ascoltare, comprendere e interpretare la *voice of the customer*.

Liberalizzazione, globalizzazione e aumento della competitività hanno imposto agli operatori del settore di rivedere tempi e modalità di ingaggio e relazione con il cliente, che diventa fonte di ricchezza e punto di riferimento.

Nel contesto europeo (Italia e Romania), il settore ha subito una riorganizzazione del business attraverso un processo di "ridimensionamento" delle operazioni commer-

ciali, concentrandosi solo su prodotti maggiormente redditizi. Nel 2021, l'area di business Digital Customer Management in Europa è in sofferenza, registrando comunque un miglioramento rispetto all'esercizio precedente grazie ad una politica di riorganizzazioni e a continue azioni di efficientamento per migliorare la struttura operativa e promuovere il contenimento dei costi. Il contesto Digital Customer Management internazionale (Brasile, Tunisia, Colombia), al contrario, è in continua crescita: nel 2021 i risultati sono positivi e in crescita rispetto agli anni precedenti. Questo andamento positivo è destinato ad incrementare maggiormente nei prossimi mesi, grazie anche all'acquisizione di nuovi clienti e all'avvio di nuovi progetti che porteranno un aumento della marginalità.

Il contributo alle tematiche di sostenibilità dell'area di business Digital Customer Management deriva principalmente dall'evoluzione del servizio, sempre più digitalizzato ed automatizzato, dalle nuove modalità di offerta delle prestazioni da parte degli operatori e dall'attenzione al lavoro delle persone.

**!**  
Benefici per la transizione digitale

Automazione dei processi organizzativi

Incremento dell'efficienza e della produttività

Valorizzazione dei dati e delle informazioni

## CONTESTO EUROPEO

In Europa, le Società del settore si occupano da anni di fornire servizi di Business Process Outsourcing e Customer Experience ad aziende private ed enti pubblici. Tra i principali mercati serviti rientrano clienti operanti nei settori Financial Services, Telco & Media, Energy & Utility, Transportation, Public Administration.

Il modello di servizio è basato su: qualità delle persone, innovazione tecnologica e solide competenze di processo. Ciò che ha contraddistinto l'offerta Digital Customer Management europeo, negli ultimi due anni, è stato un approccio strutturato al work from home perseguito attraverso la reingegnerizzazione dei processi, l'innovazione tecnologica, la formazione e l'ingaggio delle risorse coinvolte, la condivisione del modello con i propri committenti e con il settore industriale di riferimento. Tutti gli strumenti creati a supporto dell'attività lavorativa hanno mantenuto immutata l'efficienza e la collaborazione tra i dipendenti.

## CONTESTO INTERNAZIONALE

Nel contesto internazionale sono state avviate diverse iniziative in ambito CRM, in particolare nella realtà brasiliana.

Creare eccellenza nel servizio al cliente, risultati per gli azionisti e formazione dei dipendenti, guidando la crescita della comunità nel rispetto della legge e con consapevolezza sostenibile è la strategia che guida Almaviva Do Brasil, una delle principali aziende dedicate al Customer Relationship Management e al Business Process Outsourcing del Paese.



Focus Brasile

Almaviva do Brasil dispone di una vasta gamma di soluzioni basate su una tecnologia proprietaria "orientata alle persone" per sviluppare una strategia di customer experience multicanale di successo.

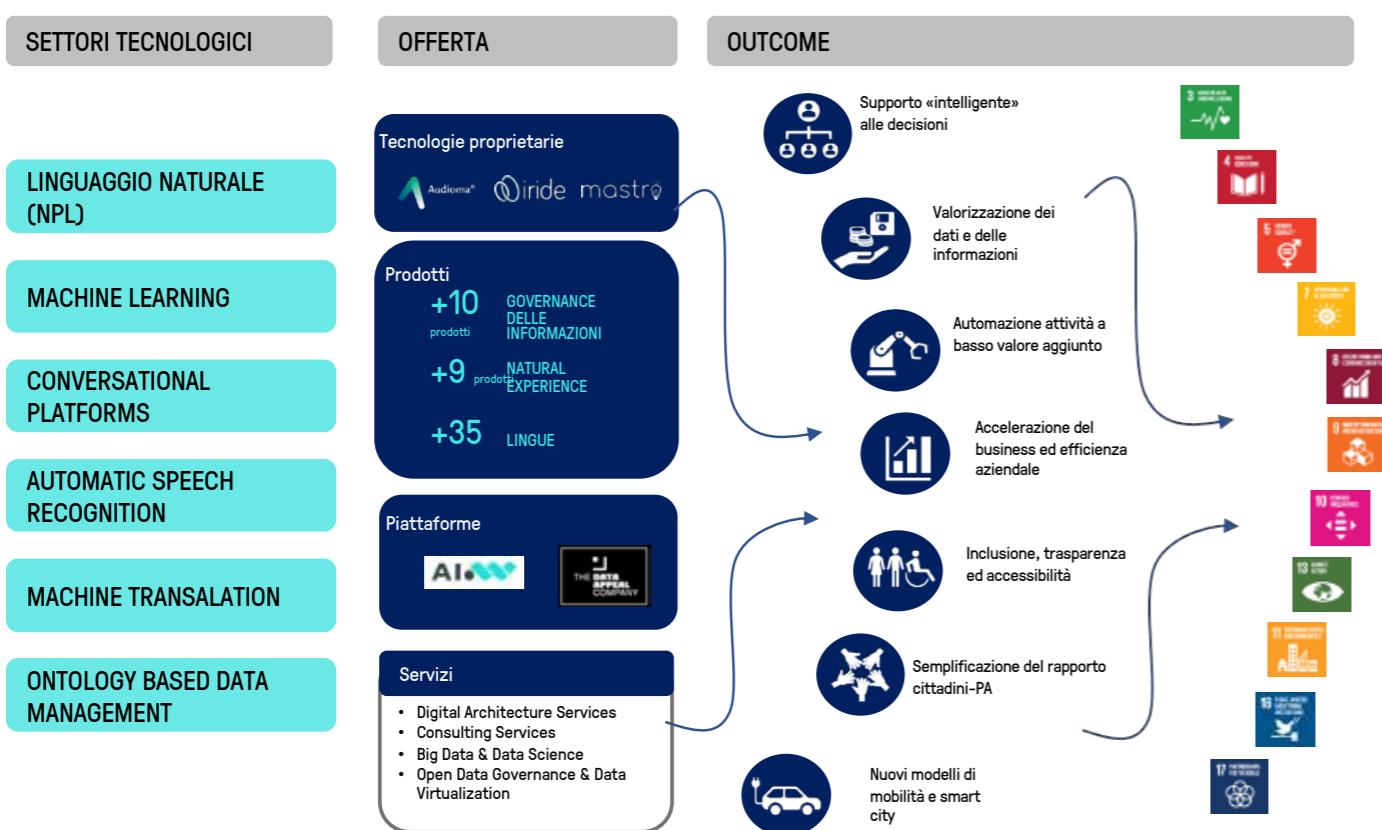
La Società si occupa principalmente di CRM (Customer Relationship Management); CM (Customer Management); RPA (Robotic Process Automation); Speech Analytics solution; Text Analytics solution; Training solution.

Le soluzioni offerte da Almaviva do Brasil si basano su una gestione evoluta dei processi orientate alle persone, basate sull'interpretazione del linguaggio naturale e dell'intelligenza artificiale per rendere l'interazione uomo – macchina il più vicino possibile a quella uomo – uomo.

# People-Centered Technologies

Il Gruppo Almagiva rende concreta la trasformazione digitale dei suoi clienti, attraverso un modello di esperienza naturale nell'interazione uomo macchina. Gli asset tecnologici proprietari consentono ad Almagiva di interpretare testo e voce in oltre 30 lingue, interagire in chiave multicanale e multimodale, analizzare i dati e le informazioni, per valorizzare la conoscenza e migliorare l'automazione. Almagiva offre al mercato prodotti e servizi che impattano su aspetti sociali e ambientali grazie allo sfruttamento delle potenzialità delle tecnologie.

L'approccio integrato di Almagiva consente di generare impatti positivi grazie all'utilizzo delle tecnologie, come l'Intelligenza Artificiale, il Machine Learning e le Conversational Platform. Inoltre, l'elaborazione del Linguaggio Naturale, la Machine Translation e la Spoken Language Translation, favoriscono il superamento delle barriere linguistiche, logistiche e architettoniche rendendo accessibili e inclusivi tutti i processi funzionali e operativi della società.



## VOICE RECOGNITION

Benefici per la transizione digitale

Incremento dell'efficienza, della produttività e della sicurezza

La soluzione, legata al settore Transportation, sfrutta tecnologie di Artificial Intelligence nell'ambito del Natural Language Processing, fornendo agli operatori della manutenzione funzionalità innovative e smart per migliorare e semplificare la raccolta delle informazioni durante le ispezioni e la rendicontazione delle attività di verifica sul campo. A partire dalla nota vocale registrata dal manutentore in modalità push-to-talk, la soluzione trascrive l'anomalia rilevata, la classifica rispetto alla tipologia di difformità riscontrata, identifica l'intervallo chilometrico e la sede tecnica e infine segnala l'urgenza dell'intervento.

## RICOVAI-19

Benefici per la transizione digitale

Tutela della salute dei cittadini

Il progetto sperimentale RicovAI-19, in ambito Healthcare, è frutto di un'intensa attività di ricerca di Almagiva in collaborazione con importanti stakeholder pubblici e privati. Si tratta di una soluzione che prevede l'applicazione dell'intelligenza Artificiale a supporto di pazienti, medici ed ospedali per fronteggiare la complessa sfida della pandemia Covid-19. Almagiva ha sviluppato un dispositivo portatile con sensore abbinato ad un cellulare, che rileva 67 parametri clinici dei pazienti sintomatici al virus che vengono trasmessi ad un'apposita app. Sulla base dei dati e delle informazioni raccolte, il motore di intelligenza artificiale calcola in tempo reale l'indicatore di stabilità clinica rispetto al quale i medici possono effettuare le loro valutazioni ed adottare le relative azioni cliniche e terapeutiche costruite sulle esigenze di ogni singolo paziente.

# Ricerca e sviluppo per l'innovazione digitale



## Almaviva è sinonimo di innovazione digitale

Per Almaviva, Innovazione significa ricercare nuove frontiere tecnologiche, per offrire soluzioni e prodotti innovativi, che permettano di migliorare la qualità della vita degli utenti finali con prodotti e processi sempre più sostenibili e che semplifichino il rapporto tra uomo e tecnologie.

Le attività di ricerca e sviluppo del Gruppo sono continuamente attive attraverso attività di analisi, sviluppo e sperimentazione di tecnologie, piattaforme e prodotti innovativi in tutte le aree di Business in cui il Gruppo opera.

Nel corso del 2021, il Gruppo, per le Società in Italia, ha sostenuto costi in ricerca e sviluppo pari a 12,6 milioni di euro.

### I PRINCIPALI RISULTATI DELLE ATTIVITÀ DI RICERCA E SVILUPPO NELLE DIVERSE AREE DI BUSINESS

#### Digital Change

Almaviva sta investendo particolarmente sulle Key Enabling Technologies, ovvero le tecnologie individuate dalla Commissione Europea, caratterizzate da investimenti importanti per la fase di Ricerca & Sviluppo, da cicli di innovazione rapida e da posti di lavoro altamente qualificati:

- Cloud: soluzione che garantisce infrastrutture scalabili e affidabili per supportare i clienti nell'incremento d'uso di applicazioni di collaborazione necessarie allo smart working;
- Intelligenza artificiale, Big Data e Data Strategy: tecnologie che rispondono all'incremento della quantità di dati generati dalla sempre maggiore diffusione di processi di digitalizzazione;
- Cyber Security: al servizio della sicurezza e la protezione del dato e di tutte le risorse, in presenza ed in remote working;
- Augmented & Virtual Reality: per avvicinare i processi e i servizi reali a quelli digitali e abilitare l'economia dei dati;
- IoT: tecnologie che consentono una maggiore integrazione tra spazio fisico e digitale.

#### Digital Customer Management

Diverse sono le soluzioni innovative che le Società del Gruppo hanno messo in atto in ambito Digital Customer Management nel corso dell'anno, volte soprattutto al miglioramento della gestione e all'efficientamento dell'operatività delle risorse che fattori che condizionano il livello di soddisfazione dei clienti nei confronti del Gruppo.

In relazione alla soluzione work from home sono state sviluppate una serie di sistemi proprietari per l'attuazione del progetto con l'idea di creare un nuovo modello di workplace virtuale che ha dato vita ad una nuova modalità di gestione virtuale.

Piattaforma di gestione end to end delle risorse che permette una efficace gestione amministrativa di ciascuna anagrafica dipendente (comunicazioni personali, turni, visualizzazione cedolini, ferie e permessi) ed un'ottimizzazione delle fasi di selezione e assunzione;



Strumento innovativo e unico che si affianca ai sistemi del cliente e accompagna la giornata in smart working dei dipendenti raccogliendo in sé funzioni immediate;



Strumento di knowledge management che consente la creazione e la pubblicazione di contenuti testuali e video a supporto dell'attività lavorativa;



#### Attività rilevanti in ricerca e sviluppo 2021

##### PUBBLICA AMMINISTRAZIONE CENTRALE – SISTEMA SANITARIO NAZIONALE

Almaviva, grazie all'utilizzo in ambito clinico di tecnologie come Intelligenza Artificiale, Big Data e Machine Learning, ha sviluppato un sistema innovativo per la progressiva e continua valorizzazione del Sistema Sanitario Nazionale, finalizzato a trasformare i dati in un nuovo asset e a creare strumenti di supporto alle decisioni cliniche per l'analisi predittiva e prescrittiva nella gestione dei processi sanitari.

##### PUBBLICA AMMINISTRAZIONE LOCALE – CAMPANIA CULTURA

Almaviva ha accompagnato la realizzazione dell'ecosistema IoT di Campania Cultura. In particolare, ha strutturato il primo ecosistema digitale italiano per i beni culturali in grado di riunire, in una sola piattaforma, il grande patrimonio culturale legato ai settori archeologico, archivistico, bibliografico, cinematografico, musicale, storico-artistico e teatrale del territorio. Grazie alla tecnologia sensoristica IoT, Almaviva ha contribuito alla realizzazione del primo museo con controllo dei parametri ambientali, fisici e di frequenza dei visitatori, per la sicurezza delle opere d'arte e il primo portale d'Italia per i beni culturali con tecnologia immersiva a 360 gradi. Inoltre, insieme alla digitalizzazione di un'ampia selezione di materiali in tutta la regione, ha permesso la valorizzazione del patrimonio culturale della Campania.

##### ACCORDO ALMAVIVA E UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI NAPOLI FEDERICO II

Nel marzo 2021 Almaviva ha siglato un accordo quadro di collaborazione con l'Università degli Studi di Napoli Federico II. Tale accordo è finalizzato a sancire il comune interesse alla cooperazione nel campo della mobilità sostenibile mediante la realizzazione di un Polo di Eccellenza per la definizione e l'attuazione congiunta di programmi di ricerca, sviluppo e innovazione. Il primo stream su cui Almaviva ha deciso di investire nel 2021 riguarda la definizione di metodologie fondate sul dominio della ingegneria dei trasporti, che utilizzino tecnologie abilitanti digitali e che siano finalizzate a definire la direzione di una trasformazione digitale nell'ambito delle attività standard di manutenzione delle reti ferroviarie. Tale attività ha un grande impatto sull'efficienza dei processi manutentivi con una possibile riduzione delle ispezioni in campo e conseguente riduzione delle emissioni di CO2.

##### SERVIZI FINANZIARI

In ambito Financial Services sono state avviate varie iniziative. La metodologia di lavoro sui temi dell'innovazione si giova di un framework aziendale che codifica e rende riproducibile in maniera per quanto possibile scientifica il processo "costruzione" di percorsi di innovazione in capo ai clienti. Tale framework mette insieme l'esperienza sulle metodologie Lean, Agile e tutti i sistemi di generazione e gestione creativa delle idee di business, influenzati dalla disciplina del Design Thinking.

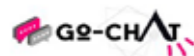
Tra le varie iniziative avviate, tuttora in corso e che vedranno la luce tra l'anno in corso ed il prossimo, vi è quella legata al tema del controllo del gioco patologico, attraverso l'applicazione di tecnologie al servizio del controllo di comportamenti dannosi. Il sistema di riconoscimento dei pattern comportamentali viene effettuato da un sistema di intelligenza artificiale.

Un'altra iniziativa che occorre ricordare è legata al concetto di sostenibilità ambientale attraverso l'eliminazione della carta per tutti quei casi in cui sia possibile, come ad esempio le ricevute di gioco. L'eliminazione del cartaceo ha effetti favorevoli, tra cui il risparmio di carta, di inchiostro e di CO2; maggiore sicurezza in caso di furto e smarrimento del titolo che smette di essere al "portatore" e diventa legato ad un'identità digitale; maggiore numero di dati del cliente e possibilità di più facile profilazione basata sui dati che invece non sarebbero accessibili in caso di ricevuta cartacea.

##### WEDOO

Wedoo sta sviluppando visualizzazione real-time e di riconoscimento, tramite elaborazione Machine Learning e Intelligenza Artificiale, in aiuto alle equipe mediche del complesso ospedaliero Città della Salute, nello studio, analisi e riconoscimento di forme tumorali ossee nei bambini, o nella datazione anagrafica di minorenni a partire da radiografie del polso.

← SEGUE



Sistema di chat integrato alla barra telefonica che consente interazione real time tra operatori e staff. Lo strumento consente di generare e gestire richieste di supporto di natura tecnica veicolate, conversazioni private tra operatore e team leader, utilizzo di messaggi in modalità broadcast da parte dello staff.

Tutti gli strumenti creati a supporto dell'attività lavorativa hanno mantenuto immutata l'efficienza e la collaborazione tra i dipendenti. Questi hanno inoltre la possibilità, in caso di necessità, di entrare in collegamento audio video con il Team Leader di riferimento, il quale potrà fornirgli tutto il supporto necessario interagendo in maniera condivisa anche sulla gestione specifica.

Il modello è stato poi completato attivando iniziative ed eventi sociali strutturati a favore dei propri dipendenti, tra cui:

Momenti d'incontro calendarizzati a inizio del turno lavorativo per condividere focus della giornata e obiettivi sul servizio;



Progetto che prevede pubblicazione di tutorial video utili a supportare la gestione dei dipendenti. Al termine di ogni visualizzazione tutorial il dipendente ha inoltre la possibilità di partecipare a giochi tematici creati ad hoc e fornire rating/valutazione e feedback su video tutorial visto.

Strumento integrato di AMA-DOC che consente di creare rapidamente e facilmente quiz personalizzati, sondaggi, questionari, moduli e registrazioni.



Survey create e accessibili a tutti i dipendenti utili a raccogliere direttamente dall'operativo le necessità formative o tematiche di servizio sulle quali tutti possono esprimere rating. I contenuti creati (testo, audio e video) vengono condivisi in apposita sezione ALMA-DOC facilmente accessibile dai dipendenti.



È un progetto sperimentale che consente al dipendente di entrare in contatto in maniera digitale con il gruppo Human Resources;



Tool di flow chart integrato in ALMA-DOC che consente di creare flow di processo utili sul servizio. L'utente viene guidato nel corso della gestione di un'attività con step e informazioni utili.



### Almaviva do Brasil

Focus Brasile

Nel 2021 è stato creato il Dipartimento "Digital Transformation & Efficiency" che permette ad Almaviva di differenziarsi nel suo segmento di mercato, portando in Azienda un framework operativo che mira, attraverso la sinergia di metodologie di miglioramento continuo e agile, a supportare la trasformazione end-to-end, correlando ottimizzazioni di processo, robotizzazione e altre soluzioni digitali. L'obiettivo è quello di trasformare il servizio al cliente in un'esperienza più fluida e risolutiva, in un concetto di "Customer Centric" in cui ogni strategia aziendale è orientata al cliente. Ad esempio, nel settore trasporti, sono state implementate delle soluzioni che hanno permesso di automatizzare alcuni processi manuali e che hanno consentito di migliorare alcune criticità del sistema (eccesso di

manualità per eseguire diversi calcoli; assenza di strumenti per la gestione dell'operatore e dei dati sulle prestazioni in tempo reale; assenza di un controllo sistemico per la gestione del profilo dell'operatore durante il percorso del processo di rimborso, che consente errori e perfino frodi; assenza di un controllo sistemico dei biglietti abbandonati dall'agente, con un impatto sugli indicatori di performance).

Tra le principali soluzioni implementate rientrano:

- **SINGLE SIGN ON:** software che fornisce un accesso automatizzato nei sistemi in cui la password è memorizzata e inaccessibile all'operatore;
- **FRONT END:** software implementato per massimizzare la produttività e incrementare la sicurezza.

Tra i vantaggi apportati dall'implementazione di queste nuove soluzioni rientrano:

- Automatizzazione dei processi;
- Visualizzazione in tempo reale dei dati sullo stato e sulle prestazioni di tutti gli agenti;
- Configurazione per il profilo dell'operatore, abilitando solo azioni specifiche per ogni tipo di servizio;
- Chat integrata (Agent x manager) che migliora l'interazione per feedback programmati, avvisi sulle prestazioni;
- Controllo sistemico di popup

### People Centered Technologies

Da oltre dieci anni, i laboratori di Ricerca e Sviluppo di Almaviva sono impegnati nell'evoluzione e nell'implementazione di tecnologie proprietarie di intelligenza artificiale. Le tecnologie proprietarie sono in grado di rispondere a molteplici esigenze di diverse industry, sia nell'ambito della customer experience management, sia nella governance di dati e informazioni.

I principali risultati delle attività di Ricerca e Sviluppo

- Nuovi Algoritmi "Few - Shots" Learning: Focus su modelli di machine e deep learning che riducono la quantità di dati necessari per l'addestramento e quindi le risorse;
- Nuovi Modelli Multi Lingua: Possibilità di sfruttare modelli multi-lingua e mono-lingua in fase di addestramento della macchina. La conoscenza inter-lingua accresce velocità ed efficacia dei modelli d'IA;

- Semi - Addestramento per la creazione di Language Models: Creazione o aggiornamento dei modelli del linguaggio in modalità semi-automatica per ridurre significativamente i tempi di creazione dei modelli del linguaggio;
- Automatizzazione del Dialogo: Nuovi approcci per incorporare la conoscenza esplicita del dominio, tipica degli umani, all'interno di sistemi di gestione automatica del dialogo "task-oriented", basati su reti neurali, come modo efficace per ridurre la necessità di enormi moli di dati e in particolare di dialoghi annotati;
- Evoluzione della Piattaforma Conversazionale: Potenziamento della capacità degli assistenti virtuali per accedere ad una quantità di dati maggiore;
- Nuove Generazioni di Reti Neurali per Asr: Nuove generazioni di reti neurali per diversi contesti applicativi dell'Automatic Speech Recognition, anche per segnali "mixed band".



# Un network per la collaborazione internazionale



Almaviva ha creato, nel corso degli anni, un vero e proprio ecosistema con importanti enti di ricerca ed Università e partnership generando un circolo virtuoso che consente di portare valore sul territorio tramite l'applicazione della ricerca più avanzata, portata velocemente all'interno della tecnologia proprietaria e il trasferimento di know-how direttamente dall'accademia all'industria, grazie anche a programmi di inserimento di risorse nei laboratori R&D dell'Azienda.

## UNIVERSITÀ

Nel corso del 2021, Almaviva S.p.A. ha avviato numerose collaborazioni con le maggiori Università italiane ed europee nonché con Enti di ricerca, per lo sviluppo congiunto di progetti di Research Development and Innovation (R&D&I) relativi a diversi Programmi di Ricerca della Commissione Europea. Fra questi si citano:



Inoltre, il Gruppo ha consolidato negli anni accordi di collaborazione con importanti Università del Paese con cui intrattiene rapporti continuativi di ricerca e innovazione.

## Polo di eccellenza sulla mobilità Federico II

Almaviva e l'Università degli studi di Napoli Federico II hanno costituito il Centro di Eccellenza per la Mobilità e la Logistica al fine di realizzare i comuni interessi di formazione, ricerca e trasferimento tecnologico.

La modalità operativa con cui il Polo di Eccellenza prevede la collaborazione tra Almaviva, che mette a disposizione le competenze tecnologiche (e in alcune circostanze anche le competenze di dominio oltre che il budget necessario) e l'Università Federico II, che mette a disposizione le competenze scientifiche necessarie per la ricerca sulle tematiche per cui sono ingaggiati.

Nel 2021 Almaviva ha deciso di investire su metodologie fondate sul dominio dell'ingegneria dei trasporti al fine di indirizzare la trasformazione digitale nell'ambito delle attività standard di manutenzione delle reti ferroviarie. Tale attività, oltre a portare un

grande valore aggiunto alle soluzioni di Asset Management & Predictive Maintenance di Almaviva, ha un grande impatto sull'efficienza dei processi manutentivi con una possibile riduzione delle ispezioni in campo e conseguente mitigazione dei rischi per la sicurezza dei manutentori e riduzione degli spostamenti, nonché relative emissioni di CO2.



### Osservatori Digital Innovation: collaborazione con il Politecnico di Milano

Almaviva collabora con la School of Management del Politecnico di Milano su una serie di programmi di Ricerca. In particolare, nel 2021 Almaviva ha portato la sua esperienza nelle ricerche del settore Connected Car & Mobility; nel campo delle innovazioni all'interno della filiera agricola e agro-alimentare; sul ruolo del digitale per migliorare il Sistema Sanitario; in materia di Cybersecurity e Data Protection; sulla tecnologia 5G e sui suoi impatti nell'evoluzione della catena del valore; su Blockchain e Distributed Ledger; in materia di Cloud Transformation; sulle opportunità offerte dall'Innovazione Digitale in relazione ad alcuni grandi temi che condizionano la competitività nazionale.

### Almaviva e Università Campus Bio-medico di Roma per lo sviluppo di sistemi di IA applicati alla salute

La convenzione stretta tra il Campus Biomedico di Roma e Almaviva punta ad applicare i più innovativi sistemi di Intelligenza Artificiale ai molteplici campi della medicina. L'obiettivo è, in particolare, quello di incrementare le conoscenze tecnico-scientifico delle parti e rispondere con sempre maggiore forza alle sfide della trasformazione digitale della società. Risulta fondamentale ri-

cercare, sperimentare e quindi realizzare strumenti facilmente fruibili che agiscano in un'ottica di prevenzione (ad esempio attraverso tecnologie che forniscano in tempo reale informazioni utili ai medici per anamnesi e diagnosi) sia per facilitare percorsi di cura o di riabilitazione, in ambito ospedaliero come domiciliare, favorendo l'autonomia del paziente.

Nell'ambito della partnership saranno sviluppati e promossi anche programmi di ricerca e sviluppo, scambi con ricercatori e studenti, tirocini presso Almaviva oltre a percorsi formativi a più livelli.

### MOOVA ACADEMY

A partire dal 2020, è stata messa in piedi la Moova Academy, un ambiente e-learning per agevolare i percorsi relativi alla piattaforma MOOVA. Moova Academy nasce per creare o convertire professionisti del trasporto verso competenze che possano permettere di costruire una mobilità sostenibile.

Moova Academy è anche Programma per la gestione dei talenti attraverso il programma "A Talent Revolution": il Programma, la cui prima edizione è partita a marzo 2022, è rivolto a giovani laureati e laureandi appassionati di trasporto e che vorranno costruire la propria professionalità mettendo al centro l'obiettivo di sostenibilità applicata all'ambito del Transportation.

## ENTI DI RICERCA E ISTITUZIONI

### Rouge: una tutela tutta nuova per le arance di Sicilia

Il progetto Rouge nasce per tutelare l'agrumicoltura siciliana ed è dedicato alle aziende associate per offrire servizi di protezione del prodotto e tutelare il consumatore. Rouge è nato mettendo insieme quattro importanti realtà: CREA (Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria) che raccoglie i dati di produzione, l'Università di Catania che crea modelli economici rispetto ai dati raccolti sul campo a supporto delle decisioni di produzione, il Consorzio Arancia Rossa Igp che, grazie a questi strumenti, può verificare l'origine dei prodotti e ne traccia il percorso, Almaviva in qualità di partner tecnologico.

L'innovazione digitale della soluzione Blockchain Almaviva garantisce la tracciabilità dell'identità e la storia del prodotto in un ecosistema internazionale. Il sistema si basa sull'interazione tra il portale a uso del Consorzio, che mostra i dati provenienti dalle varie fonti per il monitoraggio di tutto il segmento Arance Rosse Igp, e un'App su smartphone per il consumatore, che fornisce informazioni su tutta la filiera (data di raccolta, modalità di conservazione e distribuzione). L'iniziativa apporta numerosi benefici tra cui:

- Lotta alla contraffazione;
- Semplificazione degli adempimenti burocratici;
- Riduzione degli errori di imputazione dei dati;
- Miglioramento delle operazioni di controllo;
- Monitoraggio del settore da parte dell'Amministrazione;
- Possibilità di promozione delle produzioni sui mercati internazionali

Almaviva si propone nel futuro di estendere il concetto di tracciabilità a 360° nel mondo agroalimentare creando una piattaforma di Supply Chain Management 5.0.

### Domande di aiuto georiferite

A partire dal 2016, le domande di finanziamento previste dalla PAC (Politica Agricola Comune) e presentate annualmente dalle imprese agricole devono essere effettuate su base territoriale rendendo impossibile l'indicazione in domanda di superfici non presenti nella base informativa territoriale dell'Amministrazione. Grazie all'utilizzo di immagini aeree o satellitari l'obiettivo è la massima garanzia della correttezza degli aiuti erogati.

Almaviva, in partnership con AGEA (Agenzia per l'Erogazione in Agricoltura) ha sviluppato una soluzione software con interfaccia Web GIS che permette la gestione delle dichiarazioni da parte delle imprese agricole in modalità georiferita. L'iniziativa ha apportato notevoli benefici, tra cui la geocalizzazione di più di 10.000.000 di ettari di superficie per campagna e la riduzione degli errori di imputazione dei dati.

### FooDia - Net: innovazione a supporto della prevenzione

ARESS Puglia (Agenzia Regionale Strategica per la Salute ed il Sociale) ha presentato al Ministero della Salute il progetto sperimentale FooDia - Net: un modello operativo di task shifting per promuovere iniziative di educazione alimentare e di supporto al coinvolgimento dei cittadini/pazienti nella prevenzione del diabete mellito e delle sue complicanze. Cuore del progetto, che ha coinvolto anche le Regioni Lombardia, Lazio, Puglia, Toscana e Marche, la piattaforma web realizzata da Almaviva per l'erogazione del protocollo FooDia-Net, volto a promuovere una più efficace gestione multi-professionale e inter-settoriale della prevenzione della malattia.

### Progetto EP4ALL

Nel corso del 2021 PerVoice ha finalizzato gli sviluppi, sia dei componenti software che dei modelli di

riconoscimento vocale, per il progetto EP4ALL, che ambisce alla costruzione di un sistema di traduzione del parlato in simultanea per i dibattiti del Parlamento Europeo. Inoltre, nel corso del primo semestre è stato realizzato con successo l'evento principale del progetto ELITR (XI CONGRESS - EUROSAI 2021) dove PerVoice è stata protagonista con i partner del progetto nella realizzazione dei sottotitoli sia in lingua originale che tradotti in 42 lingue per l'evento, tenutosi a Praga ad aprile del 2021.

### PARTNERSHIP

Nello sviluppo di soluzioni innovative, Almaviva collabora con diverse realtà del mercato, tramite collaborazioni con partner tecnologici, accordi di business con aziende specializzate ed alleanze di mercato focalizzate in specifici ambiti. Attraverso queste collaborazioni Almaviva intende potenziare le proprie tecnologie per creare una nuova generazione di soluzioni volte a rispondere alle sfide e alle esigenze della clientela.



#### Technology Partner



#### Agreement



#### Specific Market Alliance



# La soddisfazione dei clienti grazie alla qualità di prodotti e servizi



La Politica della qualità del Gruppo Almaviva pone il cliente al centro dell'attenzione delle proprie strategie attraverso la realizzazione di prodotti e servizi finalizzati alla soddisfazione delle sue esigenze e dei suoi bisogni. Almaviva si è dotata del Sistema di Gestione Integrato conforme allo standard internazionale BSPAS 99; tale scelta strategica favorisce un approccio per processi e non per tipologia di certificati e si pone l'obiettivo di efficientare i processi aziendali, migliorare le proprie prestazioni, allineare i propri servizi ai più alti standard di qualità e accrescere la soddisfazione dei clienti in un'ottica di miglioramento continuo.

Relativamente alla tematica della soddisfazione del cliente, tra i valori perseguiti da Almaviva vi è la:

## Centralità del cliente

Attento ascolto dei clienti è il primo obiettivo per il successo. L'orientamento al cliente si esprime attraverso un impegno costante a soddisfare necessità ed aspettative; un coinvolgimento nella predisposizione dei prodotti e servizi; nel focus sul servizio

## Qualità e service management

Almaviva persegue miglioramenti continui della qualità dei prodotti e dei servizi determinando l'innovazione ed il miglioramento continuo dei processi, della tecnologia, dei modelli e dei sistemi adottati in modo da corrispondere assiduamente a quanto il mercato richiede

## Sicurezza e Business Continuity

Almaviva fa propria la convinzione che gli asset e i servizi sono un complesso di beni da proteggere da tutto quanto sia in grado di minacciarli.

Il cliente, dunque, rappresenta il punto centrale dell'insieme dei processi che tendono alla soddisfazione dei suoi bisogni, ma soprattutto viene considerato come parte primaria del servizio, tanto da essere stimolato e facilitato a interpretare un ruolo attivo, responsabilizzandosi sull'importanza di esprimere le proprie necessità.

La risposta a tale approccio si basa sull'uso di metodologie finalizzate a valorizzare la rilevazione, interpretazione e implementazione delle esigenze del cliente lungo tutto il processo di progettazione, erogazione e monitoraggio del prodotto e del servizio e sull'uso integrato delle tecnologie oggi disponibili. Coinvolgere il cliente nell'evoluzione del prodotto e del servizio significa renderlo partecipe del miglioramento e mettere a frutto la sua esperienza di utilizzatore; vanno create, pertanto, le condizioni per stimolare e recepire le proposte e i suggerimenti, cogliendo al contempo le esigenze inesprese e l'insorgere di bisogni impliciti. L'approccio metodologico per il conseguimento di tali obiettivi si basa sull'utilizzo di tecniche di valutazione della "Customer Satisfaction" che ha l'obiettivo di migliorare continuamente i prodotti e i servizi resi al cliente, attraverso il monitoraggio dei risultati e la costruzione di un forte sistema di relazioni con l'utente stesso.

Il processo di valutazione della soddisfazione del cliente adottato dal Gruppo Almaviva consente di stimolare e recepire proposte da parte

dell'utente, accentuando il suo ruolo proattivo, attraverso l'analisi della soddisfazione del cliente fondata anche sulla percezione delle differenze tra le proprie attese rispetto al prodotto/servizio e l'effettiva esperienza compiuta. A tal proposito, sono state avviate numerose iniziative per verificare il livello di soddisfazione della clientela e incrementare la qualità dei servizi offerti, come survey, che forniscono al Gruppo Almaviva gli input necessari per comprendere e sviluppare le opzioni di miglioramento; agende mensili, spazi disponibili per ricevere feedback sui processi, per creare focus di discussione da cui vengono generate idee e piani d'azione per sviluppare nuovi processi o strategie che migliorino il servizio.

Occorre tener presente, inoltre, che la soddisfazione dell'utente ha forti correlazioni con alcuni degli aspetti tipici della qualità dei prodotti/servizi, come ad esempio la difettosità, i disservizi, la conformità ai requisiti e l'affidabilità. Se è vero che un prodotto o un servizio con un alto livello di difetti sicuramente non è di soddisfazione per l'utente, non sempre è certo che un prodotto o servizio con un bas-

so livello di difetti risulti soddisfacente per il cliente. Pertanto, per massimizzare l'efficacia del modello di gestione, la valutazione qualitativa e quantitativa della Customer Satisfaction è attuata secondo due approcci paralleli:

- Valutazione indiretta, riferita alla qualità erogata, attraverso la misura delle caratteristiche del prodotto o servizio previste contrattualmente o definite nei documenti di pianificazione del singolo contratto.
- Valutazione diretta, riferita alla qualità percepita, attraverso rilevazione diretta del giudizio formulato dai clienti in relazione agli aspetti ritenuti di maggior rilievo per il prodotto/servizio.

Per il Gruppo Almaviva la soddisfazione del cliente, quale stakeholder principale di riferimento, rappresenta inoltre un elemento centrale per il miglioramento continuo.

Nel corso del 2021 sono stati indagati i livelli di soddisfazione dei clienti rilevanti nell'area di business dei servizi IT, nei settori Health & Local Public Sector, Welfare (Enti previdenziali e lavoro), pubblica amministrazione centrale (Finanza, Istruzione, Difesa e Sicurezza, Authority) e Trasporti.

# Privacy e protezione dei dati



La protezione dei dati costituisce un valore fondamentale della cultura aziendale

La protezione dei dati personali rappresenta un aspetto fondamentale e prioritario per Almaviva.

Il Gruppo pone particolare attenzione alla tutela dei dati personali non soltanto perché oggetto di specifica normativa (Regolamento UE 216/679 “GDPR – General Data Protection Regulation e D. Lgs 196/2003 “Codice in materia di protezione dati personali”), ma anche perché la protezione dei dati costituisce un valore fondante della cultura aziendale. In tale ottica Almaviva si conforma alle normative vigenti e alle indicazioni dei propri Committenti e adotta tutte le misure possibili al fine di assicurare un corretto trattamento dei dati personali riferiti ai propri lavoratori, ai propri interlocutori, agli utenti dei servizi erogati e, più in generale ai propri stakeholder.

In particolare, Almaviva si ispira ai principi di liceità, pertinenza, necessità, proporzionalità e sicurezza mediante l'adozione di appropriate misure organizzative, logistiche, tecniche e procedurali contro i rischi di alterazione, distruzione o perdita, anche accidentale, di accesso non autorizzato o di trattamento non consentito o non conforme alle finalità della raccolta. Almaviva ha nominato il Responsabile della protezione dei dati personali, unico (eccezione fatta per Wedoo).

I trattamenti di dati personali svolti dalle Società sono finalizzati essenzialmente all'esecuzione di attività e adempimenti inerenti la gestione aziendale, quali principalmente la ricerca, la selezione, la gestione e l'amministrazione del personale, i sistemi informativi, il ciclo attivo e passivo.

Quali titolari di trattamento, le Società non trattano dati riferiti agli utenti finali dei servizi erogati ai propri committenti, in quanto in tale contesto le Società operano quali responsabili di trattamento di dati personali, a fronte di designazione ricevuta dai committenti quali Titolari terzi di dati personali (in alcune circostanze le Società svolgono detti trattamenti con il ruolo di sub-responsabili e/o terzi autorizzati).

La strategia di protezione che il Gruppo persegue per garantire la tutela dei dati e delle informazioni trattate, è pertanto improntata a:

- assicurare che l'informazione sia accessibile solo a chi è autorizzato all'accesso;
- salvaguardare l'accuratezza e la completezza dell'informazione e dei metodi per processarla;
- assicurare che gli utenti autorizzati abbiano accesso all'informazione e agli asset associati quando richiesto.

## ARTICOLAZIONE DEL PROCESSO

Almaviva dispone di un processo formalizzato per garantire la tutela della privacy e le cui principali fasi sono di seguito riepilogate:

- Assegnazione del ruolo di Unico Responsabile per la Protezione dei Dati (Data Protection Officer – DPO) a livello di Gruppo (perimetro Europa) mediante atti distinti di designazione da parte delle singole società;
- Coordinamento centralizzato con il compito di definire le linee di indirizzo generale e standard omogenei di riferimento; di fornire assistenza specialistica e supporto operativo alle aziende del Gruppo e alle loro unità organizzative; di presidiare le evoluzioni normative. La funzione di Coordinamento Privacy è posizionata in ambito Corporate – Direzione Risorse Umane.
- Informativa al personale quale interessato al trattamento dei dati personali pubblicata nella sezione “Privacy” della intranet aziendale;
- Designazione di tutto il personale quale autorizzato al trattamento di dati personali in relazione ai trattamenti svolti/di competenza in virtù della mansione svolta;

- Procedure, pubblicate in intranet, riguardanti la gestione dei casi di violazione dei dati personali; la gestione delle richieste di esercizio di propri diritti da parte di interessati di trattamento dati personali; la privacy by design e by default; la designazione degli amministratori di sistema e l'esecuzione dei connessi adempimenti;
- Stipula da parte delle Società degli atti di nomina e/o di sub-nomina quali responsabili e/o subresponsabili di trattamento dati personali per i trattamenti svolti per conto di titolari/responsabili terzi nell'ambito dell'erogazione dei servizi contrattualizzati; conseguente stipula degli eventuali atti di sub-nomina nei riguardi dei sub-fornitori/sub-appaltatori che trattano dati personali nell'ambito dell'erogazione dei servizi esternalizzati;
- Nel corso del 2021, all'interno di Almaviva S.p.a. è stato costituito un gruppo di lavoro finalizzato alla realizzazione di uno strumento per il monitoraggio degli adempimenti GDPR. Tale gruppo ha provveduto ad un'analisi preliminare delle esigenze, focalizzato gli obiettivi

e ricercato gli strumenti per la realizzazione del sistema. Si è provveduto quindi all'analisi per la personalizzazione della piattaforma ALMAGDPR, prodotto ideato e realizzato dalla Direzione Cybersecurity Practice e già commercializzato a primari clienti di Almaviva. A fine 2021 la piattaforma è stata messa in collaudo e successivamente è stata avviata una fase di pre-esercizio, prima della messa in produzione definitiva. Tale piattaforma sarà utilizzata da tutte le Società del Gruppo Almaviva perimetro Italia.

- La conformità degli adempimenti in materia di protezione dei dati personali è oggetto di verifica durante gli audit interni svolti dalla funzione Qualità e Customer Satisfaction e gli audit periodici svolti dall'ente esterno di certificazione DNV, in particolare nell'ambito della certificazione ISO 27001 di cui dispone la Capogruppo.
- Il DPO esegue monitoraggio continuo finalizzato alla verifica della compliance GDPR mediante audit mirati e piano annuale.



Focus Brasile

## La protezione dei dati e della Privacy per Almaviva do Brasil

Almaviva do Brasil dispone di un programma di Sicurezza e Gestione della Privacy conforme alle leggi e ai regolamenti. La società dispone di un Comitato multidisciplinare per la sicurezza delle informazioni e la Privacy creato per discutere questioni relative all'argomento, per approvare politiche e processi e monitorare eventuali rischi. Il programma di Sicurezza e Gestione della Privacy è costituito da specifiche policy suddivise in tre aree fondamentali: Privacy; Governance, Risk and Compliance (GRC) e Cybersecurity.

Nel corso del 2021, Almaviva ha realizzato un lavoro congiunto con aziende partner al fine di adattare i propri processi alla legge generale brasiliana sulla protezione dei dati (LGDP – Lei General de Proteção de Dados): sono state implementate ed approvate nuove politiche e dipendenti e manager sono stati informati dei loro doveri e ruoli relativi alla protezione dei dati. È stata inoltre acquisita un'applicazione di Gestione della Privacy, One Trust. Ai fini di implementare questa nuova app è stato realizzato nel corso dell'anno un lungo progetto che ha tra l'altro gestito vari aspetti quali la gestione dell'informativa sulla privacy e delle politiche; la conformità ai cookie dei siti web e delle app; la gestione universale del consenso e delle preferenze. Attraverso questa nuova applicazione, tutte le attività di gestione della privacy sono centralizzate, garantendo così un maggiore e più attento controllo.

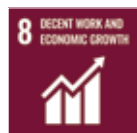
È molto importante per la Società che i propri partner mantengano lo stesso impegno per la sicurezza delle informazioni e la tutela della privacy di Almaviva. Un importante impegno per Almaviva do Brasil per il 2022 è il conseguimento della Certificazione ISO/IEC 27001 che attesterà la qualità del Sistema di Gestione delle Sicurezza delle informazioni di Almaviva.

# 4

## Persone

# Le persone di Almaviva

Persone  
4. 1.

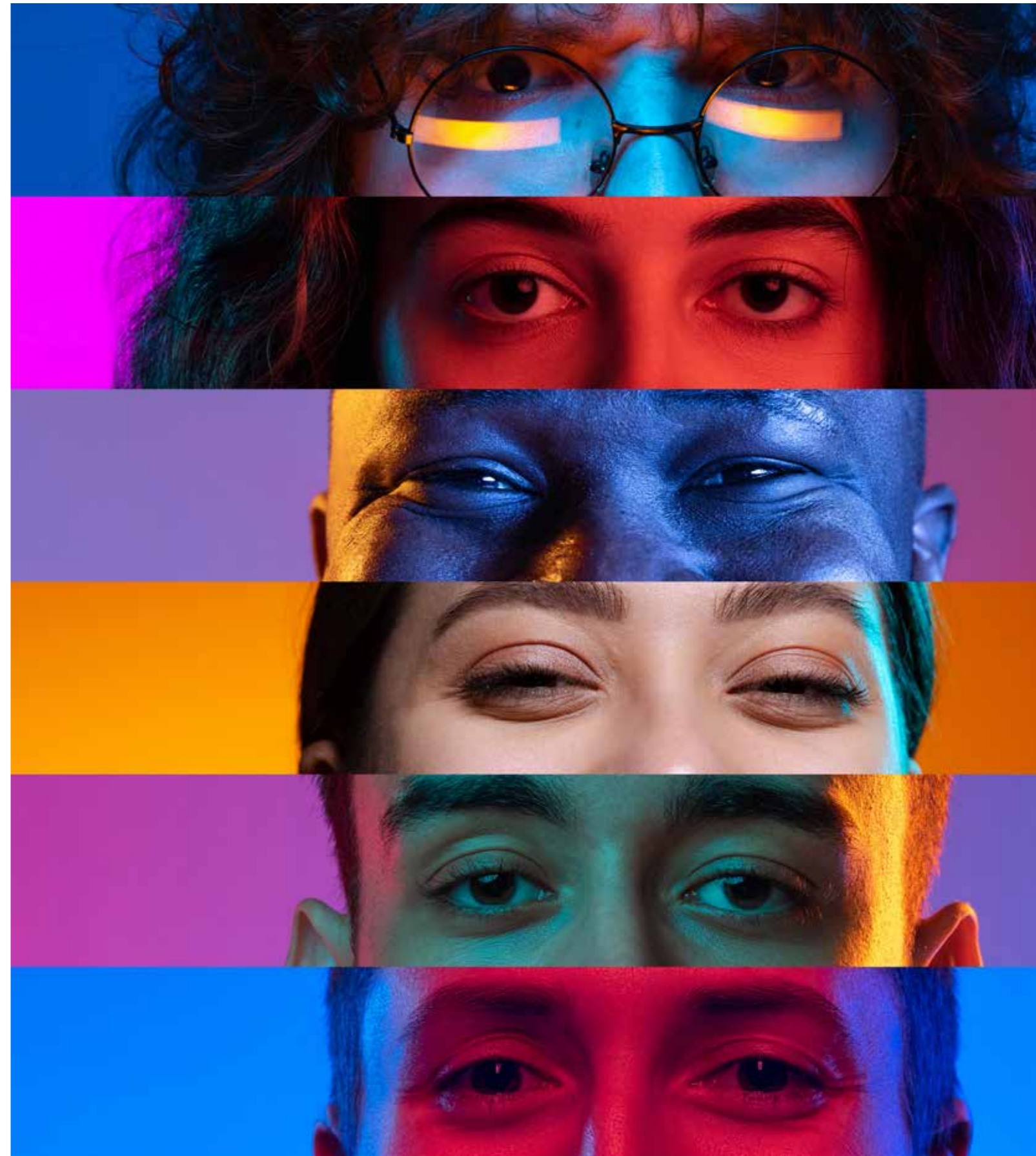


Il Gruppo Almaviva persegue quotidianamente una cultura d'Impresa che si fonda sull'attenzione per le persone, sull'osservanza dei principi etici e sul rispetto di regole condivise. Gli aspetti dell'organizzazione aziendale afferenti alla sfera sociale, dalla sicurezza sul lavoro alla tutela dei diritti umani, fino alla diversità e alla libertà sindacale, sono monitorati dal Social Performance Team per ciascuna delle Società del Gruppo certificate secondo lo Standard Social Accountability 8000 (SA8000)<sup>1</sup>, standard internazionale di riferimento per la responsabilità sociale, basato su convenzioni internazionali come la Dichiarazione sui diritti umani, la Convenzioni delle Nazioni Unite per i Diritti dei Bambini e le Convenzioni stipulate in seno all'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO). Lo standard viene applicato a tutte le persone di Almaviva, dal personale dipendente ai fornitori,

coinvolgendo tutta la catena del valore in un percorso virtuoso di responsabilità, attraverso il presidio di requisiti specifici relativi a:

1. Lavoro infantile
2. Lavoro forzato e obbligato
3. Salute e sicurezza sul lavoro
4. Libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva
5. Discriminazione
6. Procedure disciplinari
7. Orario di lavoro
8. Retribuzione

Almaviva concretizza la propria responsabilità sociale impegnandosi con determinazione nella tutela e nella valorizzazione delle proprie persone valorizzandone le competenze e stimolandone la crescita, salvaguardandone il benessere fisico e mentale, favorendone l'inclusione e il rispetto delle diversità.

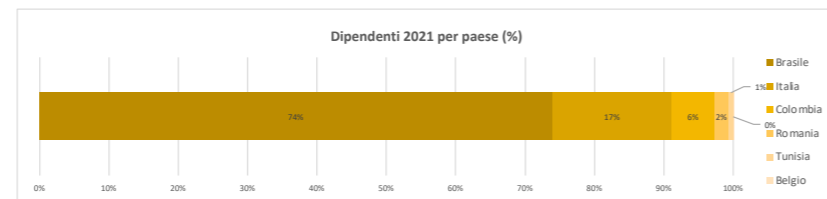


### LA COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

Nel 2021, il Gruppo Almaviva conta un organico di 44.689 lavoratori suddivisi tra dipendenti (44.602) e somministrati (87). Nel 2021 i dipendenti del Gruppo risultano essere in leggera decrescita (-0,4%) rispetto al 2020, ma in aumento dello 0,9 rispetto al 2019. Il 90% del personale lavora in ambito Digital Customer Management, il 9% in ambito Digital Change e lo 0,6% in ambito People-Centered Technologies. L'area di business che è cresciuta maggiormente negli ultimi tre anni è la People-

Centered Technologies, mentre le altre due aree di business presentano valori sostanzialmente stabili, dove le assunzioni vanno a riequilibrare il personale in relazione alle cessazioni.

Circa il 75% del totale del personale è assunto in Brasile, il 17% in Italia e in percentuali minori in Colombia, Romania, Tunisia, Belgio.

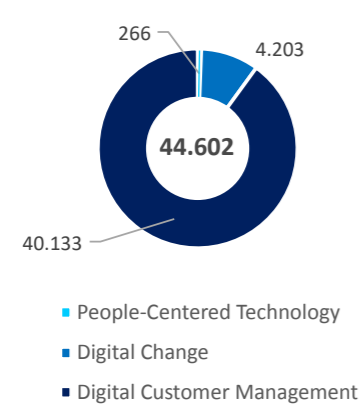


A livello di Gruppo, nel 2021, i contratti di lavoro a tempo indeterminato sono per il 99%, in linea con gli anni precedenti in tutte le aree geografiche, confermando la volontà dell'Azienda di mantenere dei rapporti duraturi con le proprie risorse.

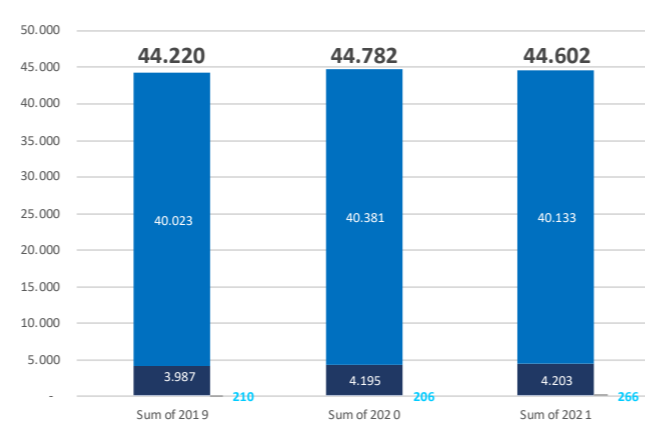
Circa il 70% dei contratti è part-time, di cui il 65% in Brasile, in linea con la tipologia di business e al fine di andare incontro alle esigenze del personale.

Più del 65% della popolazione aziendale è di genere femminile, dato

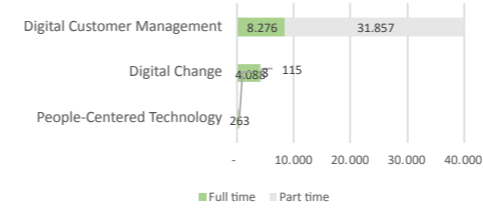
Dipendenti 2021 per area di business (headcount)



Trend dipendenti per area di business (headcount)



Dipendenti 2021 per tipologia di contratto e area di business (headcount)

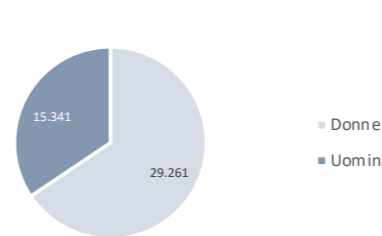


che varia significativamente in base all'area di business. In ambito Digital Customer Management si registra infatti una netta maggioranza di occupazione femminile, nei contesti di Digital Change e la People-Centered Technologies invece la maggior parte della popolazione aziendale è di genere ma-

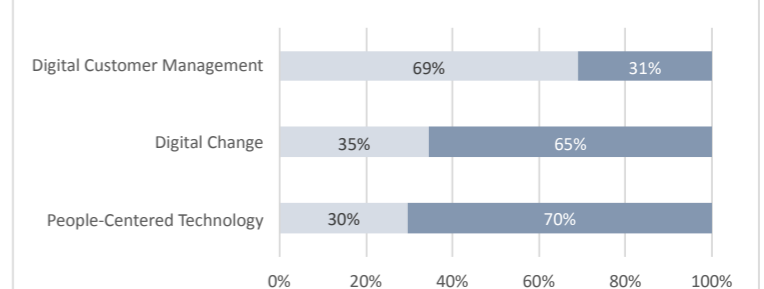
schile. Il dato risulta essere in linea con l'andamento del mercato nei settori IT, caratterizzati da una scarsa presenza di donne laureate in materie STEM. Circa il 45% della popolazione aziendale ha meno di trent'anni, mentre solo il 13% supera i cinquant'anni. Anche in questo caso, il dato che varia significativamente tra le diverse aree di business: mentre l'ambito Digital Customer Management mostra una

forte connotazione giovanile, il personale operativo nei contesti Digital Change e People-Centered Technologies ha tendenzialmente un'età più avanzata. Ciò è principalmente dovuto alle diverse necessità di business: le aree di business Digital Change e People-Centered Technologies, a differenza del Digital Customer Management in quanto altamente specializzati, richiedono infatti un'approfondita conoscenza e una consolidata esperienza nei settori di riferimento.

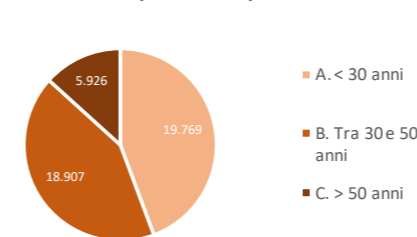
Dipendenti 2021 per genere (headcount)



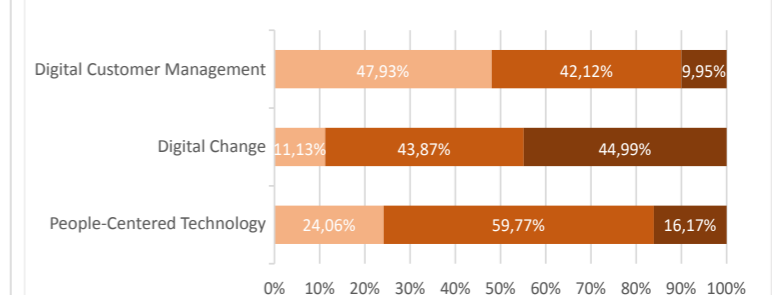
Dipendenti 2021 per genere e area di business (%)



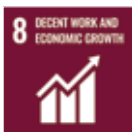
Dipendenti 2021 per fasce d'età (headcount)



Dipendenti 2021 per fascia d'età (%)



# La centralità delle persone



Al fine soddisfare al meglio le esigenze delle proprie persone, il Gruppo adotta un approccio innovativo e people-centered che mira a creare un ambiente di lavoro stimolante e ricettivo rispetto all'evoluzione del contesto esterno.

Almaviva, nel corso del 2021, ha sviluppato la nuova People Strategy 2022 che ha l'obiettivo di rendere centrali le persone che operano nel settore dell'Information Technology, grazie al consolidamento di un ambiente flessibile ed integrato di spazio fisico e digitale guidato da principi indicatori di fiducia e di collaborazione, di autonomia e di responsabilità, orientato all'efficienza e al risultato.

La strategia si basa su cinque pilastri, rispetto ad ognuno dei quali già nel 2021 sono state introdotte diverse misure e soluzioni innovative.

La People Strategy, delineata ad ora prevalentemente in base alle esigenze del personale delle aree di business Digital Change e la People-Centered Technologies, è indice di un'evoluzione comune a tutte le consociate del Gruppo. Anche nell'area di business Digital Customer Management è infatti in atto un processo di riorganizzazione delle modalità lavorative e di valorizzazione della crescita individuale all'interno dell'Azienda, con specifici adattamenti per il diverso contesto.



1

**MODELLO OPERATIVO**

Modello operativo nato dall'ascolto dei dipendenti, dei manager e con il supporto del Politecnico di Milano

2

**SISTEMA GESTIONE COMPETENZE**

Dizionario di 40 competenze e 31 profili professionali che rappresentano la base dei percorsi di sviluppo

3

**PERFORMANCE MANAGEMENT**

Feedback annuale dedicato allo sviluppo di competenze, punti di forza e aree di miglioramento di ciascun dipendente

4

**TOTAL REWARDING**

Processo certo, trasparente, collegato al performance management di attribuzione annuale dei riconoscimenti

5

**CAREER PATH E JOB GRADING**

Architettura riconoscibile di itinerari di carriera per la popolazione IT



# Il Progetto Become: un nuovo modo di lavorare

## 1 MODELLO OPERATIVO

Coinvolgere tutte le persone in una co-costruzione delle modalità di organizzazione del lavoro è evidentemente un passo verso della cultura della responsabilità

L'evento pandemico ha portato ad un'evoluzione delle modalità e della pianificazione delle attività lavorative, dovuta alla necessità di sviluppare nuove soluzioni organizzative efficaci, nel rispetto delle disposizioni previste dallo stato emergenziale. La modalità di lavoro da remoto, oltre a funzionare come modello operativo, si è rivelata essere molto apprezzata dai dipendenti anche al termine del periodo di pandemia.





Per rispondere a tale sfida, il Gruppo Almaviva ha dato ascolto alle proprie persone, e rendendole protagoniste dell'evoluzione del contesto: è stata lanciata un'idea di modello che ha visto il coinvolgimento dei dipendenti per valutare il grado di apprezzamento dello smart working.

Il progetto, denominato Become, ha preso l'avvio nel corso del 2021 come pilota nelle aree di business Digital Change e la People-Centered Technologies, con lo scopo di implementare un modello di lavoro ibrido, continuativo nel tempo e sempre più conforme alle esigenze delle persone, ripensando modalità di lavoro e spazi. Almaviva ha finanziato il progetto in Italia nelle aree di business pilota con un investimento di circa 4,3 milioni di euro nel 2021 (addizionali rispetto al 2020) e prevede l'erogazione di ulteriori 4,2 milioni di euro nel 2022.

Il nuovo modello organizzativo ha tenuto conto sia delle preferenze dei dipendenti che del credo aziendale, secondo cui per poter creare relazioni di lavoro stabili e solide nel tempo è importante conservare momenti dedicati alle relazioni umane tra i dipendenti. Il modello, delineato secondo la logica dell'hybrid smart working, prevede dunque la presenza in sede per il 50% del tempo e per il restante 50% il lavoro da remoto, anche in mobilità. Questo concetto costituisce un'evoluzione del concetto di telelavoro<sup>1</sup>, in quanto ai lavoratori è permesso svolgere la prestazione lavorativa in luoghi diversi dalle proprie abitazioni. Questa nuova modalità lavorativa favorisce la conciliazione tra lavoro e vita privata dei dipendenti, ne valorizza l'apporto individuale e incoraggia lo sviluppo di rapporti di fiducia tra i colleghi. In aggiunta, le diverse modalità di lavoro, oltre a minimizzare i rischi legati a salute e sicurezza, impattano positivamente anche sull'ambiente, diminuendo in particolare il numero di spostamenti. Rispetto ai rischi che potrebbero verificarsi, al fine di garantire la sicurezza dei dati e la continuità delle attività pianificate, ai dipendenti vengono assegnati in dotazione strumenti, dispositivi e connettività mobile innovativi e all'avanguardia.



← SEGUE

|                                 | <br><b>MODELLO ORGANIZZATIVO</b>                                                                                                                                                                                                      | <br><b>FLESSIBILITÀ</b>                                                                                                                                                                                         | <br><b>DOTAZIONI TECNOLOGICHE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <br><b>RICONFIGURAZIONE DEGLI EDIFICI</b>                                                                                                                              |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Descrizione</b>              | Un modello organizzativo che valorizzi l'apporto individuale ai risultati aziendali, guidato da principi di fiducia, collaborazione, autonomia, responsabilità e orientato all'efficienza                                                                                                                              | Flessibilità e autonomia rispetto alla scelta di orari e luoghi di lavoro, collegate ad una piena responsabilizzazione su obiettivi e risultati                                                                                                                                                  | Dotazioni tecnologiche innovative e all'avanguardia fornite a ciascun dipendente che garantiscano efficienza e sicurezza dei dati                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Riconfigurazione degli spazi in relazione alle esigenze di sicurezza e in base alle particolari necessità delle diverse funzioni aziendali                                                                                                                |
| <b>Iniziative</b>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>Hybrid smart working, che prevede una presenza in sede e a rotazione del 50% delle persone</li> <li>Collaborazione e comunicazione potenziate attraverso nuovi strumenti</li> </ul>                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Ambiente integrato di spazio fisico e digitale</li> <li>Favorire la collaborazione e il benessere organizzativo</li> <li>Conciliazione di lavoro e vita privata</li> </ul>                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sostituzione di tutti i pc desktop con portatili e fornitura ai dipendenti che ne erano sprovvisti</li> <li>Smartphone e SIM aziendali sicuri e interconnessi</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>Right sizing e riassetto dello spazio</li> <li>Workplace prenotabili via App</li> <li>Regole e linee guida di precauzione e prevenzione</li> <li>Superamento del concetto di postazione fissa assegnata</li> </ul> |
| <b>Impatto su sostenibilità</b> | <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="background-color: #f4a460; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">PERSONE</div> <div style="background-color: #f4a460; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">TRANSIZ. DIGITALE RESPONSABILE</div> </div> | <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="background-color: #f4a460; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">PERSONE</div> <div style="background-color: #00c853; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">AMBIENTE</div> </div> | <div style="display: flex; flex-direction: column; gap: 5px;"> <div style="background-color: #00c853; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">GOVERNANCE</div> <div style="background-color: #f4a460; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">TRANSIZ. DIGITALE RESPONSABILE</div> <div style="background-color: #00c853; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">AMBIENTE</div> </div> | <div style="background-color: #00c853; border-radius: 10px; padding: 5px; text-align: center;">AMBIENTE</div>                                                                                                                                             |
| <b>Benefici</b>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>Sviluppare rapporti lavorativi basati sulla fiducia, collaborazione e autonomia</li> <li>Valorizzazione delle persone</li> <li>Incremento dell'efficienza</li> </ul>                                                                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>Riduzione dei consumi energetici e delle emissioni</li> </ul>                                                                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>25% riduzione dell'obsolescenza media delle dotazioni individuali</li> <li>Protezione dei dati e sicurezza garantite da software di protezione e corsi di formazione</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Materiali cartacei differenziati ed avviati all'eliminazione certificata</li> <li>Razionalizzazione, riutilizzo e reimpiego per finalità sociali degli arredi d'ufficio</li> </ul>                                 |



 Focus Brasile

Nonostante il Progetto Become coinvolga attualmente le aree di business Digital Change e la People-Centered Technologies, anche l'area Digital Customer Management garantisce alle proprie persone la possibilità di lavorare da remoto, attraverso un modello di hybrid working compatibile con il diverso contesto operativo. Almaviva do Brasil ha implementato il concetto di SmartOffice, sempre basato sul modello lavorativo ibrido con uno spazio flessibile e moderno, che consente al 100% degli operatori di lavorare da un Home Office potenziato attraverso l'utilizzo di Virtual Desktop Infrastructure e di avere la possibilità di lavorare in loco presso il sito indicato tra le 2 e le 3 volte al mese.

# Supporto alla crescita e valorizzazione delle persone



Almaviva si impegna a valorizzare le potenzialità delle proprie persone e a creare un ambiente di lavoro in grado di attirare e sviluppare talenti attraverso percorsi formativi, strumenti di gestione delle competenze, meccanismi di valutazione delle performance e di attribuzione di riconoscimenti che valorizzino le peculiarità di ciascuno.

La formazione rappresenta in questo senso una leva strategica in quanto abilita la crescita individuale delle persone, nonché dell'organizzazione complessiva. Di conseguenza, Almaviva garantisce alle proprie persone l'opportunità di seguire percorsi di apprendimento diversificati e stimolanti in grado di accrescerne l'autostima e la motivazione.

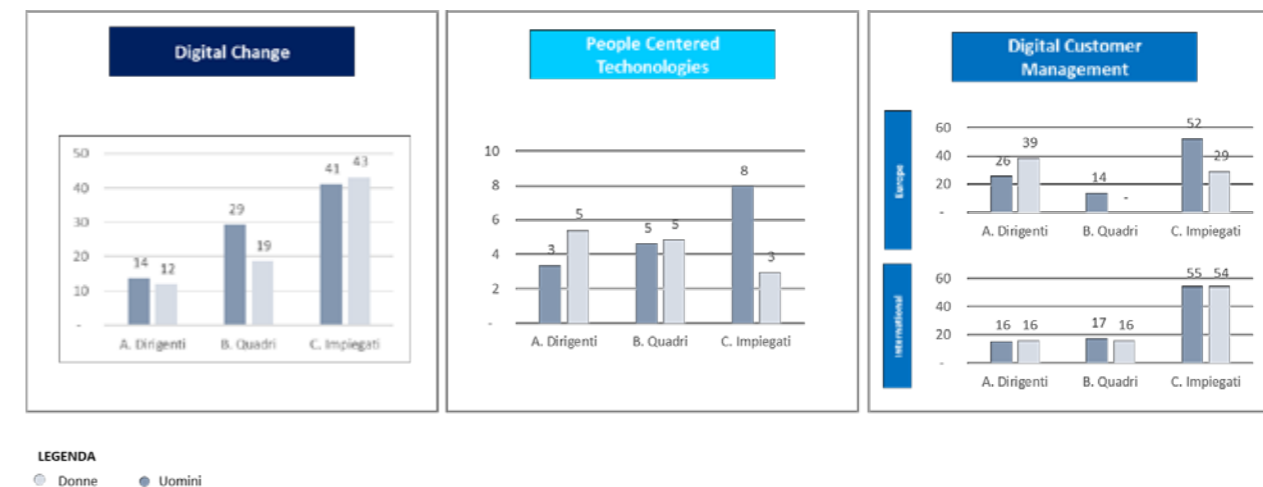
Nel corso del 2021 sono state erogate complessivamente oltre 2 milioni di ore di formazione, in aumento del 2% rispetto al 2020. Le ore medie erogate per dipendente nel 2021 risultano essere pari a 51 ore, confermando un trend complessivo crescente rispetto agli ultimi anni (+17% rispetto al 2019

e +3% rispetto al 2020).

L'indicatore delle ore medie di formazione per dipendente risulta generalmente più alto nella categoria di lavoratori degli Impiegati. Inoltre, i valori variano in base all'area di business. In ambito Digital Customer Management si registrano le ore medie più elevate, dovute alla considerevole presenza di giovani under 30 in organico e nelle assunzioni, nonché alla necessità di costante aggiornamento delle conoscenze riguardo ai diversi clienti gestiti, e ai relativi prodotti e servizi. Anche nell'area di business Digital Change si registrano livelli di ore medie elevati in linea con la continua evoluzione del settore, mentre nel contesto la People-Centered Technologies la situazione del 2021 risulta peculiare e in diminuzione rispetto all'anno precedente, sia a causa di difficoltà organizzative che alla necessità di limitare l'interazione virtuale, considerato che la formazione si è dovuta svolgere interamente in modalità on-line.

Tra le attività di formazione sono

Ore medie di formazione erogate nel 2021 per categoria di lavoratori e aree di business



LEGENDA  
● Donne ● Uomini

compresi gli aggiornamenti sulle tematiche di sostenibilità, tra cui approfondimenti sulle tematiche relative alle certificazioni ambientali e ai diritti umani.

Vista la rapida evoluzione del contesto di mercato nei comparti Digital Change e la People-Centered Technologies nelle aziende operanti in Italia, Almaviva ha avviato, con il benestare delle organizzazioni tramite la sottoscrizione di un accordo sindacale, il Fondo Nuove Competenze. Lo strumento ha il fine di adeguare le competenze interne all'Azienda alle innovazioni organizzative, tecnologiche e di processo che sono state attuate in risposta alle mutate esigenze dell'impresa nel corso degli ultimi anni. Ciò avviene grazie all'implementazione di piani formativi atti a garantire ai lavoratori l'acquisizione effettiva di competenze coerenti con il piano di trasformazione aziendale. I corsi erogati quest'anno hanno permesso l'acquisizione di conoscenze tecniche e digitali, con particolare riferimento alla gestio-

ne delle attività lavorative in modalità agile e all'utilizzo di nuovi strumenti di lavoro ad oltre 400 persone.

Nel framework della People Strategy, il Gruppo Almaviva Italia si impegna a supportare lo sviluppo dei propri talenti, offrendo loro opportunità di crescita professionale e valorizzandone le capacità individuali. A questo scopo, Almaviva aveva già avviato nel 2020 un Sistema di Gestione Competenze, ovvero un Dizionario delle Competenze ed una prima architettura di Profili Professionali Standard, rispetto ai quali delineare percorsi di sviluppo professionale e di carriera. Il progetto si è ispirato alle più accreditate metodologie internazionali di certificazione delle competenze relative al settore IT ed è stato personalizzato rispetto alle peculiarità del contesto Almaviva, grazie al coinvolgimento di sei gruppi di lavoro composti da lavoratori individuati come referenti dei vari profili considerati.





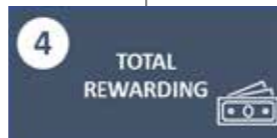
Ad oggi, la popolazione dell'area di business Digital Change dispone di un dizionario di 40 competenze tecniche, trasversale per tutti i profili professionali e di un'architettura di 31 Profili Professionali Standard a cui sono riconducibili tutte le persone che svolgono attività nel settore IT. Il progetto permette all'Azienda di definire al meglio gli skill gap, orientando con oggettività le strategie di investimento e facilitando il processo di staffing nei progetti a garanzia di una allocazione dei costi interni ed esterni efficace e coerente. Al contempo, facilita manager e dipendenti nei processi di riconoscimento e acquisizione delle competenze attese in riferimento al proprio profilo. Il Sistema, che ad oggi coinvolge solo i mestieri IT, verrà esteso entro la fine dell'anno 2022 anche alle Funzioni di Governance/ Corporate e Staff.

sabile e collaboratore, dal quale, grazie ad un dialogo aperto, possono emergere suggerimenti e considerazioni volti al miglioramento continuo

Per il 2022, il Gruppo Almaviva Italia si prefigge di sviluppare itinerari di carriera dinamici per le aree di business Digital Change e la People-Centered Technologies, che spazino tra i diversi ruoli e fasce di seniority, stimolando il coinvolgimento, la motivazione e la crescita delle competenze delle proprie persone. Al contempo, ha realizzato un processo di gestione dei riconoscimenti trasparente, riconoscibile e certo le cui linee guida sono state rappresentate e condivise con tutto il management aziendale, che si è basato anche sui risultati evidenziati dal meccanismo di Performance Management.

Anche le consociate operanti nelle aree di business Digital Customer Management e della People-Centered Technologies (che non rientrano ancora completamente nel perimetro della People Strategy 2022), sulla base delle diverse realtà di riferimento, implementano diverse misure volte a garantire la crescita e la motivazione delle proprie persone.

Nel contesto del Digital Customer Management, Almaviva dispone di un



Inoltre, nel corso del 2021 è stato avviato il Sistema di Performance Management, che fornisce ai collaboratori preziosi consigli e riscontri in merito a competenze, punti di forza e aree di miglioramento. Il resto della popolazione aziendale viene valutata in base ad obiettivi qualitativi. In questo caso, le valutazioni sono omnicomprendenti, in quanto riguardano sia aspetti tecnici sia le soft skills, e sono oggetto di colloquio tra respon-

l'elevata stabilità dei gruppi di lavoro e si serve di strumenti di crescita e coinvolgimento che motivino le proprie persone, tra cui un sistema di valutazione delle performance con cadenza semestrale, meccanismi di job-rotation e di assegnazione di obiettivi a bacini di key-people.



Focus Brasile

Allo stesso scopo, nel corso del 2021 Almaviva do Brasil ha investito in una logica make, premiando le proprie persone, attraverso l'allocazione prevalentemente interna delle nuove posizioni di leadership. A tal proposito il Gruppo ha investito nella formazione dei leader per mezzo dell'Accademia dei leader e di programmi di mentoring volti all'accelerazione delle competenze di specifiche categorie di minoranze per facilitare la loro integrazione e mobilità all'interno dell'Azienda. Inoltre, Almaviva do Brasil ha eseguito un processo di diagnosi e mappatura dei propri profili al fine di determinare le attività e le capacità richieste nei vari ruoli. Lo svolgimento di queste attività ha portato ad un maggiore grado di motivazione e soddisfazione dei dipendenti a cui vengono assegnate attività compatibili con le loro competenze. Infine, credendo fortemente nella crescita delle persone, in linea con le esigenze del business, Almaviva do Brasil fornisce loro sconti presso università e corsi di lingue straniere.

Anche Almacontact SAS oltre a ricercare nuove competenze all'esterno, dedica impegno all'investimento sulle proprie risorse attuando programmi

volti a rafforzare le loro competenze e favorendone la mobilità all'interno dell'Azienda. Per i collaboratori già inseriti in ambito lavorativo che hanno dimostrato impegno e talento, vengono infatti delineati piani di carriera che prevedono che le persone selezionate possano accedere a percorsi di formazione volti all'apprendimento delle skills necessarie per gestire responsabilità sempre maggiori. Anche in caso di transizione lavorativa il collaboratore può accedere a strumenti e spazi di interazione che facilitano il processo di adattamento al nuovo ruolo.

Similmente nel contesto del settore la People-Centered Technologies, Almaviva incentra lo sviluppo delle competenze su tre pilastri: formazione, valutazione delle prestazioni e incentivazione. Dal 2019 ha avviato un progetto di incentivazione delle performance basato sull'assegnazione di obiettivi tecnici legati alla prestazione individuale parametrata rispetto alle competenze da raggiungere nel corso dell'anno. Inoltre, ha implementato il processo di valutazione delle prestazioni definito a livello di Gruppo Almaviva, che si svolge con cadenza annuale e coinvolge direttamente tutti i dipendenti. Almaviva ha inoltre riconfermato il proprio impegno nell'iniziativa di Knowledge Management, attività che incentiva lo scambio informale del «sapere» aziendale tra dipendenti e consiste nello svolgimento di riunioni informali tra gruppi di lavoro, con cadenza mensile, per condividere le best practices emerse dai progetti.

# Attrazione dei migliori talenti



Oltre stimolare la crescita delle proprie persone tramite la formazione, il Gruppo Almaviva ricerca all'esterno competenze utili per continuare ad innovarsi e migliorarsi. A tal fine, nel corso del 2021 sono state lanciate diverse campagne di comunicazione destinate a potenziali candidati sia tramite LinkedIn che su Instagram, con target i ragazzi molto giovani. Il Gruppo Almaviva crede infatti fortemente nei giovani e nel valore formativo delle istituzioni scolastiche e accademiche, con cui mantiene intense e continuative collaborazioni.

In riferimento alle assunzioni del 2021, l'area di business che ha il valore maggiore è il Digital Customer Management, in cui si registrano 25.592 nuove assunzioni (con alta concentrazione in Brasile), principalmente di genere femminile e nella fascia d'età sotto i 30 anni. Nei contesti Digital Change e People-Centered Technologies, invece, gli assunti sono prevalentemente uomini, della fascia d'età tra i 30 e 50 anni, localizzati in Italia.

## ASSUNZIONI 2021 PER GENERE, FASCE D'ETÀ E PAESE (HEADCOUNT)

Nel corso dell'anno di rendicontazione, l'area di business Digital Change operante in Italia ha preso parte a molteplici progetti che hanno permesso di diffondere verso l'esterno i valori che contraddistinguono la cultura innovativa e gli obiettivi di sviluppo aziendale del Gruppo Almaviva, con l'intento di coinvolgere nuove persone in percorsi di crescita professionale e personale.

Dal 2014, le Società italiane del Gruppo operanti nel settore Digital Change hanno preso parte al Progetto "Alternanza Scuola-Lavoro" a cui nel corso degli anni hanno partecipato oltre 250 studenti, 30 dei quali sono stati assunti dopo l'ottenimento del diploma. Almaviva ha dedicato al Progetto Alternanza Scuola-Lavoro mezzi tecnologici ad alto contenuto innovativo ed esperti estremamente qualificati che hanno aiutato i ragazzi a consolidare e arricchire le loro competenze specifiche e trasversali, elaborando progetti innovativi.



Inoltre, dal 2019, le stesse persone aderiscono al Progetto “Sistema Scuola Impresa”, in collaborazione con 30 altre aziende italiane aderenti al Consorzio ELIS<sup>1</sup> con l'obiettivo di guidare le istituzioni scolastiche nel processo di trasformazione culturale e nell'adeguamento dei programmi formativi ai rapidi cambiamenti che caratterizzano il mondo lavorativo. Il progetto prevede incontri formativi e di orientamento al lavoro che favoriscono il dialogo e la collaborazione tra mondo della scuola e mondo dell'impresa.

Sempre dal 2019, sono state attivate le Academy, percorsi di formazione e inserimento riservati a neolaureati under 30. Alle risorse, che vengono selezionate tra profili provenienti da percorsi STEM (Science, Technology, Engineering, and Mathematics), viene data l'opportunità di seguire sei settimane di formazione su tematiche concordate tra Almaviva e le Società con cui collabora. Ad esempio, nel caso di Moova Academy\_ A Talent Revolution, un programma di formazione sviluppato in collaborazione con Moova, i giovani laureati e laureandi hanno avuto l'opportunità di apprendere conoscenze relative ai trend di innovazione tecnologica nel settore della mobilità integrata e a temi attuali come le città del futuro, il trasporto green e la sicurezza dei terminal hubs.

Nel corso del 2021, il Gruppo ha anche partecipato a molteplici occasioni di confronto con i giovani attraverso:

- partecipazione periodica ad eventi aventi ad oggetto incontri con laureati e laureandi per attività di job placement e recruiting;
- interventi di esperti aziendali presso le università per approfondimenti su argomenti tecnici di settore;
- collaborazioni con scuole e istituti universitari alla realizzazione di progetti, tra cui: *Collaborazione con l'Università degli Studi di Napoli Federico II* per la realizzazione del Polo di Eccellenza Smart Mobility & Logistics per una mobilità sostenibile; *Collaborazione con la School of Management del PoliMI* su una serie di programmi di Ricerca curati dagli Osservatori Digital Innovation; *Collaborazione con l'ITIS Armellini di Roma* nell'ambito del Progetto “StaySecure: come controllare velocemente il Green Pass” per il quale l'istituto ha ricevuto una menzione speciale. Già nel 2020 le due realtà avevano collaborato alla realizzazione del progetto “La palestra del futuro”, per il quale l'ITIS era stato premiato con la vittoria del Premio Nazionale sull'Innovazione Digitale 2020.

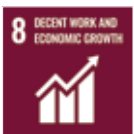
Anche l'area di business People-Centered Technologies ha continuato a favorire l'inserimento in Azienda di giovani talenti pur concentrandosi maggiormente nella ricerca e nell'inserimento di figure senior, con le

competenze tecnologiche necessarie per affrontare le sfide di un mercato innovativo e competitivo; per tale ragione il 64% dei nuovi ingressi è tra i 30 e i 50 anni. Al fine di selezionare i migliori talenti, Almawave persegue un percorso di recruitment che si avvale di molteplici canali, una volta assunti i profili selezionati, Almawave implementa una procedura di on-boarding strutturata che, in linea con le linee guida definite a livello di Gruppo, prevede tre fasi: accoglienza in sede, assegnazione del tutor e inserimento in azienda.

Nondimeno, Almawave ha partecipato a diverse iniziative volte a supportare l'acquisizione di competenze da parte di giovani talenti. Tra queste, in collaborazione con il Consorzio ELIS ha collaborato alla formazione e all'accrescimento delle competenze dei talenti STEM e alla realizzazione delle Academy, grazie alle quali sono stati assunti 10 under 30. Sempre nel 2021 è stata portata avanti l'ideazione del “Liceo TRED”, una sperimentazione di liceo quadriennale per la transizione ecologica e digitale, per formare i giovani sulle competenze richieste in futuro, contrastando la povertà educativa e la dispersione scolastica e sostenendo l'orientamento alle discipline scientifiche. Il progetto sarà avviato nel corso del 2022 fino ai prossimi quattro anni e vedrà coinvolte 27 scuole distribuite in tutto il territorio nazionale.



# Cura del benessere



Il Gruppo Almaviva ritiene che le persone siano i principali artefici del cambiamento nonché l'elemento identificativo in un mercato sempre più competitivo. Pertanto, la cura del loro benessere è un obiettivo di primaria importanza, al quale il Gruppo si dedica quotidianamente. Il Gruppo Almaviva Italia intrattiene con le sue persone una comunicazione continua volta all'ascolto di osservazioni e suggerimenti al fine di meglio comprenderne le esigenze e, per quanto possibile, di soddisfarle. Alla luce degli stimoli ricevuti dai lavoratori nel corso dell'anno, il Piano di Welfare previsto da Almaviva è stato declinato nelle seguenti macroaree:



Tutti i lavoratori del Gruppo dell'area di Business Digital Change possono usufruire dell'assistenza sanitaria integrativa "Metasalute" a carico aziendale, di una polizza infortuni professionale ed extra professionale, del rimborso spese mediche Assidai e della polizza Kasko. Qualora il lavoratore dovesse trovarsi all'estero, Almaviva si fa carico di una policy Worldwide dedicata. Inoltre, i dirigenti beneficiano di una polizza vita nonché di una polizza infortuni professionali ed extra professionali.

I lavoratori possono anche accedere ad un portale co-branded che riporta il quadro completo di convenzioni, sconti e offerte. Per i dipendenti con CCNL Metalmeccanico sono anche previsti dei voucher aziendali a titolo di flexible benefits.

A seguito di un confronto con la popolazione dalla quale è emerso un rilevante grado di apprezzamento della modalità di smart-working, Almaviva ha sviluppato un modello lavorativo ibrido che implica maggiore flessibilità nell'orario lavorativo giornaliero e ha siglato un'intesa che legittima il diritto alla disconnessione.

Dalla collaborazione tra Almaviva e AIDA (Associazione Italiana Dipendenti Gruppo Almaviva) è nata la sezione intranet PER NOI che prevede spazi fisici e online per la promozione

di attività ludiche, sociali, sportive e culturali accessibili a tutti i dipendenti. Al fine di promuovere socialità e benessere allo stesso tempo, nel corso degli anni le Cup di sci, vela, calcio, tennis, padel e beach volley hanno riscosso un successo tale da diventare un appuntamento fisso. A causa della pandemia, negli ultimi anni le iniziative in presenza sono state sospese, tuttavia il Gruppo non ha rinunciato a stimolare le proprie persone ad uno stile di vita sano mettendo a disposizione abbonamenti a corsi di sport online.

Concreto, trasparente e inclusivo, PER NOI è aperto al contributo di tutti i dipendenti: fra le proposte, vengono selezionate quelle che meglio traggono un target ampio ed eterogeneo. Tra le attività promosse: yoga, tai chi e, in generale le attività sportive che lavorano sulla postura e sul controllo del respiro, favorendo il rilassamento e la concentrazione. Sempre in un'ottica di miglioramento delle tecniche posturali e di respirazione, dal 2019 è attivo InCanto, il coro polifonico del Gruppo Almaviva. Anche queste attività sono state portate avanti nel corso del 2021, compatibilmente con le misure di prevenzione e precauzione.

Infine, dalla collaborazione tra Almaviva e ASPHI (fondazione onlus, il cui acronimo "Avviamento e Svi-

luppo di Progetti per ridurre l'Handicap mediante l'Informatica"), è nata la piattaforma ABCCare: "Sportello delle fragilità", grazie alla quale i dipendenti possono accedere ad un'ampia documentazione multimediale di supporto a familiari e caregiver di persone fragili. Dal 2021 è stato attivato il servizio "Chiedi all'esperto", uno sportello informativo onezone sul tema delle fragilità che, in collaborazione con ASPHI Onlus, permette ai dipendenti di chiedere consigli relativi alle proprie specifiche situazioni.

In ottica futura, il Gruppo sta lavorando ad un'iniziativa di welfare aziendale relativa alla mobilità sostenibile. A tal fine, i 6.500 dipendenti del Gruppo Almaviva, delle sedi di Milano, Segrate, Torino, Padova, Roma, Napoli, Cosenza, Palermo, Catania sono stati coinvolti in una survey sulla mobilità sostenibile per comprenderne meglio le necessità, i risultati verranno implementati all'interno del Piano spostamento casa-lavoro 2022 delineato per offrire loro soluzioni di trasporto alternative.

Entrando nel merito dei benefit integrativi previsti dalle singole aziende, Wedoo ha istituito un orario flessibile, con ingresso dalle 8:00 alle 10:00, pausa pranzo di minimo un'ora e massimo due, e uscita di conseguenza, per agevolare le necessità familiari dei

dipendenti. Inoltre, in struttura sono presenti diversi spazi di aggregazione, tra cui un campo di calcetto e una cucina per condividere momenti di interazione sociale. L'Azienda sta adottando anche una condotta pet-friendly, permettendo dunque ai dipendenti di recarsi a lavoro con il proprio animale domestico e agevolando quindi le situazioni di difficoltà nella gestione degli animali da compagnia.

In ambito Digital Customer Management, nella convinzione che il miglioramento della produttività sia strettamente legato al coinvolgimento dei dipendenti attraverso la cura della persona, Almaviva do Brasil ha stretto partnership per il benessere e la cura della salute dei propri dipendenti. Tra queste, l'Azienda ha formalizzato una partnership con Gympass, che offre ai dipendenti assistenza professionale per lo svolgimento di attività fisica e per la cura della salute attraverso l'alimentazione e il benessere mentale.

Sempre nell'area di business Digital Customer Management, vista la tipologia di attività tipica dell'azienda, Almaviva Tunisie considera il benessere dei dipendenti strettamente legato al contenimento dello stress lavorativo. Al fine di stimolare un'organizzazione del lavoro che faciliti il raggiungimento del work-life balance, nel corso del 2021 sono state intraprese iniziative di formazione dei leader sulla gestione efficiente delle risorse. Inoltre, le persone possono accedere all'assistenza di uno psicologo specializzato nella gestione dello stress e, per evitarne l'accumulo, viene incoraggiata l'organizzazione di pause lavorative ogni 2 ore ed ogni 4 ore.



# Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro



Il Gruppo Almaviva promuove la cultura della sicurezza fondata sulla prevenzione implementando una gestione del rischio integrata ai processi aziendali e ponendo in atto opportune azioni atte a prevenire o mitigare le possibili conseguenze. La Politica per la Salute e Sicurezza sul Lavoro è infatti parte della Politica integrata del Gruppo Almaviva e viene declinata tramite il Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro ("SGSSL") che, in linea con la Certificazione ISO 45001<sup>1</sup>, stabilisce i principi ed individua gli strumenti idonei a garantire la salute e sicurezza dei lavoratori all'interno del luogo di lavoro, in ragione dell'attività lavorativa da essi svolta.

Per il perimetro italiano, gli obiettivi di salute e sicurezza sono integrati nel sistema di Gestione della Salute e Sicurezza sul Lavoro mediante la definizione di una struttura organizzativa dedicata: ruoli, responsabilità, procedure, processi e risorse necessarie per l'attuazione dei principi enunciati nella Politica del Gruppo Almaviva.

L'implementazione tiene conto del fatto che le attività svolte nelle aziende del Gruppo Almaviva, salvo limitate eccezioni, sono di natura intellettuale e tipicamente d'ufficio e,

pertanto, a basso rischio. La funzione Salute e Sicurezza presidia il tema per tutto il Gruppo Almaviva, (ad esclusione di Wedoo), dando sostanza ai valori della consapevolezza, conoscenza, condivisione e collaborazione

Alla luce del framework di riferimento, è costante l'impegno a:

- monitorare continuamente la salute e la sicurezza dei lavoratori all'interno dei luoghi di lavoro e nello svolgimento della prestazione lavorativa;
- esercitare la sorveglianza sanitaria al fine di prevenire l'insorgere di malattie professionali;
- analizzare i rischi ed individuare le opportunità di miglioramento;
- assicurare la formazione, il coinvolgimento e la consapevolezza dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro.

Al fine di identificare i pericoli connessi all'attività lavorativa e valutare i rischi in modo sistematico e non sistematico, vengono utilizzati diversi strumenti: sopralluoghi periodici degli ambienti di lavoro, analisi delle mansioni, approfondimenti delle segnalazioni dei referenti aziendali, dei lavoratori, degli RLS, etc. e analisi degli infortuni e dei quasi infortuni. Inoltre,

viene messa a disposizione dei dipendenti una funzionalità nella intranet aziendale dedicata alla segnalazione di anomalie, situazioni pericolose o infortuni, a cui dal 2021 è stata affiancata anche la procedura di segnalazione dei quasi infortuni<sup>2</sup> mediante apertura di un ticket nel Service Portal. Infine, sono disponibili procedure per la gestione delle emergenze e l'evacuazione dei lavoratori, in ottemperanza agli obblighi di legge.

La qualità di identificazione dei pericoli è garantita grazie al presidio continuo delle normative e degli standard di riferimento e all'istruzione e aggiornamento professionale continuo degli addetti. Una volta individuati i pericoli, laddove possibile, l'impegno è quello di eliminarli alla fonte, riducendo il rischio mediante l'adozione di adeguate misure di prevenzione e protezione. I risultati dei processi di monitoraggio vengono poi periodicamente analizzati al fine di valutare e migliorare continuamente il funzionamento del SGSSL.

Sempre in un'ottica di prevenzione, i lavoratori vengono sottoposti a visite mediche preventive (al momento dell'ingresso in azienda), visite mediche periodiche e/o a richiesta da parte

dei lavoratori, nonché a visite mediche per periodi di assenza superiore a 60 giorni per motivi di salute. L'azienda, che non ha accesso alle cartelle sanitarie dei lavoratori, si attiene ad eventuali prescrizioni e/o limitazioni indicate dal medico competente nel giudizio di idoneità alla mansione.

L'acquisizione delle competenze necessarie relative alla salute e alla sicurezza sul lavoro (SSL) dei lavoratori viene stimolata attraverso l'erogazione della formazione obbligatoria prevista dalla legge e, laddove necessario, attraverso interventi formativi specifici<sup>3</sup>. La formazione è incentrata sulla diffusione a tutti i livelli delle informazioni rilevanti riguardanti la SSL. Tra queste: l'organizzazione aziendale in materia di SSL, i comportamenti appropriati da adottare per lavorare in sicurezza, i comportamenti da adottare in caso di emergenza e agli strumenti di segnalazione ai fini della SSL.

Nel corso dell'anno di rendicontazione i corsi di formazione (base e specifici destinati ai neoassunti, quelli di aggiornamento quinquennale e i corsi relativi alle misure precauzionali contro il Covid-19) sono stati erogati in modalità e-learning e videoconferenza. Inoltre, la intranet aziendale dispo-

---

Monitoraggio

Analisi dei rischi

Sorveglianza sanitaria

Formazione

---





ne di una sezione dedicata alla salute e sicurezza dei lavoratori nella quale vengono pubblicati organigramma sicurezza lavoro, manuali, dispense informative, pillole formative, procedure di emergenza, link a siti istituzionali, etc.

Nel corso dell'anno di rendicontazione si sono verificati complessivamente 169 infortuni relativi ai dipendenti<sup>1</sup>, dalle analisi effettuate il fenomeno infortunistico risulta essere legato essenzialmente agli infortuni in itinere. I pochi infortuni occorsi sul luogo di lavoro non sono stati generati da situazioni di svolgimento di specifiche attività, bensì da situazioni accidentali. L'indice di frequenza degli infortuni totali registrabili (TRIR) e l'indice di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (esclusi i decessi) risultano essere in netta diminuzione rispetto agli anni precedenti mentre l'indice di fatalità è rimasto stabile a o. In particolare, sia l'indice TRIR che l'indice degli infortuni sul lavoro con gravi conseguenze sono diminuiti circa del 40% rispetto all'anno precedente. I dati confermano pertanto l'impegno profuso dal Gruppo Almaviva nell'implementare misure volte al miglioramento continuo del SGSSL.

Le aziende del Gruppo Almaviva

che non hanno un sistema di gestione della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, adottano sistematicamente strumenti di monitoraggio e di gestione della tematica in linea con la politica del Gruppo e con le normative vigenti nel territorio in cui operano. Di seguito si riportano alcune specifiche relative al contesto sudamericano in quanto responsabile della SSL di una rilevante parte del Gruppo Almaviva.

Focus Brasile



Almaviva do Brasil si è dotata di una Politica per la salute e la sicurezza sul lavoro in linea con i principi e le regole del Gruppo, attraverso la quale genera linee guida, processi e flussi per garantire la sicurezza dei propri collaboratori e dei beni materiali. Inoltre, adempiendo ai requisiti dell'ordinanza n. 3.214 dell'8 giugno 1978 del sistema normativo brasiliano, Almaviva do Brasil ha implementato un sistema sanitario di sicurezza. Periodicamente vengono svolte ispezioni delle infrastrutture, valutazioni ambientali, esercitazioni e attività di formazione. Gli esami periodici mirano a ridurre al minimo i rischi per la salute dei dipendenti, i controlli statistici una maggiore sicurezza ed efficacia dei processi. Alla luce dei risultati mensilmente si tengono riunioni con la commissione

interna per la prevenzione degli infortuni, in cui si discutono le azioni da intraprendere in un'ottica di continuous improvement.

Nel corso del 2021 tutti i dipendenti sono stati sottoposti a un processo di formazione sulle linee guida di prevenzione dell'azienda, che si svolge con cadenza semestrale. Inoltre, come ogni anno si è svolta la Settimana interna di prevenzione degli infortuni sul lavoro (SIPAT), in cui vengono affrontati vari temi legati alla sicurezza, alla salute, al comfort e al benessere attraverso campagne educative/interattive. Nonostante, tutti i dipendenti hanno libero accesso al reparto di Medicina del Lavoro per essere assistiti in qualsiasi momento e possono segnalare qualsiasi situazione che possa causare rischi per la salute alla funzione Salute e sicurezza, diventando così parte attiva nel processo di prevenzione. Sempre in un'ottica preventiva, qualora venga evidenziato un infortunio o incidente, viene aperta un'indagine e viene condotto un colloquio approfondito con il dipendente per capire cosa è successo, esaminando anche i dispositivi di sorveglianza aziendale qualora fosse necessario. Sulla base delle informazioni raccolte, viene elaborato un piano d'azione, insieme al Bollettino di allerta

che, in modo confidenziale, informa i collaboratori dell'accaduto perché possano evitare situazioni analoghe.

In Colombia, Almacontact SAS dispone di due politiche in riferimento alla tematica in oggetto che sono socializzate e pubblicate per tutto il personale: la Política de seguridad y salud en el trabajo (Politica di salute e sicurezza sul lavoro) e la Política de prevención al consumo de alcohol, tabaco y drogas (Politica di prevenzione del consumo di alcol, tabacco e droghe). Una prerogativa importante è l'attenzione alla prevenzione e alla formazione del dipendente, sia da un punto di vista teorico che pratico. Oltre alla formazione obbligatoria vengono infatti organizzati dall'area SSL colloqui, incontri, riunioni di gruppo durante i quali vengono organizzate attività di esercizio muscolare o mentale per i dipendenti. Inoltre, vengono stipulati accordi con Enti di Promozione della Salute, i quali durante le Giornate della Salute organizzate da Almacontact SAS effettuano consulenze mediche in loco a lavoratori che ne fanno richiesta. Per la sua aderenza alle normative nazionali in tema di SSL, Almacontact SAS è stata valutata dall'ARL COMENA come conforme al 92% rispetto agli standard minimi applicati dal Ministero del Lavoro.

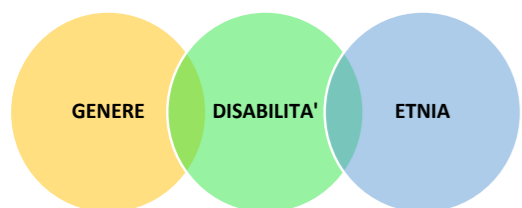
# Contrasto alle discriminazioni di genere

Persone  
4. Inclusion, rispetto e valorizzazione dell'unicità di tutte le persone



## Inclusion, rispetto e valorizzazione dell'unicità di tutte le persone

Come sottoscritto nel Codice Etico del Gruppo, i rapporti aziendali con dipendenti e collaboratori si svolgono nel rispetto dei diritti e della libertà di ciascuno, nonché in linea con i principi fondamentali che affermano pari dignità sociale senza discriminazioni dovute a nazionalità, lingua, sesso, razza, religione, salute, idee politiche e sindacali, rispettando il diritto dei lavoratori alla libertà di associazione. Il Gruppo riconosce e promuove la propria responsabilità nella tutela dei diritti di tutte le persone, applicando in ogni circostanza tali principi e ispirandosi ai più alti standard internazionali. L'impegno coinvolge tutta la catena del valore nel rispetto delle norme locali, nazionali ed internazionali a tutela dei diritti umani. La concretizzazione dei valori di inclusion, rispetto e valorizzazione dell'unicità di tutte le persone si riflette in azioni specifiche, mirate a tutelare in particolare le diversità di genere, disabilità ed etnia.



All'interno del Gruppo Almaviva, in continuità con gli anni precedenti, le donne rappresentano circa il 65% della forza lavoro. Il dato relativo all'uguaglianza di genere varia significativamente in base all'area di business: mentre in ambito Digital Customer Management si registra una netta maggioranza di occupazione femminile (70%), in ambito Digital Change e la People-Centered Technologies la maggior parte della popolazione aziendale è di genere maschile, che risulta essere prevalente di questi mercati, pari rispettivamente al 65% e il 70%.

Dipendenti 2021 per genere, categoria e area di business (% sul totale dei dipendenti)

Il dato risulta essere in linea con le evidenze emerse dall'ultima analisi sulla disparità di genere del World Economic Forum, secondo la quale il settore ICT & Software è da includere tra quelli che presentano le situazioni più critiche in merito alla segregazione delle occupazioni tra i generi: la presenza femminile si attesta infatti solo al 31%<sup>1</sup>. Ad oggi, solo un terzo dei laureati in scienze, tecnologia, ingegneria e matematica è rappresentato da donne e la loro partecipazione lavorativa sembra diminuire con l'età a causa del fenomeno del "leaky pipeline", ovvero l'uscita graduale delle donne man mano che salgono nella scala della carriera. Il Gruppo Almaviva Italia è

consapevole che l'eliminazione delle barriere sociali nei percorsi scolastici e accademici in discipline STEM, la diffusione di una cultura aziendale che valorizzi la diversità, la creazione di una cultura del lavoro più inclusiva e flessibile sono elementi essenziali per ridurre il divario professionale uomo-donna.

Per questi motivi il Gruppo collabora con altre realtà italiane al Progetto Scuola Impresa, volto a sostenere la Scuola nel processo di adeguamento dei piani formativi alle nuove esigenze delle imprese, tra cui l'inclusione femminile in campi lavorativi tradizionalmente a prevalenza maschile. A tal fine, il progetto favorisce il confronto

tra più di 140 professioniste d'Azienda (di cui una decina di Almaviva), con studenti provenienti da 100 scuole italiane. Le ambasciatrici del cambiamento sono professioniste che operano prevalentemente in settori tecnici o tecnologici, appassionate del loro lavoro, energiche e comunicative: donne che, con il loro lavoro, testimoniano che non esistono più lavori per uomini e lavori per donne, ma lavori accessibili a chiunque dotato di curiosità e conoscenze.

Tramite Almwave, nel mese di ottobre 2021, la presenza dell'AD Valeria Sandei al seminario internazionale "Donne, Economia & Potere" ha sottolineato la vicinanza del Gruppo Al-

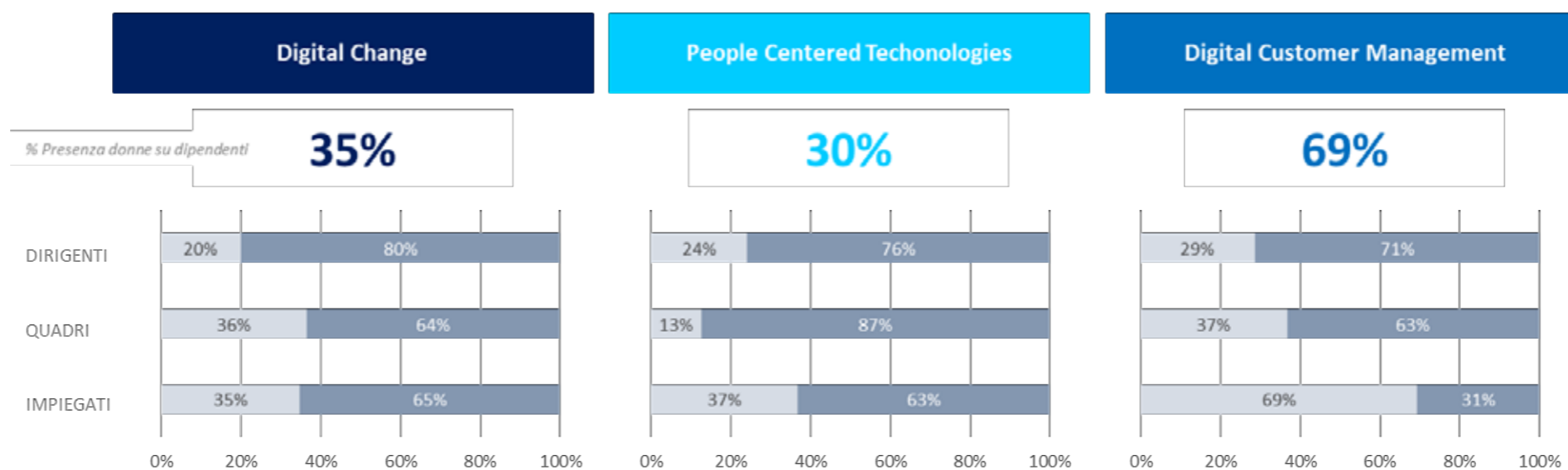
maviva al tema delle pari opportunità. L'evento, organizzato dalla Fondazione Marisa Bellisario è un network di energie e competenze, lobby del merito, rete di dialogo e confronto impegnata a costruire un Paese a misura di donne e di crescita. A conferma dell'impegno a lungo termine nella promozione del talento femminile all'interno dell'Azienda, nei primi mesi del 2022 Almaviva ha maturato l'associazione a Valore D<sup>2</sup>.

L'attenzione del Gruppo al tema delle pari opportunità si riferisce anche agli aspetti relativi al "gender pay gap" su cui l'organizzazione sta svolgendo delle analisi per supportare le riflessioni che andranno a definire le politiche inerenti la gestione degli stipendi e delle retribuzioni.

Oltre al divario tra il genere femminile e maschile, il Gruppo si impegna con costanza e dedizione a rispettare e promuovere i diritti delle comunità LGBTQ+. Tale impegno è di lunga data, già nel 2014 infatti Almaviva SpA concede il congedo matrimoniale per unioni civili, prima tra le aziende in Italia a farlo.

L'attenzione ai diritti delle comunità LGBTQ+ è un impegno che accomuna le Società di tutto il Gruppo, soprattutto se operanti in paesi o contesti difficili e discriminatori nei confronti della comunità. In particolare, che nel corso del 2021, Almaviva Tunisia ha collaborato con l'Associazione Shams, che tutela le persone appartenenti alla comunità LGBTQ+ in Tunisia, per l'assunzione di persone che, a causa della loro identità di genere, vengono ripudiate dalle famiglie e si trovano in condizioni di vita e lavorative particolarmente svantaggiose e talvolta pericolose. Ulteriore esempio di sensibilità nei confronti della comunità LGBTQ+ riguarda il Brasile, dove Almaviva di Brasil ha predisposto la presenza di servizi igienici "neutri" negli uffici, al fine di consentire la massima libertà a tutte le persone.

Focus Brasile



### LEGENDA

● Donne ● Uomini

1. Global Gender Gap Report 2021. Insight Report, World Economic Forum, \*WEF\_GGGR\_2021.pdf (weforum.org)  
2. Valore D è prima associazione di imprese che da più di dieci anni promuove l'equilibrio di genere e una cultura inclusiva per la crescita delle aziende e del paese.

# Supporto alle persone diversamente abili

Ripudiando qualsiasi discriminazione dei diritti e della libertà di ciascun individuo, il Gruppo si mostra particolarmente sensibile a tematiche legate alle disabilità e a condizioni di fragilità, impegnandosi da anni nello sviluppo di nuove tecnologie che possano facilitare la vita delle persone diversamente abili, includendole nel contesto lavorativo e partecipando ad iniziative di promozione e sostegno del loro dritti.

A tal proposito, dal 2019 il Gruppo Almaviva ha aderito al Disability Pride Network, organismo che promuove i diritti civili delle persone con disabilità e ne persegue la piena inclusione sociale. Oltre ad averne sottoscritto la Carta dei Valori, il Gruppo contribuisce attivamente allo sviluppo delle iniziative, prima fra tutte il Pride annuale, dove, ad esempio, le Società del Gruppo Almaviva e Pervoice apportano un contributo concreto tramite le tecnologie di riconoscimento vocale, che accompagnano ogni intervento dell'evento con sottotitoli. La tecnolo-

gia può essere infatti uno strumento importante per abbattere barriere che impediscono inclusione, l'empowerment e l'esercizio dei diritti di persone con disabilità.

Nel migliorare la vita quotidiana delle persone affette da disabilità, l'Azienda riconosce anche il ruolo decisivo dell'inclusione lavorativa, a tal proposito collabora con l'associazione con sindrome di asperger per l'inserimento nell'organico persone affette da tale sindrome al fine di contribuire attivamente ad includerle nel mondo lavorativo.

L'inclusione di persone affette da disabilità sta assumendo un ruolo sempre più delineato all'interno della strategia aziendale. A dimostrazione dell'impegno di Almaviva su questa tematica, nei primi mesi del 2022, è stata nominata una Disability manager, il cui ruolo sarà quello di rafforzare le politiche di inserimento e facilitare la vita aziendale delle persone con disabilità.



# Impegno nell'inclusione della comunità di colore



Percepando tuttora una disparità contestuale nei luoghi in cui operano, le consociate estere Almaviva Contact SAS, Almaviva do Brasil e Almaviva Tunisie implementano diverse misure volte a contrastare la discriminazione verso la comunità di colore.

Almaviva Tunisie ha attuato direttive interne per la discriminazione positiva di persone di colore nelle fasi di selezione volte ad agevolare l'accesso al mercato del lavoro di questa minoranza.

Almavivacontact SAS realizza attività di job fair per promuovere l'inclusione di migranti, comunità LGBTIQ, giovani, persone vulnerabili, e si impegna a coltivare alleanze con ONG e Fondazioni che possiedono database di persone in cerca di lavoro e considerate vulnerabili e inclusive. In collaborazione con la ONG Cuso Internacional Colombia è stata delineata la politica di inclusione di migranti e persone vulnerabili che guida i processi di reclutamento e selezione.

Focus Brasile



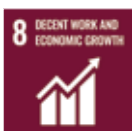
Almaviva do Brasil ha attuato diverse azioni per accelerare la crescita professionale e l'ascesa delle persone di colore all'interno di Almaviva. Dal 2019, Almaviva do Brasil si avvale di un Comitê de atuação exclusiva (Comitato di azione esclusiva), il cui ruolo è quello di sviluppare azioni volte al rafforzamento dei valori aziendali inerenti al rispetto, dell'inclusione, dell'unicità e dell'equità. Il Comitato, composto da dipendenti provenienti da diverse aree e siti dell'azienda, selezionati per la loro rappresentatività, impegno ed esperienza, ha elaborato la Politica di inclusione e diversità che, in linea con quella del Gruppo, stabilisce le linee guida e i principi dell'impegno nella lotta alla discriminazione attraverso realizzazione di pratiche inclusive e l'organizzazione di attività di valorizzazione del tema in azienda.

Tra le iniziative portate avanti nel corso del 2021 si segnalano:

- **Black Tie Mentoring Project:** programma per fornire ai professionisti di colore un pacchetto di accelerazione che consenta lo sviluppo delle competenze, supportando la crescita professionale e l'ascesa all'interno di Almaviva al fine di assumere una posizione dirigenziale. L'accelerazione avviene attraverso un programma di mentoring di tre mesi con la partecipazione di una società di consulenza specializzata: ad ogni persona selezionata viene affiancato un dirigente con esperienza in un determinato settore. Nel 2021 dieci dipendenti di colore hanno potuto prendere parte a questa iniziativa, imparando grazie agli spunti, riflessioni esperienze e conoscenze del proprio mentore

- **Café com Diversidade:** incontri organizzati allo scopo di condividere le azioni e gli obiettivi del Comitato con le persone di Almaviva do Brasil e di raccogliere informazioni sul tema dell'inclusione e della diversità in un'ottica bottom-up, che permette di comprendere al meglio le aree e le modalità di miglioramento prioritarie.

# La catena di fornitura responsabile



In linea con il “Codice Etico e di Condotta” tutte le Società del Gruppo Almagiva sono tenute ad impegnarsi nel rispetto e nella promozione dei diritti umani universali lungo tutta la catena del valore, assicurandosi di non essere, neanche indirettamente, complici negli abusi dei diritti umani.

Nel riconoscere la fondamentale importanza del presidio degli impatti indiretti derivanti dalle proprie relazioni di business, dal 2014 Almagiva è conforme allo standard SA8000, ripudiando qualsiasi forma di lavoro forzato, minorile, condannando ogni forma di sfruttamento dei lavoratori, nonché qualsiasi tipologia di abuso o costrizione psicologica o fisica e garantendo la libertà di associazione e contrattazione collettiva.

In linea con le prescrizioni normative, il Gruppo si impegna a verificare che anche i suoi fornitori aderiscano ai principi dettagliati dello standard SA8000, al fine di gestire responsabilmente la propria catena di fornitura.

La catena di fornitura del Gruppo Almagiva si differenzia in base alle

tipologie di business ed al contesto di riferimento.

Per quanto riguarda le Società italiane delle tre aree di business, le attività di acquisto si riferiscono prevalentemente a servizi informatici erogati da terzi e si riferiscono essenzialmente a: hardware e software di base e middleware per utilizzo interno, servizi di telecomunicazioni mobile e fisse, viaggi, servizi professionali informatici.

A livello Gruppo Almagiva Italia, è prevista una procedura per l'inserimento di un fornitore nell'albo dei fornitori da considerare:

1. nella fase di qualificazione, ai fornitori è richiesta la compilazione di un Questionario relativo alla Social Accountability, alla Sostenibilità Ambientale e all' Efficienza Energetica<sup>1</sup>.
2. nell'interfacciarsi con il Gruppo, il fornitore è tenuto a sottoscrivere il suo impegno Legale, Etico, e Sociale e di aderire al Modello 231 e al Codice Etico del Gruppo Almagiva<sup>2</sup>.

Nel corso dell'anno di rendicontazione, in Italia la percentuale dei nuovi fornitori che sono stati sottoposti a va-



lutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali si attesta al 41%, mostrando una tendenza in miglioramento rispetto all'anno precedente. Rispetto al valore dell'ordinato, la percentuale degli ordini di acquisto verso nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali raggiunge l'88 % contro l'80% dell'anno precedente, dimostrando la volontà del Gruppo di favorire i rapporti di business con i fornitori selezionati rispetto ai criteri ESG.

Un caso particolare è rappresentato da Sadel, ovvero l'unica Azienda manifatturiera del Gruppo che si occupa di sviluppare e produrre le centraline di bordo dei treni. La Società acquista varie tipologie di componentistica, che assembla nella propria sede operativa di Bologna, da tre principali tipologie di fornitori: fornitori di classe 1 (fornitori “core” che svolgono un'attività su specifiche a disegno/custom e conto terzi), di classe 2 (fornitori di servizio e costruttori) e di classe 3 (distributori). Ai fornitori di classe 1 con fatturato maggiore di 20K€, con ragione sociale italiana e che non sono parte

Focus Brasile



del Gruppo Almagiva (fornitori core), è dedicato un processo di qualificazione distinto, nel rispetto dei principi della procedura di Gruppo, mentre le restanti categorie di fornitori vengono gestite in linea con il processo di Gruppo. Collaborando, direttamente ed indirettamente, con i maggiori gruppi internazionali di costruttori dei treni (es.: Hitachi e Alstom), il controllo sulla catena di fornitura è sia sui fornitori a monte, sia sulle attività stesse della Società e la tematica della responsabilità è sempre più fondamentale, tanto da aver dato avvio ad attività come l'adesione ad Ecovadis, piattaforma che valuta la Responsabilità Sociale d'Impresa, gli acquisti sostenibili ed i rischi connessi.

In Brasile è presente un ufficio acquisti dedicato per gestire le richieste delle diverse consociate presenti nel territorio, che riguardano principalmente la fornitura di energia per i siti, i collegamenti per la connettività delle operazioni del cliente, i servizi per le risorse umane, i contratti di locazione dei siti e

le attività legate a investimenti e spese IT. Gli acquisti sono regolati dalla Politica degli acquisti del Gruppo in Brasile, in cui sono indicate le condizioni, il processo e i flussi previsti per tali attività. Attualmente, in Brasile tutti i fornitori risiedono in territorio nazionale.

Nell'ambito della politica degli acquisti, ad ogni fornitore viene richiesto di rilasciare dichiarazioni in merito alla “Politica de Combate à Escravidão Moderna, Trabalho Infantil e Tráfico Humano” (Politica di lotta alla schiavitù moderna, al lavoro minorile e al traffico umano), Política Ambiental (Politica ambientale), Responsabilidade Social, Ambiental e Sustentabilidade (Responsabilità sociale, ambientale e di sostenibilità). Il Manuale del Fornitore afferma chiaramente che i fornitori sono responsabili e riconoscono le linee guida del Patto Globale delle Nazioni Unite e specifica raccomandazioni relative alla responsabilità sociale d'impresa che essi sono tenuti a seguire: i fornitori che sottoscrivono il modulo di registrazione sono dunque consapevoli di dover rispettare tali impegni.

# 5

## Ambiente

# Il Gruppo Almaviva per la sostenibilità

5 Ambiente



Almaviva ha fatto propri i principi di tutela ambientale ed efficienza energetica derivanti dagli standard internazionali ISO14001, ISO50001 ed ISO14064, coerentemente con quanto sancito nel Codice Etico e nella politica del Gruppo Almaviva e diffonde le best practice a tutte le aziende del Gruppo.

Il Gruppo Almaviva si avvale di un approccio trasversale ad ogni attività riguardante sia lo sviluppo e l'offerta di prodotti e servizi tecnologici che supportino i clienti nella transizione ecologica, sia la gestione ambientale interna dell'organizzazione, finalizzata all'uso efficiente delle tecnologie dell'informazione, in ottica di riduzione degli impatti sulle risorse naturali.

Il Gruppo Almaviva persegue quindi un modello industriale innovativo e rispettoso dell'ambiente in linea con i principi guida delineati nella Politica Ambientale ed energetica di Gruppo, che è parte della politica integrata del Sistema di Gestione Integrato, volta a razionalizzare i consumi, minimizzare gli sprechi e prevenire l'inquinamento, attraverso l'adozione di politiche, procedure e comportamenti eco-compatibili.

Le tematiche ambientali ed ener-

getiche vengono presidiate da un sistema di gestione dedicato: il Sistema Ambientale ed Energetico (SGA-SGE). Al fine di garantire l'efficiente funzionamento del Sistema di gestione sono stati identificati i ruoli, le responsabilità, i compiti e i rapporti reciproci di tutto il personale che dirige, svolge e controlla le attività che hanno un impatto (attuale o potenziale) sull'ambiente, nonché le risorse necessarie per l'istituzione, l'attuazione, il mantenimento ed il miglioramento del modello.

In particolare, il Gruppo Almaviva lavora quotidianamente per:

- ridurre il consumo di carta, elettricità, combustibili e risorse idriche;
- monitorare i consumi di energia, di combustibili e delle relative emissioni, dei consumi idrici e di carta, della produzione di rifiuti;
- raccogliere e smaltire correttamente i rifiuti prodotti presso le sedi aziendali;
- migliorare i sistemi di utilizzo efficiente dell'energia al fine di contenere i consumi e le emissioni di anidride carbonica;
- prediligere attrezzature, strumenti di lavoro e beni di consumo a minor consumo energetico ed impatto ambientale.

Il coinvolgimento di tutti i livelli aziendali risulta essere strumentale al fine di implementare quotidianamente la politica ambientale ed energetica in quanto la tutela ambientale viene considerata trasversale ad ogni attività.

All'interno delle singole componenti aziendali è stato avviato dal 2008 il Progetto Almaviva Green, un modello di relazioni industriali che coinvolge un Green Team misto e trasversale composto da diversi rappresentanti delle aree dell'organizzazione al fine di raggiungere gli obiettivi ambientali ed energetici.

Per le inedite caratteristiche del Progetto, Almaviva Green, negli ultimi anni si è aggiudicato diversi Premi, tra cui si menzionano: Selezionato fra le venti migliori realtà nazionali da Legambiente, la più autorevole organizzazione ambientalista in Italia; Medaglia d'argento "Buone pratiche HR", il riconoscimento dell'Associazione Direttori del Personale Italiana e National Champion all'European Business Award, la più prestigiosa Business Competition indipendente d'Europa. Nello stesso anno SEM Smart Energy Management® di Almaviva vince con RhOME "Solar Decathlon", la Coppa del Mondo dell'Architettura verde.

In aggiunta, il Gruppo investe nella diffusione della cultura della salvaguardia ambientale ai propri dipendenti, organizzando sessioni informative e formative ed aggiornandoli periodicamente per mezzo di campagne di sensibilizzazione, di una newsletter e di una sezione intranet dedicata.

Infine, nel favorire la mitigazione e l'adattamento al cambiamento climatico, Almaviva si impegna a portare avanti progetti, buone pratiche e iniziative, nel rispetto dei Principi della Dichiarazione di Rio de Janeiro del 1992. Tra i principi delineati è presente il Principio di Precauzione, in cui l'organizzazione si riconosce integralmente, il quale sancisce che, in caso di rischio di danno grave o irreversibile, l'assenza di una piena certezza scientifica non deve costituire un motivo per differire l'adozione di misure adeguate ed effettive, anche in rapporto ai costi, dirette a prevenire il degrado ambientale.

## Almaviva Green

Modello innovativo di relazioni industriali alla base dell'impegno ecosostenibile del Gruppo Almaviva sostenuto da modelli di comportamento ecocompatibili e da interventi organizzativi e di gestione impianti e logistica volti a ridurre l'impatto ambientale e produrre effetti di risparmio. Il modello si basa su tre direttrici di intervento:

**Azienda Green:** attuazione di modelli di comportamento, interventi organizzativi e gestione di impianti e logistica per ridurre i consumi e l'impatto ambientale ed energetico delle attività aziendali;

**Green IT:** approccio all'uso efficiente delle tecnologie dell'informazione per ridurre il consumo di risorse, massimizzare l'efficienza energetica dei servizi erogati e dei prodotti durante l'intero ciclo di vita degli stessi;

**Soluzioni IT per l'Ambiente:** valorizzazione e sviluppo di esperienze, competenze e tecnologie proprie di Almaviva per innovare l'offerta commerciale dell'Azienda in campo ambientale ed energetico.

5. Ambiente  
2. Il Gruppo Almaviva per la sostenibilità  
1.

# La gestione e il controllo dei rischi ambientali

*Il Gruppo Almaviva misura le proprie performance ambientali per comprendere gli impatti delle proprie attività sull'ambiente ed attuare azioni di miglioramento*

Al fine di identificare i rischi e le opportunità ambientali ed energetiche e di pianificare le attività e gli obiettivi del Modello SGA-SGE il Gruppo segue una precisa metodologia. Una prima fase prevede analisi di contesto relativamente agli obblighi di conformità e agli aspetti ambientali ed energetici significativi, nonché alle esigenze delle parti interessate e a fattori contestuali. Una volta determinati rischi e opportunità tramite una valutazione di significatività viene definito quali di essi debbano essere affrontati per prevenirne o ridurne gli impatti attraverso la definizione di azioni la cui efficacia costituisce oggetto di valutazione e di riesame periodico.

La metodologia adottata per l'effettuazione dell'analisi dei rischi ambientali ed energetici prevede sei distinte fasi:

1. Obblighi di conformità attraverso cui viene individuata tutta la normativa ambientale ed energetica applicabile al Gruppo, nonché tutti gli altri obblighi di conformità derivanti dal contesto di riferimento. I risultati di tale valutazione influenzano le valutazioni del livello di gravità per ciascun aspetto ambientale ed energetico e determinano eventuali rischi ed opportunità;
2. Analisi Qualitativa degli aspetti ambientali ed energetici legati ad attività, prodotti e servizi del sito;
3. Quantificazione a consuntivo degli aspetti ambientali ed energetici;
4. Valutazione della significatività degli aspetti ambientali ed energetici, utilizzando una metodologia di tipo semi-quantitativo;
5. Registrazione della valutazione degli aspetti ambientali ed energetici;
6. Monitoraggio dei rischi e delle opportunità di miglioramento identificati.

Schema analisi rischio/opportunità e pianificazione SGA e SGE





# Aspetti ambientali significativi

Almaviva ha identificato i propri aspetti ambientali ed i relativi impatti effettuando un'attività di analisi ambientale ed energetica delle attività svolte presso i propri siti.

La valutazione tiene conto sia degli aspetti ambientali e degli usi energetici diretti (che la Società può tenere sotto controllo) sia degli aspetti ambientali ed energetici indiretti (sui quali possono intervenire soggetti terzi nei cui confronti l'Azienda può esercitare solamente un'influenza, mediante la sottoscrizione di adeguati accordi contrattuali).

È stato assegnato un punteggio a ciascuno degli aspetti ambientali che varia da condizioni ad impatto ambientale accettabile, a condizioni ad impatto ambientale ed energetico a livello di attenzione, per passare poi a situazioni più critiche. Non si sono verificate situazioni di criticità ma unicamente tematiche di "attenzione". Tra queste, a titolo di esempio, occorre ricordare:

- Consumi energetici nel corso delle attività di ufficio presso la sede di Roma: tale aspetto, che risulta essere direttamente controllabile da parte della Società ha, tra i principali rischi quello di un eccesso nei consumi a causa di presenza di guasti nell'impianto o di una non corretta applicazione delle policy.
- Consumi di acqua della rete idrica e sanitaria presso la sede di Roma: tale aspetto, direttamente controllabile dalla Società, presenta tra i principali rischi quello di presenza di perdite nei circuiti e di guasti nell'impianto.
- Rifiuti nel corso delle attività di ufficio presso le sedi di Roma e di Milano: tale aspetto, che può avere sia un controllo diretto da parte dell'Azienda sia un controllo da parte di terzi, ha tra i principali rischi quello di una non corretta differenziazione e gestione dei rifiuti prodotti.



## IL CONSUMO ENERGETICO E LE EMISSIONI

I consumi energetici rappresentano un aspetto ambientale prioritario per il Gruppo che si impegna a quantificare e rendicontare periodicamente le proprie emissioni di gas a effetto serra al fine di orientare consapevolmente le scelte energetiche aziendali. Per far fronte ai consumi, dovuti principalmente all'utilizzo dei veicoli della flotta aziendale, all'energia utilizzata per il riscaldamento e all'energia elettrica acquistata dalla rete per uffici, il Gruppo si impegna a:

- aumentare la consapevolezza e incoraggiare il dialogo sulla politica ambientale ed energetica del Gruppo Almaviva, sia all'interno che all'esterno della struttura aziendale;
- utilizzare sistemi informativi per la gestione energetica e monitoraggio periodico dei consumi;
- valutare le variabili energetiche in fase di progettazione e sviluppo delle forniture al fine di individuare le soluzioni migliori dal punto di vista della tutela dell'ambiente nella scelta dei supporti hardware e nelle applicazioni del software;

- definire periodicamente obiettivi di miglioramento ambientale e di efficienza energetica e verificarne il raggiungimento.

Seguendo la metodologia Plan-Do-Check-Act (PDCA) e in linea con le dichiarazioni circa le finalità del Sistema di Gestione Energetica esplicitate dalla Politica Energetica, il Gruppo Almaviva, a partire dal 2010, anno di conseguimento della ISO14001, si è dotato di un Processo di Pianificazione Energetica, attraverso il quale poter identificare, partendo dall'analisi delle attività che influenzano i consumi energetici, un piano di azione per il miglioramento delle prestazioni energetiche. Il processo implica cinque fasi principali, partendo dall'identificazione e analisi degli usi energetici grazie a studi preliminari basati sullo storico dei dati, le analisi di benchmark e di rischio. A seguito dell'identificazione delle aree di consumo maggiormente significative segue la valutazione delle performance, la definizione degli obiettivi e l'identificazione di opportunità di miglioramento.

## IL PROCESSO DI PIANIFICAZIONE ENERGETICA



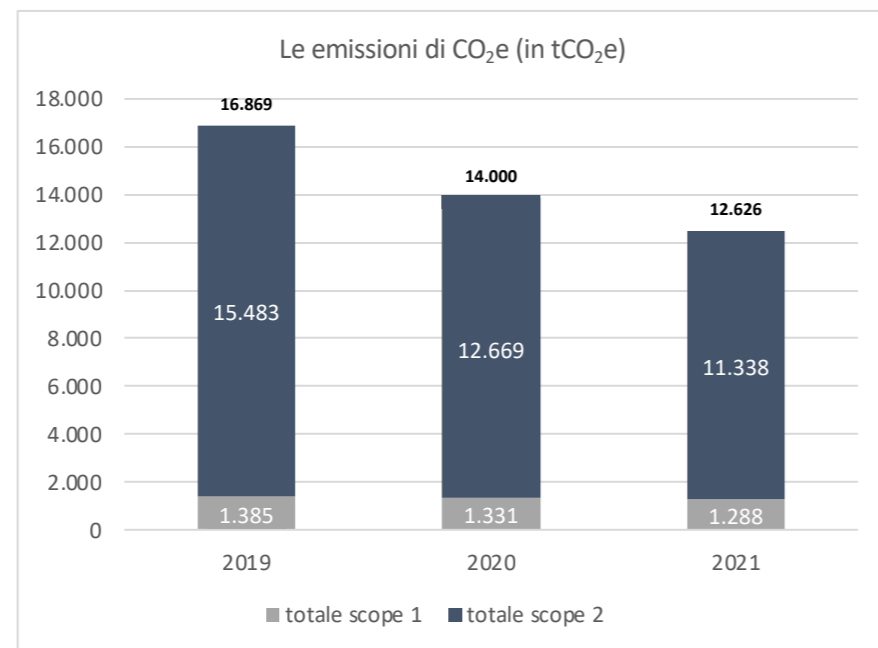
← SEGUE



Sulla base dell'analisi dei rischi e delle opportunità sui consumi energetici e degli impatti delle proprie sedi, tra cui l'alimentazione di tutti i sistemi ICT aziendali, il riscaldamento, il raffrescamento e l'illuminazione degli uffici, sono state implementate significative iniziative di miglioramento. Tra queste si annovera la realizzazione - in collaborazione con l'ENEA<sup>1</sup> - del sistema Smart Energy Management (SEM) che consente il monitoraggio e l'analisi dei consumi energetici negli edifici, attraverso una piattaforma informatica proprietaria connessa ad una estesa rete di sensori. Il sistema è operativo fin dal 2010 in tutte le principali sedi del Gruppo ed è diventato anche un prodotto commerciale, con il quale vengono analizzati e gestiti numerosi siti anche di rilevanza nazionale. Inoltre, nella sede di Roma Casal Boccone, è stato integrato un sistema di building automation con funzionalità di automazione per la gestione dell'illuminazione delle parti comuni come corridoi, vani scala e sbarchi ascensori.

Grazie alla sensibilità del Gruppo alla tematica del risparmio energetico, nel corso del 2021, i consumi totali di energia, dovuti all'utilizzo di carburanti e all'acquisto ed energia elettrica da fonti non rinnovabili ammontano a 213.641 GJ, confermando la tendenza decrescente verificatasi nel corso del triennio anche a causa del lockdown. Nel corso del 2019 i consumi ammontavano infatti a 243.730 GJ, un totale maggiore del 12% rispetto a quello registrato nel corso dell'anno di rendicontazione, mentre nel 2020 erano pari a 216.794 GJ (+1,5% rispetto al 2021).

Le emissioni totali (Location-based) ammontano a 12.626 tonnellate di CO<sub>2</sub>e (tCO<sub>2</sub>e). Le emissioni dirette (Scope 1) correlate ai consumi di carburante risultano pari a 1.288 tCO<sub>2</sub>e, che segna un trend decrescente rispetto ai precedenti anni (1.331 nel 2020 e 1.385 nel 2019). Anche le emissioni indirette (Scope 2) sono diminuite circa del 27% rispetto ai livelli pre-pandemia, per un totale di 11.338 tCO<sub>2</sub>e rispetto alle 12.669 tCO<sub>2</sub>e registrate nel 2020 e le 15.483 tCO<sub>2</sub>e registrate nel 2019), grazie anche all'avvio del progetto "Become" nel 2021 che, tramite uno smart-working strutturato e l'utilizzo "dinamico" delle infrastrutture, ha consentito di diminuire i consumi energetici degli edifici e gli spostamenti casa-lavoro.



Oltre ai consumi degli edifici, Almaviva si avvale di alcuni Data Center, per i quali vengono effettuati investimenti periodici per rinnovi tecnologici dei macchinari volti all'ammodernamento dell'impianto e all'efficienza energetica. Negli ultimi anni sono stati ridotti i consumi di oltre il 60%, mentre la potenza di calcolo complessiva è più che triplicata. L'efficienza energetica dei Data Center, misurata in termini di PUE (Power Usage Effectiveness<sup>2</sup>), si attesta per il 2021 ad un valore di 1,4 (dove 1 è il valore ottimale), collocando l'infrastruttura ad un elevato livello di efficienza.

Tra le attività significative a livello ambientale per il Gruppo rientrano i viaggi di business, che, nel 2021, hanno contribuito ad emettere un totale di 525 tCO<sub>2</sub>e suddivise in viaggi:

- in aereo per un totale di 1.204.207 chilometri, corrispondenti all'emissione di circa 295,1 tCO<sub>2</sub>e in aereo
- in macchina per un totale di 1.523.655 chilometri, corrispondenti all'emissione di circa 164,6 tCO<sub>2</sub>e
- in treno per un totale di 1.839.194 chilometri, corrispondenti all'emissione di circa 65,3 tCO<sub>2</sub>e

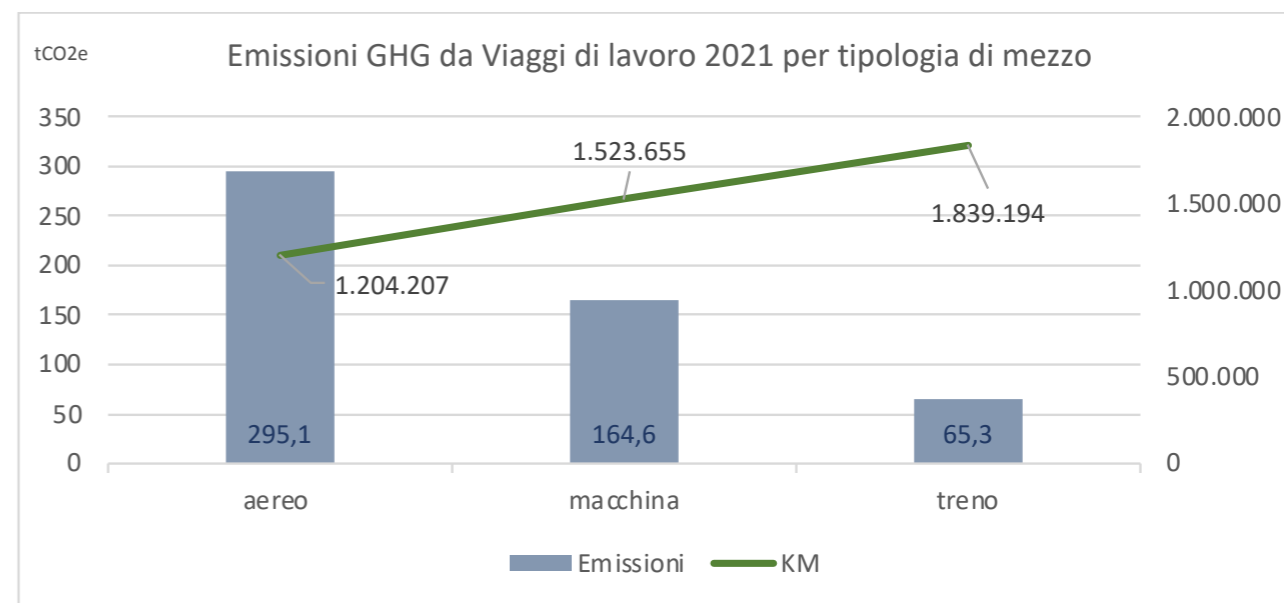
Sebbene il piano strutturale di smart working (Progetto Become) abbia già consentito una riduzione molto significativa, il Gruppo sta lavorando per diminuire ulteriormente l'uso dell'auto privata. Al fine di minimizzare l'impatto ambientale della mobilità dei propri dipendenti, l'Azienda ha voluto comprendere meglio le necessità dei propri collaboratori, tramite una survey sulla mobilità sostenibile, svolta nel corso del 2021, che ha coinvolto 6.500 dipendenti del Gruppo Almaviva, delle sedi di Milano, Segrate, Torino, Padova, Roma, Napoli, Cosenza, Palermo, Catania. I risultati della survey sono stati implementati all'interno del Piano spostamento casa-lavoro 2022 (in aggiornamento rispetto al Piano del 2021), contenente le azioni in corso e quelle pianificate, nell'ottica di realizzare un sistema di mobilità aziendale efficiente, smart e sostenibile.

Anche le Società controllate operanti all'estero adottano misure in linea con i diversi contesti al fine di minimizzare i propri impatti energetici:

Durante l'anno di rendicontazione, Almaviva Tunisie ha adottato diverse misure volte a diminuire il consumo energetico. Tra queste: l'acquisizione di

apparati (PC Servers) a consumo ridotto, l'utilizzo di termostati per regolare al meglio la temperatura ambientale sia in inverno che in estate e la sensibilizzazione del personale al risparmio energetico.

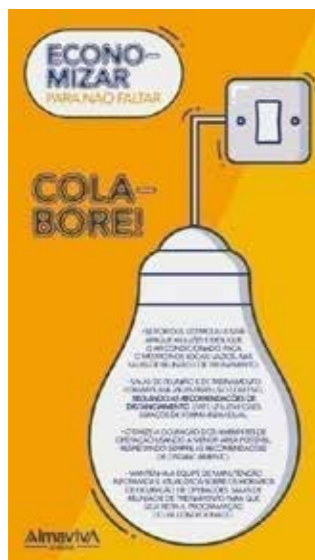
A partire dall'anno di rendicontazione, Almacontact SAS ha lavorato alla progettazione della politica interna per la gestione ambientale e alla misurazione dei consumi energetici mensili, al fine di controllare l'aumento di kilowatt consumati. Inoltre, la popolazione aziendale è stata informata rispetto alle corrette modalità di caricamento delle apparecchiature elettroniche, spegnendole alla fine della giornata e a scollegandole dalle prese qualora esse non necessitino di essere ricaricate o qualora abbiano raggiunto il livello di carica stabilita. Nondimeno, la popolazione aziendale è stata incentivata ad utilizzare ragionevolmente i dispositivi di illuminazione, che sono stati sostituiti da lampadine tradizionali a lampadine a LED. Nel corso dell'anno la percentuale di consumo di energia elettrica acquistata da fonti rinnovabili certificate con garanzie di origine è aumentata da 727750 a 846151 KWh.



1. Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile  
2. Il Power Usage Effectiveness (PUE) misura quanto efficiente è un centro di calcolo, o data center, nell'usare l'energia elettrica che lo alimenta. Il PUE valuta le prestazioni del centro dati calcolando il rapporto tra l'energia che utilizza nel suo complesso e quella utilizzata dai soli apparati IT, prese singolarmente. Il valore ottimale è 1, più il numero si allontana da 1, meno è efficiente il data center.



Focus Brasile



In un'ottica di minimizzazione dei consumi energetici sono state implementate diverse misure: tra queste, i settori dell'Area Installazioni e Manutenzione degli Edifici hanno l'obbligo di cambiare le lampade fluorescenti delle Centrali con lampade a LED in base alla richiesta di sostituzione. Inoltre, i responsabili della Manutenzione e delle Strutture effettuano giri notturni per garantire lo spegnimento dei computer, degli impianti di condizionamento e dell'illuminazione durante l'orario di apertura per ridurre il consumo energetico. Quando necessario, le macchine obsolete vengono sostituite, i materiali vengono raccolti per il riciclaggio dell'elettronica. I dipendenti e il personale operativo sono guidati attraverso campagne di comunicazione a spegnere quotidianamente computer e monitor al termine del lavoro. Nel triennio si è verificato un lieve aumento del totale dell'energia consumata che proviene interamente da energia solare, eolica, da biomassa e da piccoli impianti idroelettrici.



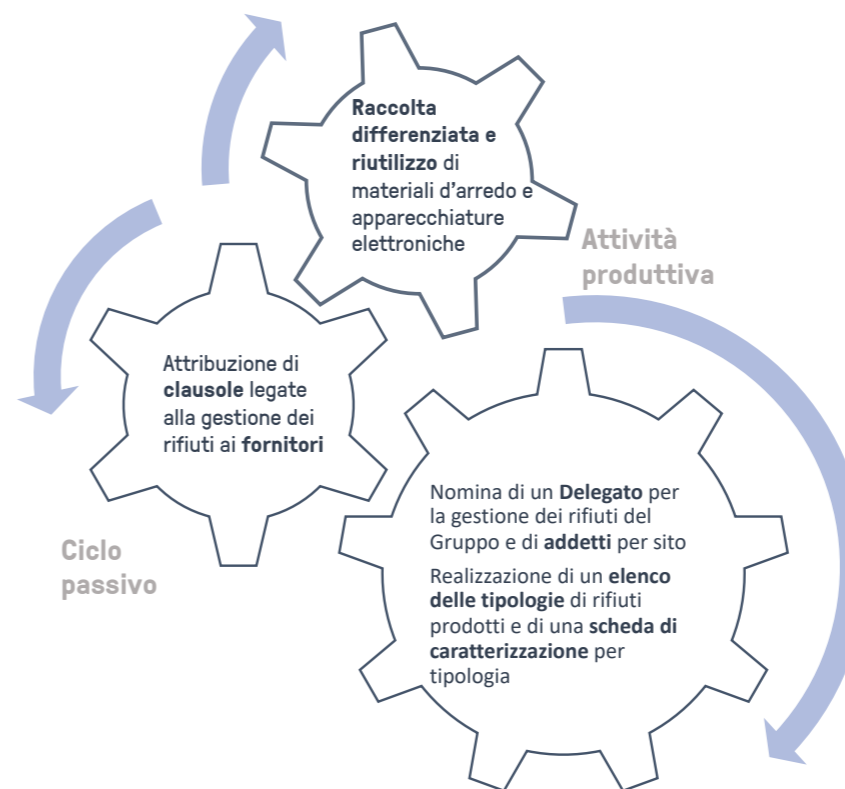
## LA GESTIONE CIRCOLARE DEI RIFIUTI

Il Gruppo Almaviva, come conseguenza della propria attività d'impresa, risulta direttamente o indirettamente produttore di rifiuti speciali pericolosi e non pericolosi ed ha adottato, per questo motivo, un approccio finalizzato alla mitigazione degli impatti ambientali correlati, all'uso efficiente degli strumenti tecnologici, anche riducendo l'impiego di materiali pericolosi, ed al monitoraggio della produzione di rifiuti con particolare riferimento a quelli contenenti sostanze tossiche particolarmente inquinanti e di difficile smaltimento, ponendo particolare attenzione alla corretta raccolta e al corretto smaltimento dei rifiuti prodotti presso le sedi aziendali.

Il processo per la gestione dei rifiuti è regolamentato da una specifica procedura, ripresa e approfondita in una nota operativa destinata alle funzioni direttamente coinvolte nella gestione dei rifiuti. Il Gruppo Almaviva gestisce i rifiuti generati dai processi operativi delle diverse aree di business attraverso la programmazione delle attività operative e di smaltimento di tutte le sostanze e i materiali in eccesso, riducendone ove possibile gli impatti sull'ambiente. La componente rifiuti è trattata anche nella procedura di ciclo passivo in ottica di sostenibilità ed economia circolare attraverso l'attribuzione di specifiche clausole nella stipulazione di accordi con i fornitori.

Le linee direttrici del processo di gestione dei rifiuti comprendono:

- Pianificazione delle attività operative e di smaltimento, attribuendo ruoli e responsabilità di processo;



- Attribuzione di clausole legate alla gestione dei rifiuti nelle condizioni generali di contratto nelle fasi di selezione dei fornitori, sia che questi svolgano attività specifiche di gestione dei rifiuti, sia che si occupino di attività di manutenzione degli impianti del sito e dei servizi accessori, e nei template di acquisito al fine di assicurare un adeguato monitoraggio delle prestazioni ambientali del fornitore;

- Attività di raccolta differenziata supportata da campagne di sensibilizzazione e riutilizzo di materiali d'arredo e riciclo delle apparecchiature elettroniche (non obsolete) nel business o in alcune realtà del terzo settore e del territorio in cui opera il Gruppo.

Al fine di presidiare in modo omogeneo ed uniforme la gestione dei rifiuti, Almaviva ha nominato un Delegato alla gestione dei rifiuti a livello

di Gruppo, che viene supportato da singoli addetti per sito. Inoltre, ha definito un elenco puntuale delle tipologie di rifiuti prodotti direttamente e/o indirettamente nei siti aziendali del Gruppo Almaviva e/o nell'ambito della gestione di servizi concordati con i propri clienti<sup>1</sup>. Inoltre, per ciascuna tipologia di rifiuti è stata prodotta una specifica scheda di caratterizzazione predisposta ed aggiornata periodicamente dal consulente D.G.S.A (Dangerous Goods Safety Adviser), allo scopo

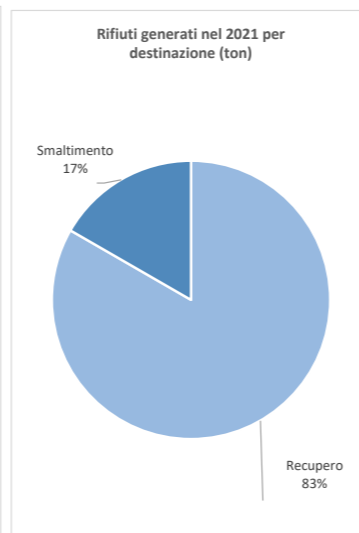
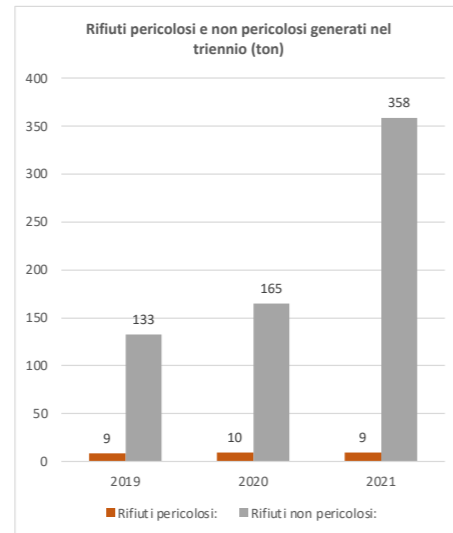
di identificarne il livello di pericolo e le specifiche modalità di trattamento e trasporto secondo la normativa vigente.

Dalla Relazione annuale, predisposta in ottemperanza agli obblighi di legge dal D.G.S.A, emerge che, nel corso del 2021, relativamente alla movimentazione e trasporto di rifiuti speciali pericolosi, non si sono verificati incidenti che abbiano recato pregiudizio alle persone, ai beni o all'ambiente, tali da richiedere la stesura di una apposita relazione di incidente.

La componente rifiuti è trattata anche nella procedura di ciclo passivo in ottica di sostenibilità ed economia circolare. In particolare, il Gruppo si avvale di partner/fornitori che, attraverso la selezione degli impianti di destinazione specializzati e tecnologicamente avanzati, valorizzano il materiale proveniente dal recupero dei rifiuti di apparecchiature elettriche ed elettroniche (R.A.E.E.) riducendo gli sprechi e generando nuove materie prime. A tal fine, le condizioni generali di contratto e i template utilizzati per la formalizzazione degli ordini di acquisto contengono specifiche clausole legate alla gestione dei rifiuti, che ne verificano il grado di aderenza al Codice Etico e agli obiettivi di sostenibilità del Gruppo.

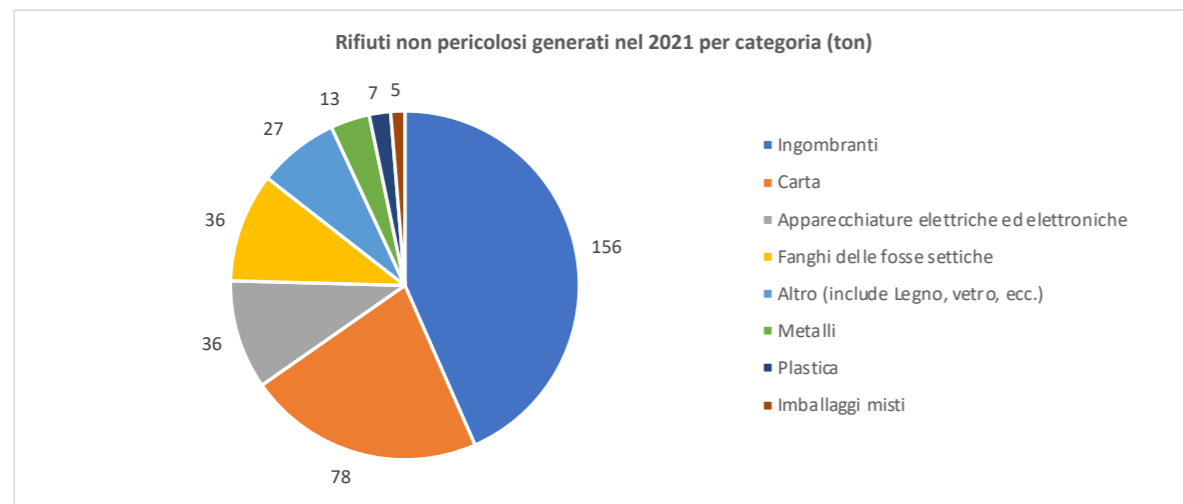
← SEGUE

I rifiuti prodotti nel 2021 sono pari a circa 368 mila tonnellate, in aumento rispetto all'anno precedente (circa 175 mila tonnellate nel 2020). L'incremento rispetto all'anno precedente è dovuto all'avvio del Progetto Become, che ha implicato la riorganizzazione, nonché la digitalizzazione dell'assetto lavorativo. La riconfigurazione degli spazi ha incrementato la produzione di rifiuti ingombranti, al contempo la digitalizzazione degli asset ha causato l'eliminazione certificata di materiali cartacei differenziati. Principalmente per questa ragione, la percentuale dei rifiuti non pericolosi è notevolmente aumentata rispetto al 2020 mentre la produzione dei rifiuti pericolosi è diminuita del 10%. Nonostante l'aumento del totale dei rifiuti generati si registra un incremento considerevole della quota destinata a recupero pari a circa il 70% conteggiando sia i rifiuti non pericolosi e pericolosi. In particolare, la totalità di questi ultimi è stata destinata nel corso dell'anno di rendicontazione.



Dei rifiuti non pericolosi, che rappresentano la maggior parte dei rifiuti prodotti da Almaviva nel corso del 2021, si riporta un grafico che ne dettaglia le principali componenti che, coerentemente con le attività del Progetto Become, risultano essere rifiuti ingombranti e carta.

Nel corso del 2021, il Gruppo Almaviva ha affidato parte delle attività di smaltimento delle apparecchiature elettroniche a partner che fanno propria la strategia del recupero e che si ispirano ai valori della trasparenza, dell'efficienza e della sostenibilità. Inoltre, il Gruppo riconferma il pro-



prio impegno in ottica di economia circolare al riutilizzo dei materiali d'arredo e delle apparecchiature elettroniche non obsolete. I più funzionali vengono mantenuti fra le riserve di magazzino per futuri impieghi o trovano nuova vita, con finalità sociali, attraverso alcune realtà del terzo settore e del territorio in cui opera il Gruppo.

Anche le Società controllate operanti all'estero adottano misure in linea con i diversi contesti al fine di minimizzare i propri impatti relativi alla gestione dei rifiuti. Nell'ambito delle attività in Colombia, Almacontact SAS svolge attività di sensibilizzazione rivolte a leader e collaboratori sul trattamento dei rifiuti utilizzabili come plastica e carta. I rifiuti vengono raccolti e consegnati alla Fondazione PLANET, che ne garantisce la trasformazione e l'utilizzo. Inoltre, al fine di aumentare il ciclo di vita dei prodotti, le attrezzature utilizzate da Almacontact SAS sono noleggiate, pertanto la destinazione finale delle attrezzature è responsabilità dei proprietari delle stesse.



## LA GESTIONE DELL'ACQUA

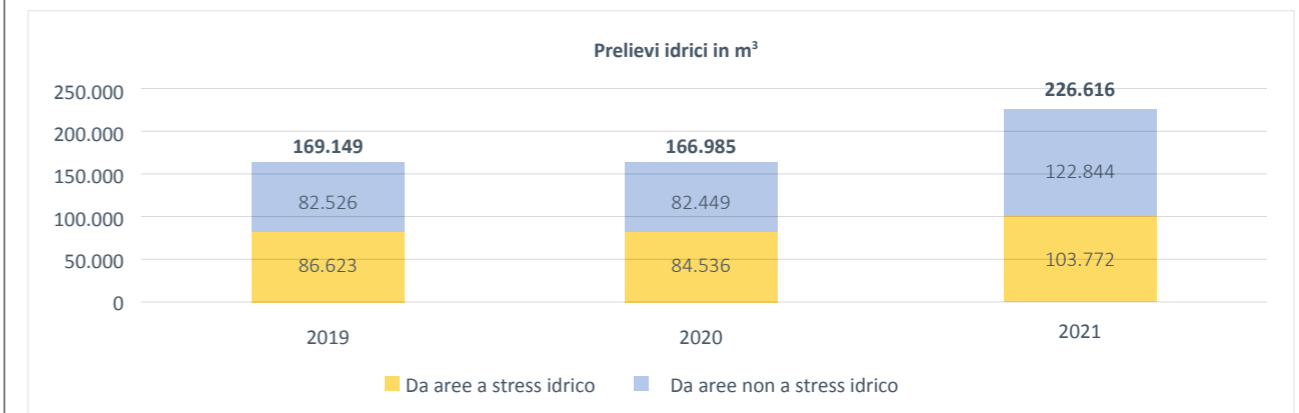
I consumi idrici di tutti i siti maggiormente rilevanti sono inseriti nel Sistema di Gestione Ambientale, certificato ISO 140001 per le società specifiche.

Il consumo idrico del Gruppo implica principalmente prelievi da acquedotti comunali per un utilizzo prevalentemente negli uffici, di cui una parte viene prelevata da aree a stress idrico. Anche per questo motivo la sede di Casal Boccone, che viene monitorata in tempo reale attraverso l'uso della piattaforma SEM ha deciso dal 2018 di non utilizzare più l'acqua di falda per l'irrigazione dei giardini.

Nel corso del triennio 2019-2021 si registra un aumento dei prelievi idrici: nel corso del 2021 sono stati pre-

vati 226.616 m<sup>3</sup> d'acqua dolce, di cui 103.772 m<sup>3</sup> provenienti da aree a stress idrico. Il totale dei prelievi idrici rilevati nel corso dell'anno di rendicontazione è in aumento del 25% rispetto al 2019 in cui erano risultavano pari a 169.149m. L'aumento è da ricondurre principalmente alla riapertura delle sedi al termine dell'emergenza Covid.

Al fine di ridurre ulteriormente i propri consumi idrici, il Gruppo sta investendo in attività di sensibilizzazione come il Progetto Acqua Chiara, attraverso il quale i distributori automatici di acqua in bottiglia sono stati sostituiti con erogatori plastic-free. Inoltre, è stata lanciata una campagna sull'uso responsabile della risorsa idrica, attraverso una comunicazione mirata e l'utilizzo di affissioni e della rete intranet aziendale.



### Focus Brasile

Le attività sviluppate all'interno di Almaviva do Brasil presentano bassi rischi ambientali: i rifiuti di maggiore impatto sono la carta, il non riciclabile e l'elettronica. Questi residui sono sottoposti a processi di raccolta e riciclaggio, evitando così uno smaltimento scorretto nell'ambiente. In particolare, i dispositivi elettronici devono essere notificati e conservati nel contenitore corretto. Nel corso del 2021, Almaviva do Brasil ha segnalato tutti i computer (monitor e CPU) non funzionanti nelle sedi, i cui materiali elettronici verranno riciclati da un'azienda certificata e qualificata che fornisce al mittente un certificato di destinazione. L'Azienda nell'ottica di ridurre i rifiuti e la loro produzione (riciclabili e non) si pone come obiettivo principale l'implementazione della raccolta differenziata in tutti i siti entro il 2024.

1. Per area a stress idrico, in accordo con la definizione del GRI si intende: "Un'area in cui è presente una criticità nella capacità o incapacità di soddisfare la domanda di acqua, sia umana che ecologica. Lo stress idrico può fare riferimento alla disponibilità, alla qualità o all'accessibilità dell'acqua".

6

Allegati

# Principi e criteri di reporting

## STANDARD, LINEE GUIDA E RACCOMANDAZIONI

Il primo Report di Sostenibilità di Almaviva, redatto con periodicità annuale, ha l'obiettivo di illustrare gli impatti di sostenibilità materiali per Almaviva e per i suoi principali stakeholder considerando l'intera catena del valore, descrivendo l'andamento della gestione degli aspetti non finanziari, le politiche, le attività, i principali risultati raggiunti nell'anno e gli impegni futuri in relazione alle attività di Almaviva e delle sue società controllate.

Il documento, approvato da parte del Consiglio di Amministrazione di Almaviva in data 10 novembre 2022, è predisposto in conformità ai "GRI Sustainability Reporting Standards" (GRI Standards) della Global Reporting Initiative (GRI), secondo l'opzione "In accordance - Core", al fine di fornire una rappresentazione puntuale e quantitativa delle performance ottenute. Nel paragrafo "GRI Content Index" è presente l'elenco degli indicatori GRI rendicontati e il riferimento al paragrafo del documento in cui sono presenti le informazioni ad essi associate.

I principi utilizzati per la definizione dei contenuti del Report di Sostenibilità sono, quindi, quelli indicati dai GRI Standards:

**Completezza:** le tematiche materiali trattate nel Report di Sostenibilità sono ricoperte nella loro interezza e rappresentano gli aspetti ambientali, sociali ed economici più rilevanti per l'attività di Almaviva, permettendo in questo modo

una valutazione completa delle performance della Società nell'anno di rendicontazione;

Contesto di sostenibilità: le performance di Almaviva sono presentate nel contesto più ampio della sostenibilità;

**Inclusività degli stakeholder:** nel presente Report di Sostenibilità vengono riportati i portatori d'interesse di Almaviva e le modalità con le quali si è tenuto conto dei loro interessi nella definizione dei contenuti del Report di Sostenibilità;

**Materialità:** i temi rendicontati sono stati individuati sulla base della loro rilevanza per il business dell'azienda oltre che per i propri stakeholder.

Per assicurare la qualità delle informazioni riportate, nella redazione del Report di Sostenibilità sono stati seguiti i principi di qualità definiti dal GRI.

**Accuratezza:** il livello di dettaglio dei contenuti riportati nel presente Report di Sostenibilità risulta adeguato alla comprensione e valutazione delle performance di sostenibilità di Almaviva nel periodo di rendicontazione;

**Affidabilità:** i dati presentati nel documento sono stati raccolti, elaborati e validati dai responsabili di ogni funzione;

**Chiarezza:** la scelta di un linguaggio chiaro e accessibile e l'utilizzo di tabelle per rappresentare le performance della Società rendono il presente Report di Sostenibilità fruibile e di facile comprensione per i portatori di interesse;

**Comparabilità:** gli indicatori presentati nel Report di Sostenibilità fanno riferimento al biennio 2019-2020 e il loro andamento nel corso degli anni è sempre commentato in modo tale da permettere il confronto e la comparabilità delle performance di Almaviva nel tempo;

**Equilibrio:** i contenuti del presente documento riportano in maniera equilibrata le performance di Almaviva nel periodo di rendicontazione;

**Tempestività:** il presente documento prende in considerazione eventi avvenuti successivamente al 31 dicembre 2021 che possano risultare significativi per la valutazione delle performance di sostenibilità di Almaviva da parte dei portatori di interesse.

## PERIMETRO

Le informazioni e i dati riportati nel Bilancio si riferiscono ad Almaviva S.p.a. e alle società incluse nel perimetro di consolidamento integrale al 31 dicembre 2021, dove non diversamente specificato.

Alcuni processi organizzativi di governance fanno riferimento alle procedure del Gruppo Almaviva S.p.A., la cui attuazione si estende a tutte le società.

Nel testo, qualora ci si riferisca al perimetro di Gruppo sono state utilizzate le terminologie "Gruppo Almaviva" e "Almaviva", mentre la terminologia "Almaviva Spa" si riferisce agli aspetti specifici della Società.

## INDICATORI DI PERFORMANCE

I dati e gli indicatori di performance si riferiscono, ove non diversamente specificato, all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 e si riportano, inoltre, i dati 2020 e 2019 a fini comparativi.

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni riportate nel Report di sostenibilità, selezionati sulla base di una analisi di materialità che ha permesso di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder (per approfondimenti si veda il paragrafo "1.5. I temi di sostenibilità rilevanti"), ha previsto il coinvolgimento delle diverse funzioni aziendali delle Società appartenenti al gruppo Almaviva.

I dati sono stati elaborati mediante estrazioni, aggregazioni e calcoli puntuali e, ove specificatamente indicato, calcolati mediante stime. Non sono state escluse dalla rendicontazione specifiche attività. Nell'anno di rendicontazione non si segnalano cambiamenti significativi nella natura del business.

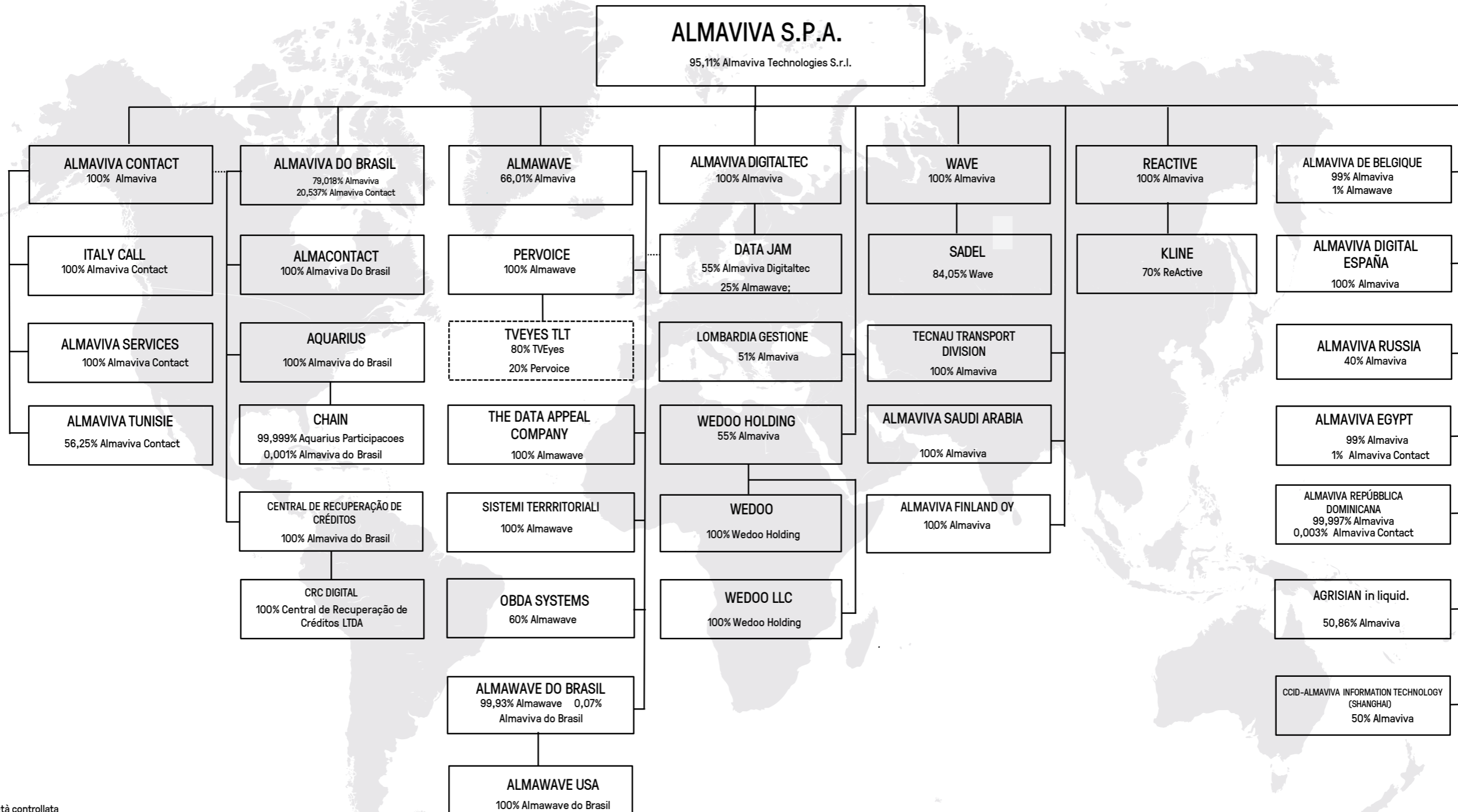
Per garantire la comparabilità delle performance nel tempo, i valori dell'anno di rendicontazione (2021) sono stati posti a confronto, tramite l'utilizzo di grafici e tabelle, con quelli relativi all'esercizio precedente. Le modalità di calcolo utilizzate per determinare gli indicatori sono riportate nel paragrafo "Metodologia di calcolo".

In appendice sono riportate la tabella degli indicatori GRI suddivise

per area di impatto rendicontate (Governare societario, Transizione digitale responsabile, Persone, Ambiente) con riferimento ai paragrafi del documento, un elenco contenente le definizioni dei temi riconosciuti come materiali e una tabella di raccordo tra i temi materiali, gli aspetti GRI collegati e il perimetro degli impatti (GRI Content Index), che fungono da bussola per il lettore.

Per qualsiasi chiarimento in merito al presente Report di Sostenibilità, ci si può rivolgere al Comitato ESG all'indirizzo e-mail [sustainability@almaviva.it](mailto:sustainability@almaviva.it)

# Sociogramma



**LEGENDA**

- Società controllata
- ..... Società collegata

# Metodologia di calcolo

P. Allegati  
1. Nota metodologica

| Cluster                   | KPI                        | Metodologia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOVERNO SOCIETARIO</b> | Valore economico           | Il valore economico generato rappresenta la ricchezza generata dall'azienda nello svolgimento delle proprie attività. Una parte significativa di questo valore viene a sua volta distribuito (valore economico distribuito), sotto forma di: costi operativi, salari e stipendi per i dipendenti, pagamenti ai fornitori di capitale e pagamenti alla Pubblica Amministrazione. La quota residuale di valore economico generato che non viene distribuito costituisce il valore economico trattenuto. Tutte le componenti di questi indicatori sono calcolate facendo riferimento alle singole voci degli Schemi di Bilancio pubblicati nella Relazione Finanziaria Consolidata di Almaviva. |
|                           | Formazione anti-corruzione | E-learning rivolto a risorse in contesto a basso/medio/alto rischio di corruzione.<br>Workshop generale: eventi formativi in aula rivolti al personale in contesto ad alto rischio corruzione.<br>Job specific training: eventi formativi in aula rivolti ad aree professionali in contesto a rischio corruzione.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>PERSONE</b>            | Relazioni industriali      | Dipendenti Coperti da Contrattazione collettiva: si intendono quei dipendenti il cui rapporto di lavoro è regolato da contratti o accordi di tipo collettivo, siano essi nazionali, di categoria, aziendali o di sito.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                           | Ore di formazione          | Ore erogate ai dipendenti Almaviva tramite percorsi formativi (aula e distance) sia in autonomia anche in modalità training on the job. Le ore medie di formazione sono calcolate come ore di formazione totali diviso il numero medio di dipendenti nell'anno.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                           | Tasso di turnover          | Positivo: Rapporto tra il numero delle assunzioni e l'occupazione a ruolo a tempo indeterminato dell'anno precedente.<br>Negativo: Rapporto tra il numero delle risoluzioni dei contratti a tempo indeterminato e l'occupazione a ruolo a tempo indeterminato dell'anno precedente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

| Cluster        | KPI                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Metodologia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PERSONE</b> | Sicurezza                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | TRIR: indice di frequenza di infortuni totali registrabili (infortuni sul lavoro con giorni di assenza, trattamenti medici e casi di limitazione al lavoro). Numeratore: numero di infortuni sul lavoro totali registrabili; denominatore: ore lavorate nello stesso periodo. Risultato del rapporto moltiplicato per 1.000.000.<br>Indice di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze: infortuni sul lavoro con giorni di assenza superiori a 180 giorni o che comportano una inabilità totale o permanente. Numeratore: numero di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze; denominatore: ore lavorate nello stesso periodo. Risultato del rapporto moltiplicato per 1.000.000. Le attività svolte in Almaviva sono di natura intellettuale e tipicamente d'ufficio, considerabili quindi a basso rischio infortunistico. I pericoli principali per i lavoratori identificati sono riconducibili essenzialmente agli infortuni in itinere.                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                | <b>AMBIENTE</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Consumi energetici                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Emissioni GHG  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Emissioni Scope 1: sono le emissioni direttamente generate dagli asset della Società. Le emissioni di GHG dirette comprendono i seguenti gas: CO2, CH4 e N2O. I fattori di emissione utilizzati per benzina, gasolio, CNG, GPL, metano e biogas provengono dal database Defra, annualmente aggiornato, per il 2019, 2020 e 2021;<br>Emissioni Scope 2 – Location Based: sono le emissioni di GHG indirette relative alla generazione di energia elettrica e calore acquistati da terzi e consumati negli asset della compagnia. Le emissioni di GHG dirette comprendono i seguenti gas: CO2, CH4 e N2O. Il fattore di emissione utilizzato per l'elettricità acquistata dalla rete elettrica nazionale secondo la metodologia Location based proviene dai Confronti internazionali Terna.<br>Emissioni Viaggi di Business: sono le emissioni di GHG indirette relative al consumo di carburanti derivanti dai viaggi di lavoro e fanno parte della categoria di Emissioni Scope 3, ovvero le emissioni che si verificano esternamente all'organizzazione, a monte e a valle (i viaggi di business sono considerati a monte). I fattori di emissione utilizzati provengono dal database Defra, aggiornato al 2021. |
| Rifiuti        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Destinazione dei rifiuti: i dati raccolti sui rifiuti riportano la classificazione dei codici CER (Codice Europeo dei Rifiuti), dove il codice "R" è inteso come destinato al riciclo ed il codice "D" è inteso come destinato allo smaltimento.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Acqua          | Prelevi idrici: La definizione di "area a stress idrico" fa riferimento a quella fornita dal CEO Water Mandate, nel documento "Corporate Water Disclosure Guidelines", 2014. Sono state identificate le aree soggette a stress idrico considerate nel tool Water Risk Atlas, emesso e curato dal World Resources Institute, classificate con rischio extremely high (Aqueduct Water Risk Atlas (wri.org)). |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |












# Tabella di correlazione

2. Allegati

| Cluster                                  | Tema materiale                                              | GRI & Titolo                                                                                                                                                | Perimetro dei temi materiali |                      |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------|
|                                          |                                                             |                                                                                                                                                             | Interno                      | Esterno              |
| <b>GOVERNANCE</b>                        | Creazione di valore condiviso                               | GRI 201: Performance economiche                                                                                                                             | ✘                            | Clienti              |
|                                          | Continuità del business e cybersecurity                     | -                                                                                                                                                           | ✘                            | Fornitori            |
|                                          | Tutela della proprietà intellettuale                        | -                                                                                                                                                           | ✘                            | Comunità finanziaria |
| <b>TRANSIZIONE DIGITALE RESPONSABILE</b> | Tecnologia per l'uomo - People centered                     | -                                                                                                                                                           |                              | Clienti              |
|                                          | Soluzioni digitali per la collettività e l'inclusione       |                                                                                                                                                             |                              |                      |
|                                          | Soluzioni green per i clienti                               | -                                                                                                                                                           |                              | Clienti              |
|                                          | Digitalizzazione ed efficientamento dei processi aziendali  | -                                                                                                                                                           |                              | Clienti              |
|                                          | Innovazione                                                 | -                                                                                                                                                           | ✘                            | Clienti              |
|                                          | Soddisfazione del cliente e qualità del prodotto e servizio | -                                                                                                                                                           |                              | Clienti              |
|                                          | Privacy e protezione dei dati                               | GRI 418: Privacy dei Clienti                                                                                                                                |                              | Clienti              |
| <b>PERSONE</b>                           | Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti   | GRI 401: Assunzioni e turnover<br>GRI 404: Formazione e istruzione                                                                                          | ✘                            | Clienti              |
|                                          | Benessere, salute e sicurezza sul lavoro                    | GRI 401-2: Benefit per i dipendenti<br>GRI 403: Salute e Sicurezza sul lavoro                                                                               | ✘                            | Clienti              |
|                                          | Diversità e inclusione                                      | GRI 405: Diversità e pari opportunità<br>GRI 406: Non discriminazione                                                                                       | ✘                            |                      |
|                                          | Catena di fornitura responsabile                            | GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori<br>GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva<br>GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori |                              |                      |
|                                          | Diritti Umani                                               | GRI 412: Valutazione del rispetto dei Diritti Umani                                                                                                         |                              |                      |
| <b>AMBIENTE</b>                          | Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico         | GRI 302: Energia<br>GRI 305: Emissioni                                                                                                                      | ✘                            | Fornitori            |
|                                          | Economia circolare dei dispositivi elettronici              | GRI 306: Rifiuti                                                                                                                                            | ✘                            | Fornitori            |
|                                          | Gestione della risorsa idrica                               | GRI 303: Acqua e scarichi idrici                                                                                                                            | ✘                            |                      |

# Definizione dei temi materiali

| Cluster                                  | Tema                                                               | Descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | SDGs                                                                                  |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>GOVERNO SOCIETARIO</b>                | <b>Creazione di valore condiviso</b>                               | Creare valore per tutti gli stakeholder (azionisti, dipendenti e fornitori, ecc.), generando benessere per la comunità e nuova ricchezza per il paese, coinvolgendo tutti gli stakeholder                                                                                                                                                                                                                                              |    |
|                                          | <b>Continuità del business e cybersecurity</b>                     | Garantire l'affidabilità dei sistemi informatici e delle infrastrutture IT offerte ai clienti, sviluppando servizi che pongono al centro la sicurezza dei dati minimizzando i rischi di cybersecurity. Adottare politiche e procedure allineate ai migliori standard internazionali quali il Sistema di Gestione ISO 27001 per la sicurezza delle informazioni e il Sistema di Gestione ISO 9001 per la qualità dei processi aziendali |                                                                                       |
|                                          | <b>Tutela della proprietà intellettuale</b>                        | Tutelare le innovazioni tecnologiche su cui si fondano i prodotti aziendali, anche tramite l'eventuale deposito di brevetti                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |
| <b>TRANSIZIONE DIGITALE RESPONSABILE</b> | <b>Tecnologia per l'uomo - People centered</b>                     | Applicare il linguaggio naturale alla tecnologia sviluppando soluzioni IT in grado di garantire una comunicazione più semplice, intuitiva, trasparente e inclusiva con il cliente, l'utente e il cittadino. In sintesi: creare una migliore experience                                                                                                                                                                                 |                                                                                       |
|                                          | <b>Soluzioni digitali per la collettività e l'inclusione</b>       | Contribuire allo sviluppo tecnologico e digitale, fornendo servizi digitali a supporto di imprese, istituzioni e cittadini. Sviluppare soluzioni che accrescano il benessere individuale e collettivo anche negli ambiti a maggior impatto sociale, come ad esempio la sanità, e che supportino l'inclusione digitale                                                                                                                  |                                                                                       |
|                                          | <b>Soluzioni Green per i clienti</b>                               | Cogliere le opportunità offrendo ai clienti nuove soluzioni correlate a tematiche ambientali (es.: soluzioni 'Green IT' che hanno il minor impatto possibile sul clima e soluzioni 'IT for Green' per aiutarli a raggiungere le loro ambizioni di sostenibilità)                                                                                                                                                                       |  |
|                                          | <b>Digitalizzazione ed efficientamento dei processi aziendali</b>  | Abilitare la digitalizzazione dei clienti per consentire l'efficientamento dei processi aziendali mediante l'erogazione di soluzioni ad alto valore tecnologico                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
|                                          | <b>Innovazione</b>                                                 | Investire in attività di ricerca e sviluppo a supporto dell'integrazione armoniosa fra tecnologia e persona, mettendo quest'ultima al centro per supportarla nello sviluppo di soluzioni mirate e ad alto impatto sociale                                                                                                                                                                                                              |  |
|                                          | <b>Soddisfazione del cliente e qualità del prodotto e servizio</b> | Porre al centro di tutte le attività il cliente, fornendo, in modo proattivo, il miglior servizio per aggiungere valore. Comprendere le esigenze dei clienti ed offrire i migliori servizi seguendo elevati standard di qualità                                                                                                                                                                                                        |                                                                                       |
|                                          | <b>Privacy e protezione dei dati</b>                               | Tutelare la privacy dei dati personali sensibili dei clienti, operando con responsabilità nella loro gestione in conformità alle normative nazionali ed europee                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                       |

| Cluster         | Tema                                                             | Descrizione                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | SDGs                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>PERSONE</b>  | <b>Valorizzazione del capitale umano, attrazione dei talenti</b> | Creare e mantenere un'occupazione stabile e qualificata e favorire la crescita formativa dei dipendenti, stimolando il loro sviluppo professionale. Attrarre i migliori talenti e fidelizzare le persone, promuovendo un approccio al lavoro agile e orientato agli obiettivi. Creare un ecosistema con università ed enti di ricerca, promuovendo l'adesione a startup accademiche. Valorizzare la collaborazione con il mondo accademico al fine di creare collaborazioni virtuose tra accademia e impresa. | <br><br> |
|                 | <b>Benessere, salute e sicurezza sul lavoro</b>                  | Promuovere un ambiente di lavoro accogliente, stimolante e positivo per il benessere delle persone, assicurando condizioni di lavoro che garantiscano il pieno rispetto del diritto alla salute, nonché elevati standard in materia di salute e sicurezza.                                                                                                                                                                                                                                                    | <br>                                                                                     |
|                 | <b>Diversità e Inclusione</b>                                    | Favorire un contesto lavorativo inclusivo volto a garantire pari opportunità e a favorire la diversità come driver di innovazione organizzativa, promuovendo un modello di leadership al femminile. Disincentivare tutte le forme di discriminazione e promuovere la diversità generazionale, religiosa, sessuale, culturale e di genere come motore dell'innovazione e della competitività dell'azienda.                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                 | <b>Catena di fornitura responsabile</b>                          | Assicurare che la sostenibilità non si limiti alle sole operazioni dell'impresa ma venga estesa ai fornitori valutandone, oltre alla qualità, il servizio, i costi, il supporto tecnico e l'impatto sociale.                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                 | <b>Diritti umani</b>                                             | Garantire il rispetto dei diritti umani lungo tutta la catena del valore e nelle operazioni commerciali di Almaviva, assicurando le libertà fondamentali di associazione e diritti del lavoro e l'eliminazione della schiavitù moderna, del lavoro minorile e della tratta di esseri umani.                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>AMBIENTE</b> | <b>Consumi energetici e lotta al cambiamento climatico</b>       | Promuovere efficienza e riduzione dei consumi di energia all'interno dell'organizzazione, per permettere anche la riduzione delle emissioni di gas climalteranti derivanti dalle attività di business.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                 | <b>Gestione della risorsa idrica</b>                             | Garantire una gestione efficiente della risorsa idrica impiegata nelle diverse attività svolte all'interno dell'organizzazione.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                               |
|                 | <b>Economia circolare dei dispositivi elettronici</b>            | Promuovere una corretta gestione dei rifiuti dalla loro produzione all'interno dell'organizzazione fino alla loro destinazione finale nel tentativo di ridurre i loro effetti sulla salute umana e l'impatto sull'ambiente.                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                               |

## 1. Governo Societario

GRI 201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito

| Valore economico                            | Unità di misura | 2019  | 2020  | 2021  |
|---------------------------------------------|-----------------|-------|-------|-------|
| Valore economico generato                   | Milioni di Euro | 888   | 892,7 | 979,6 |
| Valore economico distribuito                | Milioni di Euro | 832,8 | 824,9 | 883,4 |
| Costi operativi                             | Milioni di Euro | 314,4 | 338,9 | 392,5 |
| Valore distribuito ai dipendenti            | Milioni di Euro | 474   | 443,5 | 442,3 |
| Valore distribuito ai fornitori di capitale | Milioni di Euro | 34,8  | 33    | 33,9  |
| Valore distribuito alla P.A.                | Milioni di Euro | 9,2   | 9,4   | 14,3  |
| Valore distribuito alla comunità            | Milioni di Euro | 0,3   | 0,2   | 0,5   |
| Valore economico trattenuto                 | Milioni di Euro | 55,2  | 67,8  | 96,2  |

GRI 405-1a: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

| Consiglio di amministrazione per genere ed età         | Genere    | Età                     | Unità di misura        | 2019            | 2020 | 2021 |   |
|--------------------------------------------------------|-----------|-------------------------|------------------------|-----------------|------|------|---|
| Membri del Consiglio di Amministrazione al 31 dicembre | Femminile | < 30 anni               | Numero di teste        | 0               | 0    | 0    |   |
|                                                        |           | Tra 30 e 50 anni        | Numero di teste        | 1               | 1    | 0    |   |
|                                                        |           | > 50 anni               | Numero di teste        | 3               | 2    | 3    |   |
|                                                        |           |                         | Numero totale di donne | Numero di teste | 4    | 3    | 3 |
|                                                        | Maschile  | < 30 anni               | Numero di teste        | 0               | 0    | 0    |   |
|                                                        |           | Tra 30 e 50 anni        | Numero di teste        | 2               | 1    | 0    |   |
| > 50 anni                                              |           | Numero di teste         | 6                      | 8               | 9    |      |   |
|                                                        |           | Numero totale di uomini | Numero di teste        | 8               | 9    | 9    |   |
|                                                        |           | Totale                  | Numero di teste        | 12              | 12   | 12   |   |

# 1. Governo Societario

GRI 405-1a: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

| Organismo di vigilanza per genere e gruppo di età | Genere    | Età                     | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------------------------------------------|-----------|-------------------------|-----------------|------|------|------|
| Membri dell'Organismo di vigilanza al 31 dicembre | Femminile | < 30 anni               | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                                   |           | Tra 30 e 50 anni        | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                                   |           | > 50 anni               | Numero di teste | 1    | 1    | 1    |
|                                                   |           | Numero totale di donne  | Numero di teste | 1    | 1    | 1    |
|                                                   |           | < 30 anni               | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                                   |           | Tra 30 e 50 anni        | Numero di teste | 1    | 1    | 1    |
|                                                   | Maschile  | > 50 anni               | Numero di teste | 1    | 1    | 1    |
|                                                   |           | Numero totale di uomini | Numero di teste | 2    | 2    | 2    |
|                                                   |           | Numero di teste         |                 | 3    | 3    | 3    |

GRI 405-1a: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti

| Collegio sindacale per genere e gruppo di età | Genere    | Età                     | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------------------|-----------|-------------------------|-----------------|------|------|------|
| Membri del Collegio Sindacale al 31 dicembre  | Femminile | < 30 anni               | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                               |           | Tra 30 e 50 anni        | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                               |           | > 50 anni               | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                               |           | Numero totale di donne  | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                               |           | < 30 anni               | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                               |           | Tra 30 e 50 anni        | Numero di teste | 0    | 0    | 0    |
|                                               | Maschile  | > 50 anni               | Numero di teste | 3    | 3    | 3    |
|                                               |           | Numero totale di uomini | Numero di teste | 3    | 3    | 3    |
|                                               |           | Numero di teste         |                 | 3    | 3    | 3    |

## 1. Governo Societario

GRI 205-1: Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione

| Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione                                                                    | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|
| Numero totale di operazioni (attività/processi) valutate come potenzialmente suscettibili di rischi legati alla corruzione | n               | 0    | 0    | 0    |
| Percentuale di operazioni (attività/processi) valutate come potenzialmente suscettibili di rischi legati alla corruzione   | %               | 0    | 0    | 0    |

GRI 205-3: Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese

| Episodi di corruzioni accertati                                                                                                                                                           | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|
| Numero totale e natura degli episodi di corruzione accertati                                                                                                                              | n               | 0    | 0    | 0    |
| Numero totale di episodi di corruzione accertati nei quali i dipendenti sono stati licenziati o sono stati oggetto di provvedimenti per corruzione                                        | n               | 0    | 0    | 0    |
| Numero totale di episodi di corruzione accertati per cui i contratti con i partner commerciali sono stati risolti o non sono stati rinnovati a causa di violazioni legate alla corruzione | n               | 0    | 0    | 0    |

KPI: Business continuity

| Problemi di rendimento nel software e nei servizi informatici (IT) forniti ai clienti                                                                                                                                                             | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 | Trend |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|-------|
| I problemi di prestazione sono definiti come qualsiasi tempo di inattività pianificato o non pianificato che causa un'interruzione, di più di 10 minuti ma inferiore o uguale a 30 minuti, nella fornitura di servizi basati sul cloud ai clienti | n               | 0    | 0    | 0    | 0%    |
| I problemi di performance includono, ma non sono limitati a, quelli causati da guasti tecnici, errori di programmazione, attacchi informatici, eventi meteorologici o disastri naturali nelle strutture di hosting                                | n               | 0    | 0    | 0    | 0%    |

| Interruzioni del servizio nel software e nei servizi IT forniti ai clienti                                                                                                                                                | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 | Trend |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|-------|
| Le interruzioni del servizio sono definite come qualsiasi interruzione pianificata o non pianificata che causa un'interruzione di più di 30 minuti nella fornitura di servizi basati su cloud ai clienti                  | n               | 0    | 1    | 1    | 0%    |
| Le interruzioni del servizio includono, ma non sono limitate a, quelle causate da guasti tecnici, errori di programmazione, attacchi informatici, eventi meteorologici o disastri naturali presso le strutture di hosting | n               | 0    | 1    | 1    | 0%    |

## 1. Governo Societario

| <b>Tempo totale di inattività dei clienti relativo a problemi di prestazioni e interruzioni del servizio in software e servizi IT forniti ai clienti</b>                                                                            | <b>Unità di misura</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> | <b>Trend</b> |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| Il tempo totale di inattività del cliente è definito come la durata dell'interruzione di ogni interruzione del servizio moltiplicata per il numero di licenze di software e servizi IT interessati, riportato in giorni di licenza. | min                    | 0           | 38.400      | 31.761      | -17%         |

GRI 206-1: Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche

| <b>Azioni legali riguardanti comportamenti anticoncorrenziali e violazioni sull'antitrust o su leggi monopolistiche nelle quali l'azienda è stata coinvolta</b> | <b>Unità di misura</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Numero di azioni legali in corso riguardanti comportamenti anticoncorrenziali e violazioni sull'antitrust o su leggi monopolistiche                             | n.                     | 0           | 0           | 0           |
| Numero di azioni legali completate riguardanti comportamenti anticoncorrenziali e violazioni sull'antitrust o su leggi monopolistiche                           | n.                     | 0           | 0           | 0           |

## 1. Transizione digitale responsabile

GRI 418-1: Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti

| Reclami                                                                                | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|
| Numero totale di reclami documentati ricevuti per violazione della privacy dei clienti | n               | 0    | 0    | 0    |
| di cui ricevuti da soggetti esterni                                                    | n               | 0    | 0    | 0    |
| di cui provenienti da organi di controllo                                              | n               | 0    | 0    | 0    |

| Furti o perdite                                                   | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|
| Numero totale di furti o perdite di dati dei clienti identificati | n               | 0    | 0    | 0    |

1. Persone

GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori

| Tipologia lavoratore                              | Tipo di contratto        | Genere               | Unità di misura        | 2019          | 2020          | 2021          |
|---------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre | tempo indeterminato      | Femminile            | Numero di teste        | 28.091        | 29.113        | 29.260        |
|                                                   |                          | Maschile             | Numero di teste        | 16.092        | 15.656        | 15.327        |
|                                                   |                          | <b>Totale</b>        | <b>Numero di teste</b> | <b>44.183</b> | <b>44.769</b> | <b>44.587</b> |
|                                                   | tempo determinato        | Femminile            | Numero di teste        | 15            | 6             | 1             |
|                                                   |                          | Maschile             | Numero di teste        | 22            | 7             | 14            |
|                                                   |                          | <b>Totale</b>        | <b>Numero di teste</b> | <b>37</b>     | <b>13</b>     | <b>15</b>     |
|                                                   | <b>Totale dipendenti</b> |                      | <b>Numero di teste</b> | <b>44.220</b> | <b>44.782</b> | <b>44.602</b> |
|                                                   | Somministrati            | Totale Somministrati | Numero di teste        | 244           | 167           | 87            |
|                                                   | <b>Totale Organico</b>   |                      | <b>Numero di teste</b> | <b>44.464</b> | <b>44.949</b> | <b>44.689</b> |

GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori

| Tipologia lavoratore                              | Tipo di contratto        | Area Geografica        | Unità di misura        | 2019          | 2020          | 2021          |
|---------------------------------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre | tempo indeterminato      | Brasile                | Numero di teste        | 32.181        | 33.043        | 32.962        |
|                                                   |                          | Italia                 | Numero di teste        | 8.866         | 8.026         | 7.696         |
|                                                   |                          | Colombia               | Numero di teste        | 1.750         | 2.265         | 2.695         |
|                                                   |                          | Romania                | Numero di teste        | 1.166         | 1.216         | 961           |
|                                                   |                          | Tunisia                | Numero di teste        | 212           | 202           | 254           |
|                                                   |                          | Belgio                 | Numero di teste        | 8             | 17            | 19            |
|                                                   | <b>Totale</b>            |                        | <b>numero di teste</b> | <b>44.183</b> | <b>44.769</b> | <b>44.587</b> |
|                                                   | tempo determinato        | Italia                 | Numero di teste        | 37            | 13            | 15            |
|                                                   |                          | <b>Totale</b>          | <b>Numero di teste</b> | <b>37</b>     | <b>13</b>     | <b>15</b>     |
|                                                   | <b>Totale dipendenti</b> |                        | <b>Numero di teste</b> | <b>44.220</b> | <b>44.782</b> | <b>44.602</b> |
| Somministrati                                     | Italia                   | Numero di teste        | 244                    | 167           | 87            |               |
| <b>Totale Organico</b>                            |                          | <b>Numero di teste</b> | <b>44.464</b>          | <b>44.949</b> | <b>44.689</b> |               |



# 1. Persone

GRI 102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori

| Tipologia lavoratore                              | Tipo di contratto    | Genere          | Unità di misura | 2019   | 2020   | 2021   |
|---------------------------------------------------|----------------------|-----------------|-----------------|--------|--------|--------|
| Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre | full-time            | Femminile       | Numero di teste | 6.206  | 6.283  | 6.853  |
|                                                   |                      | Maschile        | Numero di teste | 5.072  | 5.552  | 5.774  |
|                                                   |                      | Totale          | Numero di teste | 11.278 | 11.835 | 12.627 |
|                                                   | part-time            | Femminile       | Numero di teste | 21.900 | 22.835 | 22.408 |
|                                                   |                      | Maschile        | Numero di teste | 11.042 | 10.112 | 9.567  |
|                                                   |                      | Totale          | Numero di teste | 32.942 | 32.947 | 31.975 |
| Totale dipendenti                                 |                      | Numero di teste | 44.220          | 44.782 | 44.602 |        |
| Somministrati                                     | Totale Somministrati | Numero di teste | 244             | 167    | 87     |        |
| Totale Organico                                   |                      | Numero di teste | 44.464          | 44.949 | 44.689 |        |

GRI 102-41: Accordi di contrattazione collettiva

|                                                                | Unità di misura | 2019   | 2020   | 2021   |
|----------------------------------------------------------------|-----------------|--------|--------|--------|
| Numero di dipendenti coperti da contrattazione collettiva      | n               | 44.045 | 44.766 | 44.595 |
| Percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva | %               | 99,60% | 99,96% | 99,98% |

# 1. Persone

GRI 401-1: Nuove assunzioni e tasso di nuove assunzioni per paese dal 1° gennaio al 31 dicembre

| Paese                    | Genere                   | Età                  | Unità di misura        | 2019                   | 2020          | 2021          | Turnover positivo 2021 |            |
|--------------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|---------------|---------------|------------------------|------------|
| Brasile                  | Femminile                | < 30 anni            | Numero di teste        | 6.634                  | 7.413         | 7.726         | 68%                    |            |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste        | 5.302                  | 5.918         | 6.132         | 68%                    |            |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste        | 1.324                  | 1.457         | 1.506         | 62%                    |            |
|                          |                          | <b>Totale donne</b>  | <b>Numero di teste</b> | <b>13.260</b>          | <b>14.788</b> | <b>15.364</b> | <b>67%</b>             |            |
|                          | Maschile                 | < 30 anni            | Numero di teste        | 3.264                  | 2.594         | 2.821         | 55%                    |            |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste        | 2.616                  | 2.125         | 2.312         | 54%                    |            |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste        | 653                    | 562           | 600           | 67%                    |            |
|                          |                          | <b>Totale uomini</b> | <b>Numero di teste</b> | <b>6.533</b>           | <b>5.281</b>  | <b>5.733</b>  | <b>56%</b>             |            |
|                          | <b>Totale assunzioni</b> |                      |                        | <b>Numero di teste</b> | <b>19.793</b> | <b>20.069</b> | <b>21.097</b>          | <b>64%</b> |
|                          | Colombia                 | Femminile            | < 30 anni              | Numero di teste        | 1.017         | 973           | 1.677                  | 135%       |
| Tra 30 e 50 anni         |                          |                      | Numero di teste        | 224                    | 256           | 493           | 666%                   |            |
| > 50 anni                |                          |                      | Numero di teste        | 3                      | 2             | 10            | 111%                   |            |
| <b>Totale donne</b>      |                          |                      | <b>Numero di teste</b> | <b>1.244</b>           | <b>1.231</b>  | <b>2.180</b>  | <b>164%</b>            |            |
| Maschile                 |                          | < 30 anni            | Numero di teste        | 905                    | 768           | 1.241         | 158%                   |            |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste        | 208                    | 165           | 342           | 241%                   |            |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste        | 1                      | 0             | 7             | 78%                    |            |
|                          |                          | <b>Totale uomini</b> | <b>Numero di teste</b> | <b>1.114</b>           | <b>933</b>    | <b>1.590</b>  | <b>170%</b>            |            |
| <b>Totale assunzioni</b> |                          |                      | <b>Numero di teste</b> | <b>2.358</b>           | <b>2.164</b>  | <b>3.770</b>  | <b>166%</b>            |            |

GRI 401-1: Nuove assunzioni e tasso di nuove assunzioni per paese dal 1° gennaio al 31 dicembre

| Paese                    | Genere                   | Età                  | Unità di misura        | 2019                   | 2020       | 2021       | Turnover positivo 2021 |            |
|--------------------------|--------------------------|----------------------|------------------------|------------------------|------------|------------|------------------------|------------|
| Romania                  | Femminile                | < 30 anni            | Numero di teste        | 231                    | 340        | 197        | 46%                    |            |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste        | 119                    | 265        | 272        | 60%                    |            |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste        | 44                     | 30         | 30         | 64%                    |            |
|                          |                          | <b>Totale donne</b>  | <b>Numero di teste</b> | <b>394</b>             | <b>635</b> | <b>499</b> | <b>54%</b>             |            |
|                          | Maschile                 | < 30 anni            | Numero di teste        | 122                    | 125        | 97         | 103%                   |            |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste        | 61                     | 95         | 70         | 44%                    |            |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste        | 19                     | 26         | 9          | 26%                    |            |
|                          |                          | <b>Totale uomini</b> | <b>Numero di teste</b> | <b>202</b>             | <b>246</b> | <b>176</b> | <b>61%</b>             |            |
|                          | <b>Totale assunzioni</b> |                      |                        | <b>Numero di teste</b> | <b>596</b> | <b>881</b> | <b>675</b>             | <b>56%</b> |
|                          | Italia                   | Femminile            | < 30 anni              | Numero di teste        | 50         | 34         | 46                     | 33%        |
| Tra 30 e 50 anni         |                          |                      | Numero di teste        | 63                     | 52         | 75         | 3%                     |            |
| > 50 anni                |                          |                      | Numero di teste        | 3                      | 5          | 15         | 1%                     |            |
| <b>Totale donne</b>      |                          |                      | <b>Numero di teste</b> | <b>116</b>             | <b>91</b>  | <b>136</b> | <b>3%</b>              |            |
| Maschile                 |                          | < 30 anni            | Numero di teste        | 114                    | 141        | 148        | 30%                    |            |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste        | 235                    | 221        | 271        | 12%                    |            |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste        | 22                     | 20         | 48         | 4%                     |            |
|                          |                          | <b>Totale uomini</b> | <b>Numero di teste</b> | <b>371</b>             | <b>382</b> | <b>467</b> | <b>11%</b>             |            |
| <b>Totale assunzioni</b> |                          |                      | <b>Numero di teste</b> | <b>487</b>             | <b>473</b> | <b>603</b> | <b>8%</b>              |            |

# 1. Persone

GRI 401-1: Nuove assunzioni e tasso di nuove assunzioni per paese dal 1° gennaio al 31 dicembre

| Paese                                           | Genere                   | Età                  | Unità di misura | 2019            | 2020          | 2021          | Turnover positivo 2021 |     |
|-------------------------------------------------|--------------------------|----------------------|-----------------|-----------------|---------------|---------------|------------------------|-----|
| Tunisia                                         | Femminile                | < 30 anni            | Numero di teste | 12              | 17            | 25            | 156%                   |     |
|                                                 |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste | 11              | 8             | 19            | 30%                    |     |
|                                                 |                          | > 50 anni            | Numero di teste | 3               | 2             | 5             | 13%                    |     |
|                                                 |                          | <b>Totale donne</b>  | Numero di teste | 26              | 27            | 49            | 41%                    |     |
|                                                 | Maschile                 | < 30 anni            | Numero di teste | 9               | 0             | 18            | 360%                   |     |
|                                                 |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste | 7               | 6             | 14            | 29%                    |     |
|                                                 |                          | > 50 anni            | Numero di teste | 2               | 1             | 3             | 10%                    |     |
|                                                 |                          | <b>Totale uomini</b> | Numero di teste | 18              | 7             | 35            | 43%                    |     |
|                                                 | <b>Totale assunzioni</b> |                      |                 | Numero di teste | 44            | 34            | 84                     | 42% |
|                                                 | Belgio                   | Femminile            | < 30 anni       | Numero di teste | 0             | 0             | 1                      | 0%  |
| Tra 30 e 50 anni                                |                          |                      | Numero di teste | 3               | 5             | 3             | 43%                    |     |
| > 50 anni                                       |                          |                      | Numero di teste | 0               | 0             | 0             | 0%                     |     |
| <b>Totale donne</b>                             |                          |                      | Numero di teste | 3               | 5             | 4             | 57%                    |     |
| Maschile                                        |                          | < 30 anni            | Numero di teste | 2               | 3             | 1             | 25%                    |     |
|                                                 |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste | 2               | 3             | 0             | 0%                     |     |
|                                                 |                          | > 50 anni            | Numero di teste | 1               | 1             | 1             | 50%                    |     |
|                                                 |                          | <b>Totale uomini</b> | Numero di teste | 5               | 7             | 2             | 20%                    |     |
| <b>Totale assunzioni</b>                        |                          |                      | Numero di teste | 8               | 12            | 6             | 35%                    |     |
| <b>Totale delle assunzioni di tutti i paesi</b> |                          |                      | Numero di teste | <b>23.286</b>   | <b>23.633</b> | <b>26.235</b> | <b>59%</b>             |     |

GRI 401-1: Cessazioni e turnover per paese dal 1° gennaio al 31 dicembre

| Paese                    | Genere                   | Età                  | Unità di misura | 2019            | 2020   | 2021   | Turnover positivo 2021 |      |
|--------------------------|--------------------------|----------------------|-----------------|-----------------|--------|--------|------------------------|------|
| Brasile                  | Femminile                | < 30 anni            | Numero di teste | 6.524           | 6.599  | 7.510  | 66%                    |      |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste | 5.221           | 5.278  | 6.009  | 67%                    |      |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste | 1.304           | 1.319  | 1.501  | 62%                    |      |
|                          |                          | <b>Totale donne</b>  | Numero di teste | 13.049          | 13.196 | 15.020 | 66%                    |      |
|                          | Maschile                 | < 30 anni            | Numero di teste | 3.215           | 3.002  | 3.072  | 60%                    |      |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste | 2.583           | 2.410  | 2.470  | 58%                    |      |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste | 643             | 599    | 616    | 69%                    |      |
|                          |                          | <b>Totale uomini</b> | Numero di teste | 6.441           | 6.011  | 6.158  | 60%                    |      |
|                          | <b>Totale cessazioni</b> |                      |                 | Numero di teste | 19.490 | 19.207 | 21.178                 | 64%  |
|                          | Colombia                 | Femminile            | < 30 anni       | Numero di teste | 673    | 953    | 1.541                  | 124% |
| Tra 30 e 50 anni         |                          |                      | Numero di teste | 175             | 283    | 430    | 581%                   |      |
| > 50 anni                |                          |                      | Numero di teste | 0               | 3      | 5      | 56%                    |      |
| <b>Totale donne</b>      |                          |                      | Numero di teste | 848             | 1.239  | 1.976  | 149%                   |      |
| Maschile                 |                          | < 30 anni            | Numero di teste | 784             | 357    | 1.060  | 135%                   |      |
|                          |                          | Tra 30 e 50 anni     | Numero di teste | 208             | 52     | 300    | 211%                   |      |
|                          |                          | > 50 anni            | Numero di teste | 0               | 1      | 4      | 44%                    |      |
|                          |                          | <b>Totale uomini</b> | Numero di teste | 992             | 410    | 1.364  | 146%                   |      |
| <b>Totale cessazioni</b> |                          |                      | Numero di teste | 1.840           | 1.649  | 3.340  | 147%                   |      |

# 1. Persone

GRI 401-1: Cessazioni e turnover per paese dal 1° gennaio al 31 dicembre

| Paese             | Genere            | Età              | Unità di misura | 2019            | 2020  | 2021 | Turnover positivo 2021 |     |
|-------------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|-------|------|------------------------|-----|
| Romania           | Femminile         | < 30 anni        | Numero di teste | 401             | 257   | 223  | 53%                    |     |
|                   |                   | Tra 30 e 50 anni | Numero di teste | 335             | 229   | 397  | 87%                    |     |
|                   |                   | > 50 anni        | Numero di teste | 82              | 51    | 47   | 100%                   |     |
|                   |                   | Totale donne     | Numero di teste | 818             | 537   | 667  | 72%                    |     |
|                   | Maschile          | < 30 anni        | Numero di teste | 206             | 158   | 144  | 153%                   |     |
|                   |                   | Tra 30 e 50 anni | Numero di teste | 147             | 103   | 108  | 68%                    |     |
|                   |                   | > 50 anni        | Numero di teste | 21              | 33    | 11   | 31%                    |     |
|                   |                   | Totale uomini    | Numero di teste | 374             | 294   | 263  | 91%                    |     |
|                   | Totale cessazioni |                  |                 | Numero di teste | 1.192 | 831  | 930                    | 76% |
|                   | Italia            | Femminile        | < 30 anni       | Numero di teste | 21    | 35   | 55                     | 40% |
| Tra 30 e 50 anni  |                   |                  | Numero di teste | 523             | 666   | 390  | 14%                    |     |
| > 50 anni         |                   |                  | Numero di teste | 124             | 63    | 40   | 4%                     |     |
| Totale donne      |                   |                  | Numero di teste | 668             | 764   | 406  | 10%                    |     |
| Maschile          |                   | < 30 anni        | Numero di teste | 78              | 66    | 125  | 25%                    |     |
|                   |                   | Tra 30 e 50 anni | Numero di teste | 352             | 451   | 362  | 16%                    |     |
|                   |                   | > 50 anni        | Numero di teste | 55              | 57    | 40   | 3%                     |     |
|                   |                   | Totale uomini    | Numero di teste | 485             | 574   | 527  | 13%                    |     |
| Totale cessazioni |                   |                  | Numero di teste | 1.153           | 1.338 | 933  | 12%                    |     |

GRI 401-1: Cessazioni e turnover per paese dal 1° gennaio al 31 dicembre

| Paese             | Genere            | Età              | Unità di misura | 2019            | 2020 | 2021 | Turnover positivo 2021 |     |
|-------------------|-------------------|------------------|-----------------|-----------------|------|------|------------------------|-----|
| Tunisia           | Femminile         | < 30 anni        | Numero di teste | 12              | 12   | 10   | 63%                    |     |
|                   |                   | Tra 30 e 50 anni | Numero di teste | 10              | 11   | 8    | 13%                    |     |
|                   |                   | > 50 anni        | Numero di teste | 2               | 3    | 2    | 5%                     |     |
|                   |                   | Totale donne     | Numero di teste | 24              | 26   | 20   | 17%                    |     |
|                   | Maschile          | < 30 anni        | Numero di teste | 9               | 9    | 7    | 140%                   |     |
|                   |                   | Tra 30 e 50 anni | Numero di teste | 6               | 7    | 4    | 8%                     |     |
|                   |                   | > 50 anni        | Numero di teste | 2               | 2    | 1    | 3%                     |     |
|                   |                   | Totale uomini    | Numero di teste | 17              | 18   | 12   | 15%                    |     |
|                   | Totale cessazioni |                  |                 | Numero di teste | 41   | 44   | 32                     | 16% |
|                   | Belgio            | Femminile        | < 30 anni       | Numero di teste | 0    | 0    | 0                      | 0%  |
| Tra 30 e 50 anni  |                   |                  | Numero di teste | 0               | 1    | 2    | 29%                    |     |
| > 50 anni         |                   |                  | Numero di teste | 0               | 0    | 0    | 0%                     |     |
| Totale donne      |                   |                  | Numero di teste | 0               | 1    | 2    | 29%                    |     |
| Maschile          |                   | < 30 anni        | Numero di teste | 0               | 1    | 1    | 25%                    |     |
|                   |                   | Tra 30 e 50 anni | Numero di teste | 0               | 1    | 1    | 25%                    |     |
|                   |                   | > 50 anni        | Numero di teste | 0               | 0    | 0    | 0%                     |     |
|                   |                   | Totale uomini    | Numero di teste | 0               | 2    | 2    | 20%                    |     |
| Totale cessazioni |                   |                  | Numero di teste | 0               | 3    | 4    | 24%                    |     |

|                                                 |                 |               |               |               |            |
|-------------------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|------------|
| <b>Totale delle cessazioni di tutti i paesi</b> | Numero di teste | <b>23.716</b> | <b>23.072</b> | <b>26.417</b> | <b>59%</b> |
|-------------------------------------------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|------------|

## 1. Persone

GRI 403-9: Infortuni sul lavoro. Il perimetro di questi dati include le Società di: Brasile, Italia, Colombia e Tunisia i cui dati sono disponibili

| Dipendenti                                                                                                                                   | Unità di misura | 2019       | 2020       | 2021        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|------------|------------|-------------|
| Ore lavorate                                                                                                                                 | n               | 97.793.742 | 69.960.076 | 184.857.163 |
| Numero Totale di infortuni sul lavoro registrabili, inclusi i decessi                                                                        | n               | 172        | 138        | 169         |
| di cui incidenti in itinere (solo se il trasporto è stato organizzato dall'azienda e gli spostamenti sono avvenuti entro l'orario di lavoro) | n               | 79         | 58         | 69          |
| di cui infortuni sul lavoro con assenza da 1 a 3 giorni                                                                                      | n               | 1          | 0          | 0           |
| di cui infortuni sul lavoro con assenza superiore a 3 giorni                                                                                 | n               | 70         | 15         | 3           |
| Numero Totale di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze (>6 mesi di assenza), escludendo i decessi                                       | n               | 10         | 15         | 11          |
| Numero Totale di decessi a seguito di infortunio sul lavoro                                                                                  | n               | 0          | 0          | 0           |
| Tasso degli infortuni sul lavoro registrabili                                                                                                | -               | 1,759      | 1,973      | 0,914       |
| Tasso degli infortuni sul lavoro con gravi conseguenze                                                                                       | -               | 0,102      | 0,214      | 0,060       |
| Tasso di decessi                                                                                                                             | -               | 0,000      | 0,000      | 0,000       |

GRI 403-9: Ore medie di formazione annua per dipendente. Il perimetro di questi dati include le Società di: Brasile, Italia, Colombia e Tunisia i cui dati sono disponibili

| Ore di formazione per categoria di occupazione | Unità di misura | 2019           |                 |                  | 2020           |                 |                  | 2021           |                 |                  |
|------------------------------------------------|-----------------|----------------|-----------------|------------------|----------------|-----------------|------------------|----------------|-----------------|------------------|
|                                                |                 | Procapita uomo | Procapita donna | Procapita Totale | Procapita uomo | Procapita donna | Procapita Totale | Procapita uomo | Procapita donna | Procapita Totale |
| Ore di formazione fornite ai dirigenti         | h               | 11             | 12              | 11               | 11             | 10              | 11               | 13             | 14              | 14               |
| Ore di formazione fornite ai quadri            | h               | 15             | 17              | 16               | 15             | 12              | 14               | 26             | 18              | 22               |
| Ore di formazione fornite agli impiegati       | h               | 45             | 43              | 44               | 49             | 51              | 50               | 52             | 51              | 52               |
| Totale ore di formazione fornite ai dipendenti | h               | 44             | 43              | 43               | 48             | 50              | 49               | 50             | 51              | 51               |

GRI 405-1 (b): Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti per genere

| Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre divisi per categoria di lavoro e genere | Unità di misura | 2019   |        | 2020   |        | 2021   |        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                                                                                           |                 | Donne  | Uomini | Donne  | Uomini | Donne  | Uomini |
| Dirigenti                                                                                 | numero di teste | 58     | 183    | 59     | 188    | 64     | 209    |
| Quadri                                                                                    | numero di teste | 312    | 564    | 310    | 586    | 325    | 607    |
| Impiegati                                                                                 | numero di teste | 27.732 | 15.368 | 28.751 | 14.885 | 28.870 | 14.524 |
| Operai                                                                                    | numero di teste | 2      | 1      | 2      | 1      | 2      | 1      |
| Totale                                                                                    | numero di teste | 28.104 | 16.116 | 29.122 | 15.660 | 29.261 | 15.341 |

## 1. Persone

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti per fasce d'età

| Dipendenti con contratto di lavoro al 31 dicembre divisi per categoria di lavoro e gruppo di età | Unità di misura        | 2019          |                  |              | 2020          |                  |              | 2021          |                  |              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|---------------|------------------|--------------|---------------|------------------|--------------|---------------|------------------|--------------|
|                                                                                                  |                        | < 30 anni     | Tra 30 e 50 anni | > 50 anni    | < 30 anni     | Tra 30 e 50 anni | > 50 anni    | < 30 anni     | Tra 30 e 50 anni | > 50 anni    |
| Dirigenti                                                                                        | numero di teste        | 3             | 104              | 134          | 11            | 95               | 141          | 4             | 109              | 161          |
| Quadri                                                                                           | numero di teste        | 13            | 288              | 575          | 59            | 278              | 559          | 17            | 363              | 556          |
| Impiegati                                                                                        | numero di teste        | 18.526        | 19.515           | 5.059        | 19.577        | 18.919           | 5.140        | 19.748        | 18.434           | 5.207        |
| Operai                                                                                           | numero di teste        | 0             | 1                | 2            | 0             | 1                | 2            | 0             | 1                | 2            |
| <b>Totale</b>                                                                                    | <b>numero di teste</b> | <b>18.542</b> | <b>19.908</b>    | <b>5.770</b> | <b>19.647</b> | <b>19.293</b>    | <b>5.842</b> | <b>19.769</b> | <b>18.907</b>    | <b>5.926</b> |

GRI 412-1 Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto. Il perimetro di questi dati include le Società di: Brasile, Italia e Colombia i cui dati sono disponibili

| Attività                                                               | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|
| Numero Totale di attività oggetto di verifiche o valutazioni d'impatto | n               | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Percentuale attività oggetto di verifiche o valutazioni d'impatto      | %               | 0%   | 0%   | 0%   |

GRI 414-1: Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali. Il perimetro di questi dati include le Società italiane i cui dati sono disponibili

| Tipo                                                            | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|
| Numero Totale di nuovi fornitori                                | n               | 903  | 361  | 365  |
| Numero di nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali      | n               | 508  | 137  | 148  |
| Percentuale di nuovi fornitori valutati secondo criteri sociali | %               | 56%  | 38%  | 41%  |

GRI 308-1 Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali. Il perimetro di questi dati include le Società italiane i cui dati sono disponibili

| Tipo                                                            | Unità di misura | 2019 | 2020 | 2021 |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------|------|------|------|
| Numero Totale di nuovi fornitori                                | n.              | 903  | 361  | 365  |
| Numero di nuovi fornitori valutati secondo criteri ambientali   | n.              | 508  | 137  | 148  |
| Percentuale nuovi fornitori valutati secondo criteri ambientali | %               | 56%  | 38%  | 41%  |

# 1. Ambiente

GRI 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione

| Consumi diretti all'interno dell'organizzazione da fonti energetiche non rinnovabili | Unità di misura | 2019    | 2020    | 2021    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------|---------|---------|
| Fonti non rinnovabili                                                                |                 |         |         |         |
| Gasolio                                                                              |                 | 19      | 635     | 88      |
| Metano                                                                               |                 | 9.934   | 9.878   | 10.930  |
| Diesel                                                                               | Gj              | 10.688  | 8.519   | 7.201   |
| Benzina                                                                              |                 | 923     | 1.790   | 2.926   |
| GPL                                                                                  |                 | 105     | 132     | 319     |
| Consumo indiretto energia elettrica da fonti non rinnovabili                         |                 |         |         |         |
| Energia elettrica acquistata                                                         |                 | 222.061 | 195.839 | 192.177 |
| Consumi energetici totali                                                            | Gj              | 243.729 | 216.794 | 213.641 |

305-1: Emissioni dirette di GHG (Scopo 1)

| Emissioni dirette - scopo 1 | Unità di misura    | 2019         | 2020         | 2021         |
|-----------------------------|--------------------|--------------|--------------|--------------|
| Gasolio                     |                    | 1            | 45           | 6            |
| Metano                      |                    | 566          | 561          | 560          |
| Diesel                      | tCO <sub>2</sub> e | 750          | 598          | 507          |
| Benzina                     |                    | 62           | 120          | 196          |
| GPL                         |                    | 6            | 8            | 19           |
| <b>Totale scope 1</b>       |                    | <b>1.385</b> | <b>1.331</b> | <b>1.288</b> |

305-2: Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scopo 2)

| Emissioni indirette - scopo 2                              | Unità di misura    | 2019          | 2020          | 2021          |
|------------------------------------------------------------|--------------------|---------------|---------------|---------------|
| Emissioni da consumi di energia elettrica - Location based |                    | 15.483        | 12.669        | 11.338        |
| <b>Totale - scopo 1 e 2</b>                                | tCO <sub>2</sub> e | <b>16.869</b> | <b>14.000</b> | <b>12.626</b> |

## 1. Ambiente

306-3: Rifiuti generati per categoria. I dati sui rifiuti si riferiscono alle Società dei paesi Italia e Brasile (per quest'ultimo sono disponibili solo i dati del 2021)

| Rifiuti generati                           | Unità di misura   | 2019       | 2020       | 2021       |
|--------------------------------------------|-------------------|------------|------------|------------|
| <b>Rifiuti generati totali</b>             | <b>Tonnellate</b> | <b>142</b> | <b>175</b> | <b>368</b> |
| Rifiuti pericolosi:                        | Tonnellate        | 9          | 10         | 9          |
| Ingombranti                                | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Carta                                      | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Apparecchiature elettriche ed elettroniche | Tonnellate        | 6          | 4          | 9          |
| Fanghi delle fosse settiche                | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Metalli                                    | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Materiali di costruzione/demolizione       | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Imballaggi misti                           | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Plastica                                   | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Rifiuti urbani non differenziati           | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Toner                                      | Tonnellate        | 0          | 0          | 0          |
| Batterie                                   | Tonnellate        | 1          | 6          | 0          |

|                                            |            |     |     |     |
|--------------------------------------------|------------|-----|-----|-----|
| Biomassa                                   | Tonnellate | 0   | 0   | 0   |
| Altro                                      | Tonnellate | 2   | 0   | 0   |
| Rifiuti non pericolosi:                    | Tonnellate | 133 | 165 | 358 |
| Ingombranti                                | Tonnellate | 53  | 55  | 156 |
| Carta                                      | Tonnellate | 9   | 67  | 78  |
| Apparecchiature elettriche ed elettroniche | Tonnellate | 31  | 22  | 36  |
| Fanghi delle fosse settiche                | Tonnellate | 29  | 0   | 36  |
| Metalli                                    | Tonnellate | 2   | 10  | 13  |
| Materiali di costruzione/demolizione       | Tonnellate | 1   | 8   | 0   |
| Imballaggi misti                           | Tonnellate | 1   | 0   | 5   |
| Plastica                                   | Tonnellate | 1   | 1   | 7   |
| Rifiuti urbani non differenziati           | Tonnellate | 3   | 0   | 0   |
| Toner                                      | Tonnellate | 1   | 1   | 1   |
| Batterie                                   | Tonnellate | 0   | 0   | 0   |
| Biomassa                                   | Tonnellate | 0   | 0   | 0   |
| Altro (include Legno, vetro, ecc.)         | Tonnellate | 1   | 1   | 26  |



## 1. Ambiente

306-4,5: Rifiuti pericolosi e non pericolosi

| Rifiuti destinati                                 | Unità di misura   | 2019       | 2020       | 2021       |
|---------------------------------------------------|-------------------|------------|------------|------------|
| <b>Rifiuti generati totali</b>                    | <b>Tonnellate</b> | <b>142</b> | <b>175</b> | <b>368</b> |
| <b>Rifiuti pericolosi</b>                         | <b>Tonnellate</b> | <b>9</b>   | <b>10</b>  | <b>10</b>  |
| Rifiuti pericolosi destinati al recupero          | Tonnellate        | 7          | 10         | 10         |
| Rifiuti pericolosi destinati allo smaltimento     | Tonnellate        | 2          | 0          | 0          |
| <b>Rifiuti non pericolosi</b>                     | <b>Tonnellate</b> | <b>133</b> | <b>165</b> | <b>358</b> |
| Rifiuti non pericolosi destinati al recupero      | Tonnellate        | 104        | 165        | 297        |
| Rifiuti non pericolosi destinati allo smaltimento | Tonnellate        | 29         | 0          | 61         |

303-3 prelievi idrici

| Prelievi idrici suddivisi per fonti                                      | Unità di misura      | 2019             |                         | 2020             |                         | 2021             |                         |
|--------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------|-------------------------|------------------|-------------------------|------------------|-------------------------|
|                                                                          |                      | Da tutte le aree | Da aree a stress idrico | Da tutte le aree | Da aree a stress idrico | Da tutte le aree | Da aree a stress idrico |
| Risorse idriche di terze parti (acquedotto)                              | m <sup>3</sup>       | 96.678           | 86.623                  | 93.308           | 84.536                  | 114.912          | 103.772                 |
| di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)              | m <sup>3</sup>       | 96.678           | 86.623                  | 93.308           | 84.536                  | 114.912          | 103.772                 |
| di cui altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali) | m <sup>3</sup>       | 0                | 0                       | 0                | 0                       | 0                | 0                       |
| Acque di superficie                                                      | m <sup>3</sup>       | 72.471           | 0                       | 73.677           | 0                       | 111.704          | 0                       |
| di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)              | m <sup>3</sup>       | 72.471           | 0                       | 73.677           | 0                       | 111.704          | 0                       |
| di cui altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali) | m <sup>3</sup>       | 0                | 0                       | 0                | 0                       | 0                | 0                       |
| <b>Totale</b>                                                            | <b>m<sup>3</sup></b> | <b>169.149</b>   | <b>86.623</b>           | <b>166.985</b>   | <b>84.536</b>           | <b>226.616</b>   | <b>103.772</b>          |
| di cui acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)              | m <sup>3</sup>       | 169.149          | 86.623                  | 166.985          | 84.536                  | 226.616          | 103.772                 |
| di cui altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali) | m <sup>3</sup>       | 0                | 0                       | 0                | 0                       | 0                | 0                       |

5. GRI Content Index

| GRI Standard                        | Disclosure | Descrizione                                                               | Paragrafo di riferimento                                                                                 |
|-------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GRI 102 – Informativa generale 2016 |            |                                                                           |                                                                                                          |
|                                     | 102-1      | Nome dell'organizzazione                                                  | Copertina                                                                                                |
|                                     | 102-2      | Attività, marchi, prodotti e servizi                                      | 1.2.2 Le aree di Business<br>1.3.1 Il modello di Business                                                |
|                                     | 102-3      | Luogo della sede principale                                               | Retro cover                                                                                              |
|                                     | 102-4      | Luogo delle attività                                                      | 1.2 Il Gruppo AlmavivA                                                                                   |
|                                     | 102-5      | Proprietà e forma giuridica                                               | Copertina                                                                                                |
|                                     | 102-6      | Mercati serviti                                                           | 1.2 Il gruppo AlmavivA                                                                                   |
| <b>Profilo organizzativo</b>        | 102-7      | Dimensione dell'organizzazione                                            | Highlight<br>2.1 La creazione di valore condiviso<br>4.1 Le persone di AlmavivA                          |
|                                     | 102-8      | Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori                        | 4.1 Le persone di AlmavivA<br>6.4 Tabelle di performance (Persone)                                       |
|                                     | 102-9      | Catena di fornitura                                                       | 4.5 La catena di fornitura responsabile                                                                  |
|                                     | 102-10     | Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura | Non si sono verificati cambiamenti nella catena di fornitura                                             |
|                                     | 102-11     | Principio di precauzione                                                  | 5.2.1 La gestione e il controllo dei rischi ambientali                                                   |
|                                     | 102-12     | Iniziative esterne                                                        | 1.4 Stakeholder Engagement                                                                               |
|                                     | 102-13     | Adesione ad associazioni                                                  | 1.4 Stakeholder Engagement<br>4.4 Inclusione, rispetto e valorizzazione dell'unicità di tutte le persone |
| <b>Strategia</b>                    | 102-14     | Dichiarazione di un alto dirigente                                        | Lettera agli Stakeholder                                                                                 |
|                                     | 102-15     | Impatti chiave, rischi e opportunità                                      | 5.2.1 La gestione e il controllo dei rischi ambientali                                                   |
| <b>Etica e integrità</b>            | 102-16     | Valori, principi, standard e norme di comportamento                       | 2.3.1 I valori fondanti di AlmavivA                                                                      |
| <b>Governance</b>                   | 102-18     | Struttura della governance                                                | 2.2 Il modello di governo societario                                                                     |
|                                     | 102-22     | Composizione del massimo organo di governo e relativi comitati            | 2.2 Il modello di governo societario                                                                     |
|                                     | 102-23     | Presidente del massimo organo di governo                                  | 2.2 Il modello di governo societario                                                                     |

| GRI Standard                               | Disclosure | Descrizione                                                               | Paragrafo di riferimento                                                                                        |
|--------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| GRI 102 – Informativa generale 2016        |            |                                                                           |                                                                                                                 |
| <b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>    | 102-40     | Elenco dei gruppi di stakeholder                                          | 1.4 Stakeholder Engagement                                                                                      |
|                                            | 102-41     | Percentuale di dipendenti coperti da accordi di contrattazione collettiva | 6.4 Tabelle di performance (Persone)                                                                            |
|                                            | 102-42     | Individuazione e selezione degli stakeholder                              | 1.4 Stakeholder Engagement                                                                                      |
|                                            | 102-43     | Modalità di coinvolgimento degli stakeholder                              | 1.4 Stakeholder Engagement<br>1.5 I temi di sostenibilità rilevanti                                             |
|                                            | 102-44     | Temi e criticità chiave sollevati                                         | 1.5 I temi di sostenibilità rilevanti                                                                           |
|                                            | 102-45     | Soggetti inclusi nel bilancio consolidato ed esclusi dal BS               | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
|                                            | 102-46     | Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi                 | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
|                                            | 102-47     | Elenco dei temi materiali                                                 | 6.3 Definizione dei temi materiali                                                                              |
|                                            | 102-48     | Revisione delle informazioni                                              | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
|                                            | 102-49     | Modifiche nella rendicontazione                                           | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
| <b>Pratiche di rendicontazione</b>         | 102-50     | Periodo di rendicontazione                                                | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
|                                            | 102-51     | Data del report più recente                                               | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
|                                            | 102-52     | Periodicità della rendicontazione                                         | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
|                                            | 102-53     | Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report                | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
|                                            | 102-54     | Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards        | 6.1.1 Principi e criteri di reporting                                                                           |
|                                            | 102-55     | Indice dei contenuti GRI                                                  | 6.5 GRI Content Index                                                                                           |
|                                            | 102-56     | Assurance esterna                                                         | Relazione della società di revisione                                                                            |
| Aspetti economici (GRI 200)                |            |                                                                           |                                                                                                                 |
| <b>GRI 201 Performance economiche 2016</b> | 103-1      |                                                                           | 2.1 Il Gruppo AlmavivA: insieme per la creazione di valore condiviso                                            |
|                                            | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                          | 6.2 Tabelle di correlazione                                                                                     |
|                                            | 103-3      |                                                                           |                                                                                                                 |
|                                            | 201-1      | Valore economico direttamente generato e distribuito                      | 2.1 Il Gruppo AlmavivA: insieme per la creazione di valore condiviso<br>6.4 Tabelle di performance (Governance) |

5. GRI Content Index

| GRI Standard                                         | Disclosure | Descrizione                                                                             | Paragrafo di riferimento                                                        |
|------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| Aspetti economici (GRI 200)                          |            |                                                                                         |                                                                                 |
| <b>GRI 205 Anticorruzione 2016</b>                   | 205-1      | Operazioni valutate per i rischi legati alla corruzione                                 | 6.4 Tabelle di performance (Governance)                                         |
|                                                      | 205-3      | Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese                                     | 6.4 Tabelle di performance (Governance)                                         |
| <b>GRI 206 Comportamento anticoncorrenziale 2016</b> | 206-1      | Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche | 6.4 Tabelle di performance (Governance)                                         |
| Aspetti ambientali (GRI 300)                         |            |                                                                                         |                                                                                 |
| <b>GRI 302 Energia 2016</b>                          | 103-1      |                                                                                         |                                                                                 |
|                                                      | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                                        | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.2 Tabelle di correlazione           |
|                                                      | 103-3      |                                                                                         |                                                                                 |
|                                                      | 302-1      | Energia consumata all'interno dell'organizzazione                                       | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.4 Tabelle di performance (Ambiente) |
| <b>GRI 303 Acqua e scarichi idrici 2018</b>          | 103-1      |                                                                                         |                                                                                 |
|                                                      | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                                        | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.2 Tabelle di correlazione           |
|                                                      | 103-3      |                                                                                         |                                                                                 |
|                                                      | 303-3      | Prelievo idrico                                                                         | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.4 Tabelle di performance (Ambiente) |
| <b>GRI 305 Emissioni 2016</b>                        | 103-1      |                                                                                         |                                                                                 |
|                                                      | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                                        | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.2 Tabelle di correlazione           |
|                                                      | 103-3      |                                                                                         |                                                                                 |
|                                                      | 305-1      | Emissioni dirette di GHG (Scope 1)                                                      | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.4 Tabelle di performance (Ambiente) |
|                                                      | 305-2      | Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)                              | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.4 Tabelle di performance (Ambiente) |
| <b>GRI 306 Rifiuti 2020</b>                          | 103-1      |                                                                                         |                                                                                 |
|                                                      | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                                        | 5.2.3 Aspetti ambientali significativi<br>6.2 Tabelle di correlazione           |
|                                                      | 103-3      |                                                                                         |                                                                                 |
|                                                      | 306-1      | Produzione dei rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti                      | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi                                          |
|                                                      | 306-2      | Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti                                | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi                                          |

| GRI Standard                                              | Disclosure | Descrizione                                                                                                            | Paragrafo di riferimento                                                            |
|-----------------------------------------------------------|------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Aspetti ambientali (GRI 300)                              |            |                                                                                                                        |                                                                                     |
| <b>GRI 306 Rifiuti 2020</b>                               | 306-3      | Rifiuti prodotti                                                                                                       | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.4 Tabelle di performance (Ambiente)     |
|                                                           | 306-4      | Rifiuti non destinati a smaltimento                                                                                    | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.4 Tabelle di performance (Ambiente)     |
|                                                           | 306-5      | Rifiuti destinati a smaltimento                                                                                        | 5.2.2 Aspetti ambientali significativi<br>6.4 Tabelle di performance (Ambiente)     |
| <b>GRI 307: Compliance ambientale 2016</b>                | 103-1      |                                                                                                                        |                                                                                     |
|                                                           | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                                                                       | 5.2 Gli impatti ambientali di Almaviva                                              |
|                                                           | 103-3      |                                                                                                                        |                                                                                     |
|                                                           | 307-1      | Non conformità con leggi e normative in materia ambientale                                                             | Non sono state riscontrate non conformità in materia nel periodo di rendicontazione |
| <b>GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori 2016</b> | 103-1      |                                                                                                                        |                                                                                     |
|                                                           | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                                                                       | 4.5 La catena di fornitura responsabile<br>6.2 Tabelle di correlazione              |
|                                                           | 103-3      |                                                                                                                        |                                                                                     |
|                                                           | 308-1      | Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri ambientali                    | 4.5 La catena di fornitura responsabile<br>6.4 Tabelle di performance (Persone)     |
| Aspetti sociali (GRI 400)                                 |            |                                                                                                                        |                                                                                     |
| <b>GRI 401 Occupazione 2016</b>                           | 103-1      |                                                                                                                        |                                                                                     |
|                                                           | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                                                                       | 4.2 La centralità delle persone<br>6.2 Tabelle di correlazione                      |
|                                                           | 103-3      |                                                                                                                        |                                                                                     |
|                                                           | 401-1      | Nuove assunzioni e turnover                                                                                            | 4.2.3 Attrazione dei migliori talenti<br>6.4 Tabelle di performance (Persone)       |
|                                                           | 401-2      | Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato | 4.3.1 Cura del benessere                                                            |
| <b>GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b>         | 103-1      |                                                                                                                        |                                                                                     |
|                                                           | 103-2      | Approccio alla gestione del tema                                                                                       | 4.3.2 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro<br>6.2 Tabelle di correlazione  |
|                                                           | 103-3      |                                                                                                                        |                                                                                     |
|                                                           | 403-1      | Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro                                                                | 4.3.2 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro                                 |

5. GRI Content Index

| GRI Standard                                      | Disclosure                                                                                            | Descrizione                                                                                                                 | Paragrafo di riferimento                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Aspetti sociali (GRI 400)                         |                                                                                                       |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                       |
| <b>GRI 403 Salute e sicurezza sul lavoro 2018</b> | 403-2                                                                                                 | Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli Incidenti                                             | 4.3.2 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                   |
|                                                   | 403-3                                                                                                 | Servizi di medicina del lavoro                                                                                              | 4.3.2 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                   |
|                                                   | 403-4                                                                                                 | Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro                   | 4.3.2 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                   |
|                                                   | 403-5                                                                                                 | Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro                                                       | 4.3.2 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                   |
|                                                   | 403-6                                                                                                 | Promozione della salute dei lavoratori                                                                                      | 4.3.2 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                   |
|                                                   | 403-7                                                                                                 | Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali | 4.3.2 Tutela della salute e la sicurezza sul lavoro                                                                                                                                                   |
|                                                   | 403-9                                                                                                 | Infortuni sul lavoro                                                                                                        | 6.4 Tabelle di performance                                                                                                                                                                            |
| <b>GRI 404 Educazione e formazione 2016</b>       | 103-1                                                                                                 | Approccio alla gestione del tema                                                                                            | 4.2.2 Supporto alla crescita e valorizzazione delle persone                                                                                                                                           |
|                                                   | 103-2                                                                                                 |                                                                                                                             | 6.2 Tabelle di correlazione                                                                                                                                                                           |
|                                                   | 103-3                                                                                                 |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                       |
|                                                   | 404-1                                                                                                 | Ore medie di formazione annua per dipendente                                                                                | 4.2.2 Supporto alla crescita e valorizzazione delle persone<br>6.4 Tabelle di performance (Persone)                                                                                                   |
| 404-2                                             | Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione | 4.2.2 Supporto alla crescita e valorizzazione delle persone                                                                 |                                                                                                                                                                                                       |
| <b>GRI 405 Diversità e pari opportunità 2016</b>  | 103-1                                                                                                 | Approccio alla gestione del tema                                                                                            | 4.4 Inclusione, rispetto e valorizzazione dell'unicità di tutte le persone                                                                                                                            |
|                                                   | 103-2                                                                                                 |                                                                                                                             | 6.2 Tabelle di correlazione                                                                                                                                                                           |
|                                                   | 103-3                                                                                                 |                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                       |
|                                                   | 405-1                                                                                                 | Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti                                                                        | 2.2 Il modello di governo societario<br>6.4 Tabelle di performance (Governance)<br>4.4 Inclusione, rispetto e valorizzazione dell'unicità di tutte le persone<br>6.4 Tabelle di performance (Persone) |

| GRI Standard                                                            | Disclosure | Descrizione                                                                                                          | Paragrafo di riferimento                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Aspetti sociali (GRI 400)                                               |            |                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>GRI 406 Non discriminazione 2016</b>                                 | 103-1      | Approccio alla gestione del tema                                                                                     | 4.4 Inclusione, rispetto e valorizzazione dell'unicità di tutte le persone              |
|                                                                         | 103-2      |                                                                                                                      | 6.2 Tabelle di correlazione                                                             |
|                                                                         | 103-3      |                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>GRI 407 Libertà di associazione e contrattazione collettiva 2016</b> | 406-1      | Episodi di discriminazione e misure correttive adottate                                                              | Non si sono verificati episodi di discriminazione durante il periodo di rendicontazione |
|                                                                         | 103-1      | Approccio alla gestione del tema                                                                                     | 4.5 La catena di fornitura responsabile                                                 |
|                                                                         | 103-2      |                                                                                                                      | 6.2 Tabelle di correlazione                                                             |
| 103-3                                                                   |            |                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>GRI 412 Valutazione del rispetto dei diritti umani 2016</b>          | 407-1      | Attività e fornitori in cui il diritto alla libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere a rischio | 4.5 La catena di fornitura responsabile                                                 |
|                                                                         | 103-1      | Approccio alla gestione del tema                                                                                     | 4.5 La catena di fornitura responsabile                                                 |
|                                                                         | 103-2      |                                                                                                                      | 6.2 Tabelle di correlazione                                                             |
| 103-3                                                                   |            |                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>GRI 414 Valutazione sociale dei fornitori 2016</b>                   | 412-1      | Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto         | 4.5 La catena di fornitura responsabile                                                 |
|                                                                         | 103-1      | Approccio alla gestione del tema                                                                                     | 4.5 La catena di fornitura responsabile                                                 |
|                                                                         | 103-2      |                                                                                                                      | 6.2 Tabelle di correlazione                                                             |
| 103-3                                                                   |            |                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>GRI 418 Privacy dei clienti 2016</b>                                 | 414-1      | Nuovi fornitori che sono stati sottoposti a valutazione attraverso l'utilizzo di criteri sociali                     | 4.5 La catena di fornitura responsabile<br>6.4 Tabelle di performance (Persone)         |
|                                                                         | 103-1      | Approccio alla gestione del tema                                                                                     | 3.3.2 Protezione dei dati e della privacy                                               |
|                                                                         | 103-2      |                                                                                                                      | 6.2 Tabelle di correlazione                                                             |
| 103-3                                                                   |            |                                                                                                                      |                                                                                         |
| <b>GRI 419 Compliance socioeconomica 2016</b>                           | 418-1      | Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti                 | 3.3.2 Protezione dei dati e della privacy<br>6.4 Tabelle di performance (Governance)    |
|                                                                         | 419-1      | Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica                                                 | Non sono state riscontrate non conformità in materia nel periodo di rendicontazione     |

5. GRI Content Index

| GRI Standard                                                       | Disclosure | Descrizione                      | Paragrafo di riferimento                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Temi materiali AlmavivA non associati ai GRI material topics       |            |                                  |                                                                                                                                                  |
| <b>Continuità del business e cybersecurity</b>                     | 103-1      | Approccio alla gestione del tema | 2.4 Continuità del business: efficienza e Cybersecurity<br>6.2 Tabelle di correlazione                                                           |
|                                                                    | 103-2      |                                  |                                                                                                                                                  |
|                                                                    | 103-3      |                                  |                                                                                                                                                  |
| <b>Digitalizzazione ed efficientamento dei processi aziendali</b>  | 103-1      | Approccio alla gestione del tema | 1.3 Visione e strategia: un modello di business integrato<br>3.1. AlmavivA: una transizione digitale responsabile<br>6.2 Tabelle di correlazione |
|                                                                    | 103-2      |                                  |                                                                                                                                                  |
|                                                                    | 103-3      |                                  |                                                                                                                                                  |
| <b>Innovazione</b>                                                 | 103-1      | Approccio alla gestione del tema | 3.2 L'ecosistema dell'innovazione<br>6.2 Tabelle di correlazione                                                                                 |
|                                                                    | 103-2      |                                  |                                                                                                                                                  |
|                                                                    | 103-3      |                                  |                                                                                                                                                  |
| <b>Soddisfazione del cliente e qualità del prodotto e servizio</b> | 103-1      | Approccio alla gestione del tema | 3.3.1 La soddisfazione dei clienti grazie alla qualità dei prodotti e servizi<br>6.2 Tabelle di correlazione                                     |
|                                                                    | 103-2      |                                  |                                                                                                                                                  |
|                                                                    | 103-3      |                                  |                                                                                                                                                  |
| <b>Soluzioni digitali per la collettività e l'inclusione</b>       | 103-1      | Approccio alla gestione del tema | 1.3 Visione e strategia: un modello di business integrato<br>3.1. AlmavivA: una transizione digitale responsabile<br>6.2 Tabelle di correlazione |
|                                                                    | 103-2      |                                  |                                                                                                                                                  |
|                                                                    | 103-3      |                                  |                                                                                                                                                  |
| <b>Soluzioni green per i clienti</b>                               | 103-1      | Approccio alla gestione del tema | 1.3 Visione e strategia: un modello di business integrato<br>3.1. AlmavivA: una transizione digitale responsabile<br>6.2 Tabelle di correlazione |
|                                                                    | 103-2      |                                  |                                                                                                                                                  |
|                                                                    | 103-3      |                                  |                                                                                                                                                  |
| <b>Tecnologia per l'uomo - People centered</b>                     | 103-1      | Approccio alla gestione del tema | 1.3 Visione e strategia: un modello di business integrato<br>3.1 AlmavivA: una transizione digitale responsabile<br>6.2 Tabelle di correlazione  |
|                                                                    | 103-2      |                                  |                                                                                                                                                  |

# Relazione della Società di Revisione



KPMG S.p.A.  
Revisione e organizzazione contabile  
Via Curtatone, 3  
00185 ROMA RM  
Telefono +39 06 80961.1  
Email it-fmauditaly@kpmg.it  
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

## Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità

Al Consiglio di Amministrazione della  
Almaviva S.p.A.

Siamo stati incaricati di effettuare un esame limitato ("limited assurance engagement") del Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Almaviva (di seguito anche "il Gruppo") relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021.

### Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori della Almaviva S.p.A. sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards"), come descritto nel paragrafo "Principi e criteri di reporting" del Bilancio di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

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

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code) emesso dall'International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1) e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

KPMG S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano e fa parte del network KPMG di entità indipendenti affiliate a KPMG International Limited, società di diritto inglese.

Società per azioni  
Capitale sociale  
Euro 10.415.000,00 i.v.  
Registro Imprese Milano Monza Brianza Lodi  
e Codice Fiscale N. 00709600159  
R.E.A. Milano N. 012867  
Partita IVA 00709600159  
VAT number IT00709600159  
Sede legale: Via Vitor Pisani, 25  
20124 Milano MI ITALIA



Gruppo Almaviva  
Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità  
31 dicembre 2021

### Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito anche "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi di limited assurance. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1) analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- 2) comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo "Il Gruppo Almaviva: insieme per la creazione di valore condiviso" del Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
- 3) comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

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

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo, a livello di capogruppo:

- a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
- b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.

# Relazione della Società di Revisione



Gruppo Almaviva  
Relazione della società di revisione indipendente sul Bilancio di Sostenibilità  
31 dicembre 2021

## Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità della Almaviva S.p.A. relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Principi e criteri di reporting" del Bilancio di Sostenibilità.

## Altri aspetti

I dati comparativi presentati nel Bilancio di Sostenibilità in relazione agli esercizi chiusi al 31 dicembre 2019 e al 31 dicembre 2020 non sono stati sottoposti a verifica.

Roma, 30 novembre 2022

KPMG S.p.A.

Davide Utilli  
Socio

# Almaviva

---

digitale assoluto

Il mondo, con gli occhi di domani

[almaviva.it](http://almaviva.it)