

Un impegno continuo a servizio dei nostri clienti

- I clienti di Vodafone Italia
- Vodafone CARE
- La tutela della privacy e dei dati
- La sicurezza nell'utilizzo dei prodotti

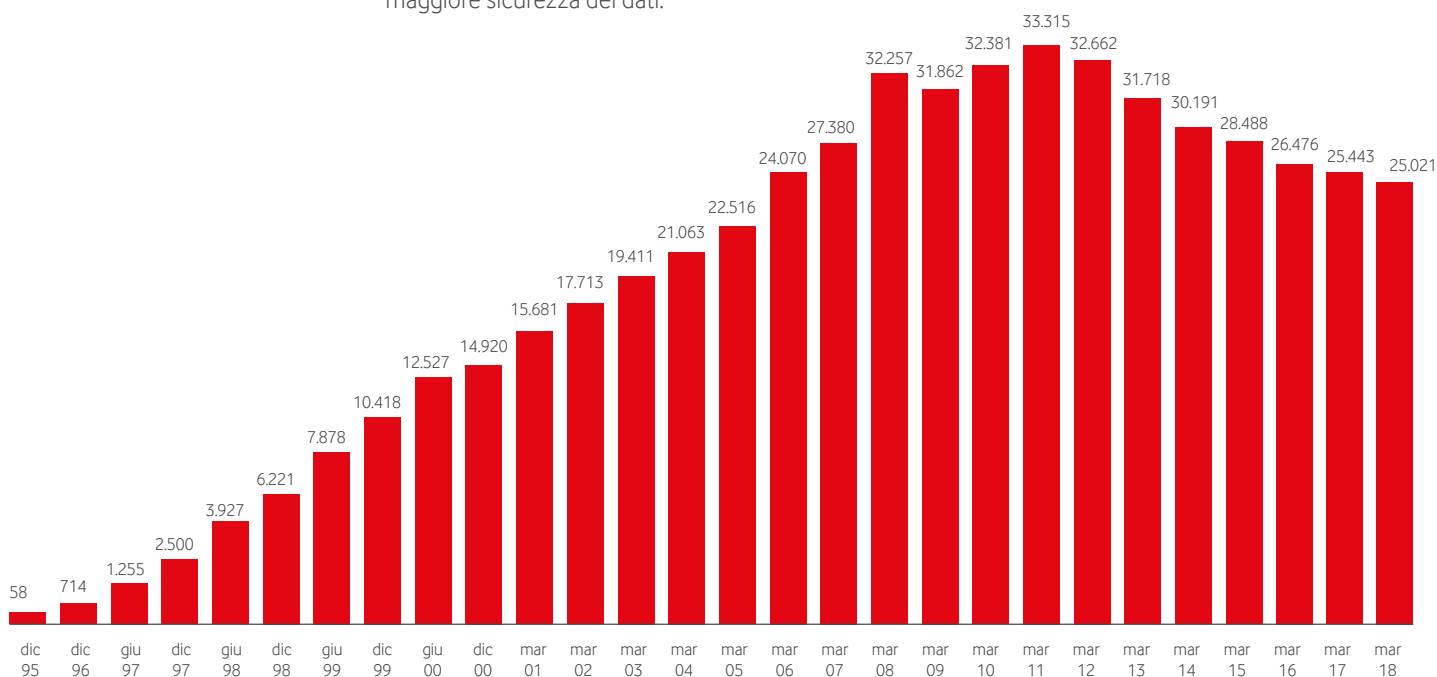


Un impegno continuo a servizio dei nostri clienti

Nel nuovo ecosistema di telecomunicazioni che integra voce, dati, intrattenimento, servizi al cittadino e gestione di tutti i dispositivi del vivere comune, Vodafone Italia è attenta da un lato a garantire un'esperienza che si distingue grazie ad una qualità sostanziale dell'offerta, dall'altro a stringere un rapporto di fiducia con i clienti, ai quali chiede di essere parte attiva del processo di miglioramento quotidiano del proprio servizio, assicurando una maggiore sicurezza dei dati.

I clienti di Vodafone Italia

Vodafone Italia offre prodotti e servizi innovativi e personalizzati per le differenti esigenze espresse dagli oltre 25 milioni di clienti Consumer ed Enterprise, principali mercati di riferimento per il Gruppo.



Il mercato “Consumer”, che accoglie persone fisiche e famiglie, costituisce il principale segmento operativo per volume di affari di Vodafone Italia.

Nel corso dell’anno, a fronte di una continua crescita della penetrazione commerciale nel settore della telefonia fissa e dei servizi convergenti, Vodafone Italia ha registrato una lieve contrazione nel settore della telefonia mobile, che nel 2017 ha registrato ricavi per 15,9 miliardi di euro, in riduzione

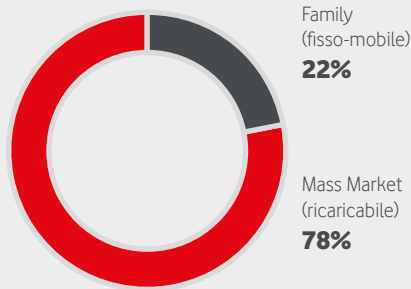
del 2% rispetto ai 16,2 miliardi del 2016. In particolare è tornato a intensificarsi il livello di competizione tra gli operatori con una conseguente pressione sui prezzi delle offerte, e rilevanti effetti sono stati generati anche dall’abolizione dei servizi di roaming in Europa.

In questo segmento Vodafone Italia ha confermato il proprio impegno volto a creare un’offerta disegnata sulle reali esigenze di ogni cliente e in grado di

portare a tutti i vantaggi delle reti in fibra ottica e delle tecnologie mobili 4G e 4.5G. In particolare Vodafone dedica numerose offerte ai clienti under 30 e multicultural con prodotti quali Vodafone Shake Remix e C’all Global. Sul fronte della convergenza, l’Azienda ha lanciato Vodafone ONE, la prima offerta convergente fisso – mobile e proseguito con lo sviluppo della Vodafone TV.

Oltre 20 milioni di clienti

mercato consumer



Il mercato “Consumer”, costituisce il principale segmento operativo per volume di affari di Vodafone Italia.

Il mercato “Enterprise”, che accoglie professionisti, imprese e pubbliche amministrazioni locali e centrali, è per Vodafone Italia il segmento in maggior crescita sia per quanto riguarda la penetrazione commerciale sia in termini di valore aggiunto.

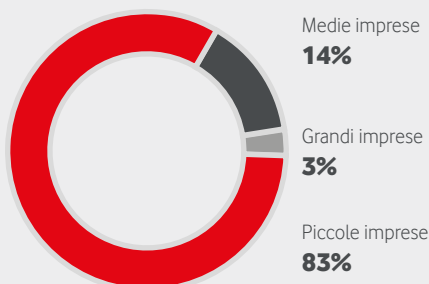
In questo ambito, grande rilevanza ha avuto, nel corso dell’anno, lo sviluppo di nuove offerte, integrate con nuove soluzioni digitali, innovative e più focalizzate sulla

convergenza fisso-mobile. In questo quadro si inseriscono tra l’altro i nuovi servizi e soluzioni integrate in ambito “Cloud & Hosting” e nel “Internet of Things” (o IoT) che, potendosi appoggiare sulla superiore stabilità ed efficienza della rete Vodafone, costituiscono un punto di forza per lo sviluppo delle strategie di crescita nel mercato delle imprese anche per il futuro. In tale contesto, infatti, Vodafone Italia è impegnata a posizionarsi quale

partner tecnologico affidabile e duraturo, condizione strategica necessaria per la crescita e la generazione di valore per i propri clienti.

Più di 670 mila imprese

mercato enterprise



Il mercato “Enterprise”, è per Vodafone Italia il segmento in maggior crescita.

Vodafone CARE

Continua l'impegno di Vodafone Italia nel garantire, con costanza e dedizione, la propria attenzione al cliente grazie a WeCARE, un programma che pone in essere azioni concrete per posizionare sempre più gli utenti al centro delle priorità

aziendali e promuovere una serie di impegni che consistono nel "prenderci cura" di tutti i clienti, personalizzando i servizi, ascoltandoli, interagendo e rispondendo proattivamente alle loro esigenze e supportandoli in qualsiasi utilizzo delle soluzioni e dei prodotti di Vodafone.

In particolare, attraverso numerose occasioni e azioni di ascolto del cliente, Vodafone Italia ha sviluppato e realizzato nel corso dell'anno una serie di iniziative in grado di rispondere alle esigenze di connettività, personalizzazione dell'offerta, riconoscimento della fedeltà e accessibilità veloce e pratica ai servizi di assistenza.



- **Connettività** – Vodafone Italia garantisce a tutti i clienti, persone e imprese, le performance eccellenti della propria rete mobile e fissa, in termini di copertura, velocità e qualità sia rispetto ai servizi voce sia rispetto all'utilizzo dati;
- **Always Excellent Value** – Vodafone Italia propone ai propri clienti offerte e soluzioni personalizzate, flessibili e innovative che consentono di navigare in rete senza preoccuparsi del consumo di Giga;
- **Reward Loyalty** – Vodafone Italia premia i propri clienti e riconosce la fedeltà di chi per anni ha scelto i servizi e i prodotti dell'azienda;
- **Easy Access** – Vodafone Italia offre un servizio di assistenza al cliente sempre disponibile e differenziato su diversi canali, sia digitali che tradizionali, promuovendo un'esperienza sempre più veloce, chiara ed intuitiva.

In particolare tra i progetti e le iniziative poste in atto nel corso dell'anno troviamo:

Connettività

In ambito connettività Vodafone Italia ha lavorato per la realizzazione di connessioni sempre più sicure in particolare, a ottobre 2017 l'azienda ha lanciato la nuova soluzione **Vodafone Rete Sicura**: integrata in My Vodafone App, consente ai Clienti di attivare e modificare i servizi di protezione della rete, tra cui le soluzioni antimalware e parental control, direttamente dallo Smartphone in modo semplice e rapido.

Nel corso dell'anno Vodafone Rete Sicura ha bloccato uno dei primi virus legati all'utilizzo delle cripto valute.

Nel corso dell'anno, Vodafone Italia ha inoltre attivato sulle Vodafone Station presenti nelle case di circa 1 milione di Clienti di rete fissa, un'innovativa soluzione che permette di migliorare l'affidabilità e la velocità delle connessioni Wi-Fi, scegliendo la miglior banda disponibile in ogni momento.

Always excellent value

Con riguardo alla personalizzazione dell'offerta, Vodafone Italia ha messo a disposizione dei propri clienti diverse soluzioni flessibili che consentono di usufruire dei servizi 4G senza consumare Giga di traffico. Con l'offerta **Giga vacanza** ha dato a tutti i clienti con soluzioni convergenti la possibilità di avere 40 Giga di traffico Internet gratis per due settimane all'anno da utilizzare fuori casa, inclusi i servizi di hotspot. Con le promozioni **Vodafone Pass** l'Azienda consente ai clienti di assecondare le proprie passioni senza usufruire dei giga del proprio piano tariffario, come ad esempio **Pass Social & Chat, Pass Video e Pass Music**.

Nel corso dell'anno Vodafone Italia ha lanciato anche la nuova offerta commerciale Vodafone Shake Remix, riservata ai clienti under 30, per rispondere alle loro esigenze di navigazione e comunicazione sui canali digitali a un costo contenuto. Shake e remix permette, infatti, di personalizzare il proprio piano tariffario, scegliendo ogni mese la combinazione di dati, minuti e sms più adatta alle proprie esigenze, tutto semplicemente attraverso la My Vodafone App.

Per i clienti stranieri Vodafone Italia ha lanciato il piano **C'all Global**, che garantisce alle persone di altri paesi l'accesso a un servizio semplice, flessibile, innovativo e inclusivo. Attraverso **C'all Global**, l'Azienda mette a disposizione dei clienti stranieri un piano tariffario vantaggioso e, grazie alle partnership con gli altri Paesi del Gruppo Vodafone, la possibilità di avere minuti inclusi verso i principali Paesi nel mondo, tra cui 1.000 minuti verso Vodafone Albania e minuti illimitati verso Vodafone Romania.

Reward Loyalty

Con l'obiettivo di premiare la fedeltà dei clienti, Vodafone Italia ha lanciato il programma fedeltà **Vodafone Happy**, accessibile attraverso la My Vodafone App per un'esperienza sempre più semplice, intuitiva e coinvolgente. Attraverso questo programma Vodafone Italia mette a disposizione dei clienti un ricco catalogo di premi e lancia iniziative speciali tutti i venerdì tramite gli "Happy Friday", durante i quali Vodafone Italia offre buoni sconto e vantaggi speciali su diverse tipologie di prodotto: dai viaggi alle riviste digitali, dagli articoli sportivi all'abbigliamento di vario genere fino all'elettronica di consumo per incontrare e soddisfare i gusti e le esigenze di tutti.

Inoltre, grazie a Vodafone Happy, l'azienda continua a celebrare i momenti salienti dell'anno offrendo ai clienti vantaggi in termini di Giga. A Natale, ad esempio, Vodafone ha offerto ai diversi utenti la possibilità di attivare gratuitamente per un mese la propria soluzione Vodafone Pass

preferita. La promozione di Natale è stata estesa anche ai clienti Enterprise che hanno potuto attivare gratuitamente il Pass social and Mail per 2 mesi.

Ad oggi Vodafone Happy conta circa 6,5 milioni di iscritti, pari a circa la metà dei clienti totali di Vodafone Italia.

Easy Access

Nel corso dell'anno Vodafone Italia ha dato vita a importanti iniziative per l'accessibilità ai canali di contatto, il reperimento di informazioni utili da parte dei clienti e la rapida risoluzione dei problemi di natura tecnica e commerciale.

Fulcro dell'innovazione in questo ambito è la nascita a gennaio 2017 di **TOBi**, l'assistente digitale basato su Intelligenza Artificiale che permette un'interazione rivoluzionaria con i clienti. Attraverso una chat presente su tutti i canali di contatto di Vodafone, i clienti hanno la possibilità, interagendo con TOBi, di recuperare il codice PUK, attivare nuove offerte, aggiungere Giga al proprio piano, effettuare una ricarica, cambiare il proprio piano tariffario e molto altro.

Inoltre, per garantire la miglior esperienza possibile ai clienti, qualora TOBi non riuscisse ad evadere la richiesta posta o non riuscisse a risolvere il problema in tempo reale, il sistema propone la possibilità di parlare con un consulente specializzato.

TOBi riceve oltre 1 milione di 'visite conversazionali' al mese essendo accessibile da tutti i canali digitali di Vodafone Italia.

Anche sul mercato Enterprise Vodafone Italia ha promosso lo sviluppo del

proprio modello di servizio al cliente, con particolare attenzione ai clienti Partita Iva attraverso il lancio di **Vodafone Prima Classe**. Questa nuova soluzione mette a disposizione degli utenti un team di consulenti specializzati in grado di gestire al meglio le problematiche conoscendo la storia di ciascun cliente assegnato. A chiusura di ogni richiesta di assistenza il cliente riceve un SMS informativo a cui può rispondere per essere ricontattato immediatamente dallo stesso team che lo ha gestito in precedenza.

Vodafone Italia ha inoltre lavorato per migliorare ulteriormente la fruibilità e le funzionalità dell'**App My Vodafone Business**, che permette ai propri clienti di tenere sotto controllo i consumi del proprio piano, scoprire le offerte più adatte alle proprie esigenze, consultare le fatture e richiedere, direttamente dall'App, supporto dedicato dal team Prima Classe. L'App My Vodafone Business consente inoltre ai referenti delle aziende stesse di attivare promozioni in tempo reale.

La My Vodafone App

Nel corso dell'anno Vodafone Italia ha prestato particolare attenzione allo sviluppo dei canali digitali di contatto, al fine di garantire ai clienti la possibilità di gestire la propria offerta in ogni momento e in autonomia.

Fondamentale in questo ambito è stato lo sviluppo continuo dell' App My Vodafone, divenuta il principale canale di assistenza e contatto con l'azienda a disposizione dei clienti. In particolare nel corso del Fiscal Year 2017 – 2018 l'azienda ha aggiornato l'applicazione al fine di renderla più intuitiva, efficiente e sicura, grazie ad una nuova funzione di accesso protetto, che consente di accedere tramite impronta digitale per eseguire operazioni sensibili, come ad esempio consultare fatture, effettuare pagamenti e visualizzare i dettagli dei vari movimenti.

Inoltre per essere sempre al passo coi tempi e con i rapidi cambiamenti nelle abitudini dei clienti, Vodafone Italia ha sviluppato una nuova veste grafica ed un'esperienza in app ancora più intuitiva ed innovativa che consente di:

- Visualizzare il credito e monitorare dati, minuti ed sms a disposizione direttamente in homepage
- Effettuare ricariche ed attivare offerte dedicate con un semplice click
- Visualizzare notifiche personalizzate in homepage
- Conoscere le offerte dedicate per l'estero
- Recuperare il codice PUK della propria SIM
- Ricevere supporto in tempo reale da TOBi, l'assistente digitale di Vodafone
- Iscrivere al programma fedeltà Vodafone Happy, verificare e condividere i "sorrisi" accumulati, richiedere i premi e partecipare all'Happy Friday ogni settimana!

Il 94% delle interazioni tra Vodafone Italia e i propri clienti, avvengono oggi attraverso i canali digitali.



22 milioni di unique visitor nel corso dell'anno, per oltre **1 miliardo** di visualizzazioni totali dell'app e una penetrazione presso i clienti pari all'87%.

Il riconoscimento dell'attenzione al cliente

Per il secondo anno consecutivo, Vodafone Italia è stata premiata per l'eccellenza dei suoi servizi e programmi di customer care dal Club CMMC classificandosi prima per la "migliore tecnologia di customer management".

L'iniziativa che ha ottenuto il primo premio è un progetto di digitalizzazione dei processi e degli strumenti di cui si avvalgono i consulenti di contact center. Il progetto ha consentito di semplificare notevolmente l'esperienza di utilizzo e, al contempo, di migliorare l'efficacia e la tempestività nel servire i clienti.



L'ascolto del cliente per migliorare il servizio

Anche nel corso del 2017/2018 Vodafone Italia ha investito in numerosi progetti di *Market Research & Customer Insights*, per supportate al meglio lo sviluppo di prodotti e servizi in grado di rispondere ai reali bisogni di comunicazione e connettività dei clienti, nonché alla progressiva digitalizzazione del mercato e della società.

Vodafone Italia pone particolare attenzione, sia per il mercato Consumer che per il mercato Enterprise, al Net Promoter Score (NPS), uno specifico indicatore che fornisce da una parte la propensione dei clienti a raccomandare ad altri il proprio operatore, sia su rete mobile che su rete fissa: dall'altra una misura della soddisfazione dei clienti legata all'esperienza di utilizzo dei prodotti e servizi.

I risultati annuali dell'NPS di Vodafone Italia su entrambi i mercati hanno confermato la posizione di leadership di Vodafone Italia verso i competitor, segno tangibile dell'impegno dell'azienda per migliorare la customer experience dei propri clienti.

Parallelamente al monitoraggio dell'indicatore NPS, l'Azienda ha svolto numerose attività di mystery shopping, volte a valutare e monitorare la qualità del servizio offerto presso la propria rete di vendita, importante punto di contatto con clienti sia attuali che potenziali.

Infine, con l'obiettivo di cogliere e anticipare i principali trend di mercato e osservare attentamente l'evoluzione del settore delle telecomunicazioni, Vodafone Italia ha svolto numerosi progetti di ricerca che hanno compreso, tra le altre, anche indagini di *Usage and Attitude Study (U&A)* sui propri target principali.

In particolare l'Azienda ha promosso specifiche indagini di ricerca, sia qualitative che quantitative, a supporto del lancio di nuove proposizioni commerciali in ambito mobile e fisso, dello sviluppo della convergenza fisso-mobile, del lancio della Vodafone TV, dell'attivazione di Vodafone

Happy e del rilascio dei nuovi prodotti e servizi del mondo IoT.

Il servizio di Customer Care

Vodafone Italia garantisce l'assistenza ai clienti anche attraverso il servizio di Customer Care, che si avvale sia di personale diretto, sia di partnership di servizio con aziende specializzate a cui Vodafone Italia chiede di condividere gli stessi valori, la visione e le strategie.

I Competence Center di Vodafone Italia dedicati al Servizio Clienti sono strutturati secondo una specializzazione che tiene conto delle tipologie di clienti e delle loro esigenze di assistenza suddivisi principalmente tra segmento Consumer e segmento Enterprise.

2.453 persone Vodafone impiegate negli 8 competence center, per un servizio 7 giorni su 7 in grado di gestire in media 95.000 chiamate al giorno.

I Competence Center, dislocati nelle città di Ivrea, Milano, Padova, Bologna, Pisa, Roma, Napoli e Catania, sono aperti 7 giorni su 7 e disponibili 24 ore su 24 per supportare i clienti in caso di problematiche legate al furto e smarrimento dei propri dispositivi, oltre che per assistenza in ambito commerciale, tecnico e amministrativo. Punto di forza dei Competence Center di Vodafone Italia è la rapidità di risposta ed evasione delle richieste dei clienti, con un livello di servizio entro 20 secondi pari al 65% e un tasso di abbandono della chiamata pari solamente al 3%.

Il Vodafone Experience Center (VEC)

Il Vodafone Experience Centre, presente a Roma e Milano, è il luogo dedicato ad Aziende e Pubbliche Amministrazioni per scoprire e sperimentare i vantaggi offerti

dalla Digital Transformation e le soluzioni innovative di Vodafone Italia per le imprese.

A gennaio 2018 è stato inaugurato a Milano il nuovo Vodafone Experience Centre, un ambiente ancora più accogliente e orientato a illustrare ai clienti Vodafone i benefici della trasformazione digitale.

Grazie al VEC, Vodafone Italia guida i propri clienti Enterprise attraverso un percorso di consulenza dedicato che consente di comprendere appieno i cambiamenti e i benefici derivanti dalla trasformazione digitale, partendo dall'aumento dell'efficienza operativa, passando per l'innovazione dei modelli di business e dei servizi offerti, fino al miglioramento del rapporto con i clienti. Il VEC fornisce inoltre alle imprese l'occasione di scoprire le potenzialità di connettività offerte dalle reti mobili e fisse di Vodafone Italia e di entrare in contatto con un portafoglio di servizi e soluzioni convergenti, in grado di accompagnarle sempre di più all'interno del mondo digitale.

Gli asset di Vodafone Italia a supporto della digital transformation

La rete mobile

La rete 4G e 4.5 G di Vodafone Italia, veloce, efficiente e capillare è la spina dorsale per un mercato digitale e aperto al futuro. Vodafone Italia è stato inoltre il primo operatore a lanciare la tecnologia 4.5G in Italia ed è oggi impegnato nel realizzare la prima rete 5G di ultima generazione.

Le soluzioni convergenti

Vodafone Italia, grazie alla propria infrastruttura in fibra ottica, integrata con la Rete Mobile, garantisce ai propri clienti di cogliere appieno i benefici delle soluzioni convergenti quali Instant Activation, Backup 4G e Interno Mobile.

Internet of Things (IoT)

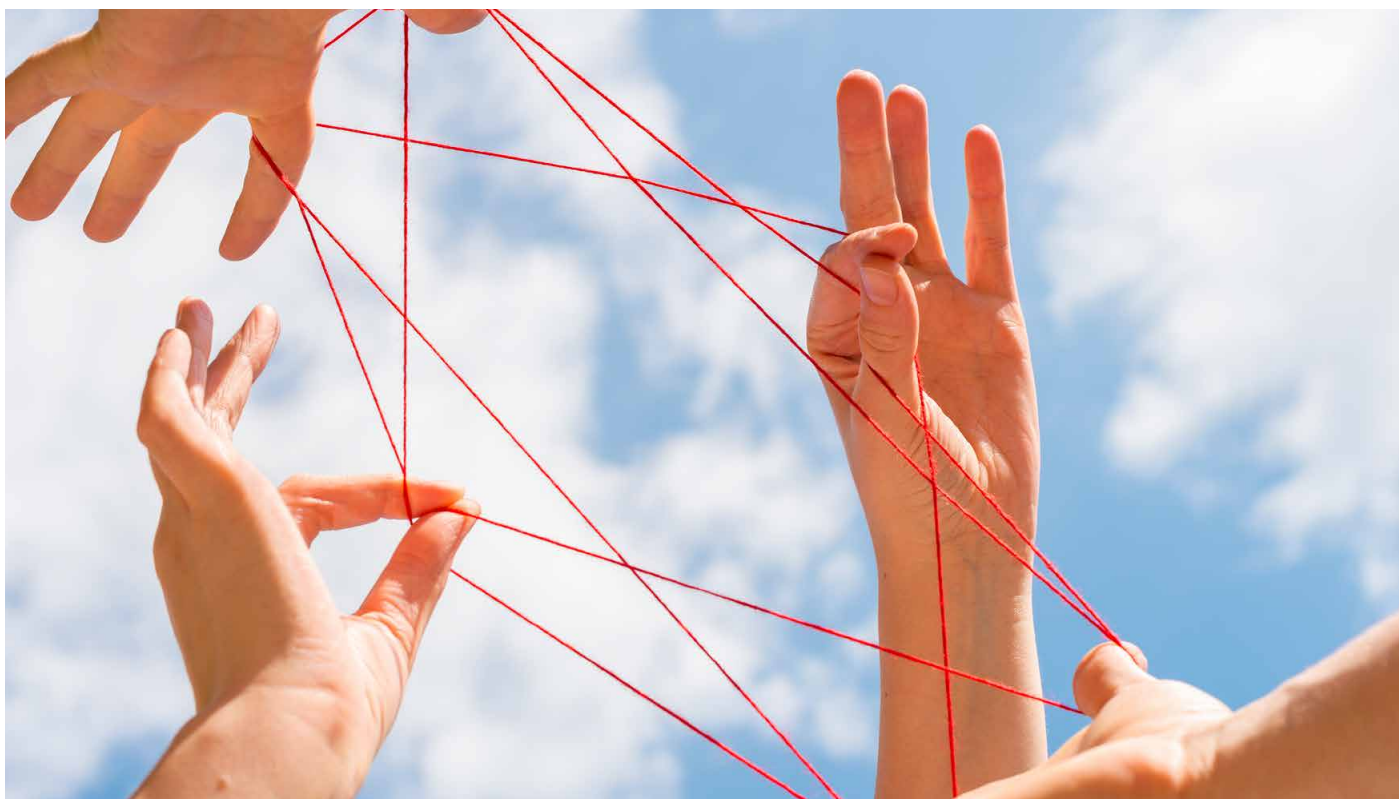
La piattaforma Internet-of-Things di Vodafone Italia consente di gestire oggetti connessi in ogni parte del mondo e abilita lo sviluppo di soluzioni con l'obiettivo di aumentare l'efficienza operativa e la crescita dei ricavi, oltre a migliorare la qualità dei servizi in vari settori quali ad esempio Automotive (Connected Car), Utilities (Smart Meters) e Amministrazione Pubblica (Smart Cities).

Le soluzioni Cloud

Vodafone Italia, grazie ai propri data Center in Italia e all'estero, mette a disposizione delle imprese un'offerta completa di servizi Cloud per la gestione sicura di dati e applicazioni con la garanzia di un servizio IT supportato dalle performance della Rete Vodafone.

Vodafone Analytics

Vodafone Italia mette a disposizione dei propri clienti soluzioni avanzate e innovative di Mobile Analytics che, attraverso l'analisi delle informazioni aggregate e anonimizzate raccolte dalla Rete Vodafone, offre informazioni utili su presenze, mobilità, comportamenti e flussi di persone, con l'obiettivo di restituire valore al territorio e migliorare la qualità dei servizi offerti dalle imprese a clienti e cittadini.



La tutela della privacy e dei dati

La General Data Protection Regulation

Nel corso degli ultimi anni si è assistito, contestualmente alla sempre maggiore digitalizzazione dell'economia e della società, a una rivoluzione degli obblighi e dei diritti delle imprese, delle istituzioni e degli utenti in materia di privacy e di sicurezza dei dati delle persone. Fulcro di tale cambiamento è l'entrata in vigore nel corso del 2018 del Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR).

Il regolamento europeo ha delineato, infatti, una nuova disciplina per il trattamento e la circolazione dei dati personali di cittadini e organizzazioni, volta a generare una maggiore certezza giuridica, armonizzazione e semplicità delle norme riguardanti la tutela dei dati personali.

Alla luce di tali cambiamenti normativi, la tutela della privacy e dei dati dei clienti diviene sempre più un valore primario e

fondamentale per Vodafone Italia, per i propri dipendenti e per ogni soggetto terzo coinvolto nei processi aziendali.

È stato, dunque, fondamentale nel corso dell'anno il proseguimento del percorso di adeguamento dell'organizzazione dei processi e dei sistemi informatici a quanto previsto dal GDPR. L'impegno dell'azienda in questo ambito ha portato alla nomina del Data Protection Officer (DPO), una nuova figura aziendale introdotta dal regolamento Europeo, a cui è affidato il compito di verificare la corretta applicazione della normativa vigente, nonché informare e consigliare tutte le persone di Vodafone Italia riguardo gli obblighi derivanti dal GDPR.

Vodafone Italia, in questo contesto, ha definito uno specifico modello organizzativo per la gestione e tutela della privacy delle persone; tale modello prevede che tutti i responsabili di Dipartimenti e funzioni che trattano dati personali siano delegati a responsabili privacy e supportino il DPO ed il Titolare nell'Analisi dei rischi connessi alla privacy sui trattamenti, prodotti e sistemi

all'interno della Data Protection Impact Assessment (DPIA) e nell'Aggiornamento del Registro dei Trattamenti e delle terze parti. In Vodafone Italia è inoltre presente da tempo la Personal Data Protection Committee (PPDC), un comitato aziendale che si riunisce due volte l'anno per valutare e gestire questioni rilevanti riguardo alla sicurezza dei dati personali di clienti, dipendenti e terze parti.

Vodafone Italia persegue il proprio impegno nel proteggere la riservatezza delle informazioni anche attraverso la diffusione di una forte cultura interna in tema di privacy e protezione dei dati, sostenendo una costante formazione alla popolazione aziendale e definendo le linee guida e di processo per tutti coloro che sono coinvolti nel trattamento di dati personali. In particolar modo nel corso dell'anno l'azienda ha portato a termine un programma di formazione dedicato alle novità introdotte dal GDPR mettendo a disposizione di tutta la popolazione aziendale sessioni di formazione on line e organizzando meeting dedicati all'argomento presso tutte le sedi aziendali.

Il Law Enforcement Disclosure Report

A Maggio 2017 il Gruppo Vodafone ha pubblicato la versione aggiornata del documento "Law Enforcement Disclosure Report", all'interno del "Sustainability Report", con l'obiettivo di rendere più trasparente e coerente il modo in cui vengono utilizzate a livello internazionale le informazioni relative ai clienti nel rispetto della privacy. Si tratta di un contributo alla trasparenza, pienamente coerente con il Vodafone Code of Conduct.

In particolare il documento riporta i diversi principi legali e le modalità attraverso cui le Autorità e le agenzie governative di 28 Paesi in cui opera il Gruppo Vodafone hanno richiesto informazioni sui clienti e sulle loro comunicazioni nel corso dello scorso anno. L'edizione 2017 include una nuova sezione riguardante la data retention e l'encryption, le restrizioni alla libertà di espressione, nonché una sezione specifica per ogni paese con dati e statistiche riguardo al numero di richieste legali di intercettazione e ottenimento di informazioni ricevute durante il fiscal year 2015 – 2016.

Di seguito il link al report per eventuali consultazioni e informazioni:
www.vodafone.com/sustainability/lawenforcement

Gli investimenti per la sicurezza dei dati

Nel corso dell'anno Vodafone Italia ha promosso importanti investimenti per garantire la sicurezza dei dati. Grazie alle risorse messe a disposizione, l'azienda ha portato a termine il progetto di perfezionamento e miglioramento delle piattaforme dedicate alla protezione e gestione della governance dei dati dei clienti.

Sono inoltre proseguite le attività di revisione e aggiornamento dei diritti di accesso ai sistemi aziendali contenenti dati personali dei clienti (RAL), al fine di assicurare un'attenta e regolare valutazione del rispetto delle procedure interne e un corretto utilizzo degli strumenti aziendali messi a disposizione per lo svolgimento dell'attività lavorativa. Questo processo coinvolge tutti i manager (tra cui l'Amministratore Delegato e i Direttori) che sono chiamati a eseguire la revisione dei diritti di accesso sia per i dipendenti Vodafone Italia, di cui sono responsabili, sia

per il personale di terze parti (come fornitori e partner) che accede ai sistemi aziendali contenenti dati personali dei clienti, di cui sono i referenti operativi.

Le attività implementate per la tutela dei dati hanno interessato anche i nuovi prodotti e servizi messi a disposizione della clientela, che sono stati valutati e certificati in base al principio del "privacy by design", per garantire fin dalla progettazione ogni requisito che assicuri la piena sicurezza dei dati.

Il security assessment su fornitori e partner

Per garantire la costante ed elevata sicurezza nell'ambito della tutela dei dati dei clienti di cui vengono in possesso anche le terze parti, Vodafone Italia garantisce un monitoraggio continuo attraverso un piano di Security Assessment, per verificare l'effettiva implementazione di soluzioni di processo e di sistema in grado di assicurare il trattamento dei dati della clientela secondo gli standard previsti da Vodafone e dalla normativa vigente.

La sicurezza nell'utilizzo dei prodotti Vodafone

La forte attenzione, posta da Vodafone Italia verso i propri clienti, si concretizza anche nell'assicurare la totale sicurezza dei propri prodotti e la loro conformità alle norme nazionali e comunitarie sul tema della salute e sicurezza dei consumatori.

Con riguardo ai dispositivi offerti ai clienti, quali smartphone, internet key, tablet

e device di rete fissa, Vodafone Italia garantisce la totale conformità ai più stringenti standard di salute e sicurezza previsti dall'Unione Europea. Particolare attenzione viene posta dall'azienda al rispetto della Direttiva "Radio Equipment" (RED) e ad assicurare la presenza nel manuale di istruzioni delle informazioni e dei simboli previsti dalle Direttive Europee R&TTE, RED e WEEE, relativi alla salute e alla sicurezza e al corretto smaltimento del prodotto. In particolare, i manuali di

istruzioni dei prodotti Vodafone Italia contengono i valori massimi relativi al "tasso di assorbimento specifico" (SAR) associati ad ogni telefono, che risultano sempre inferiori al limite fissato dall'ICNIRP (International Commission on Non- Ionizing Radiation Protection), e le indicazioni dell'Organizzazione Mondiale della Sanità su come le persone possono ridurre la propria esposizione alle onde elettromagnetiche.

Elettromagnetismo: come minimizzare gli impatti

Vodafone Italia progetta e realizza tutti gli impianti di rete nel pieno rispetto della normativa italiana sull'esposizione umana ai campi elettromagnetici, che fissa limiti fino a 100 volte inferiori rispetto a quelli definiti dall'ICNIRP (Commissione Internazionale per la Protezione dalle Radiazioni Non Ionizzanti) e applicati nel resto d'Europa. Il rispetto dei limiti per ogni specifica installazione continua ad essere garantito grazie all'Analisi dell'Impatto Elettromagnetico (AIE) che viene effettuata, per ogni impianto, durante la fase di progettazione e che viene condivisa con le Agenzie Regionali di Protezione dell'Ambiente secondo quanto previsto dal Codice delle Comunicazioni Elettroniche (Decreto Legislativo n. 259 del 2003 e successive modifiche e integrazioni).

Per quanto concerne i caricabatteria dei dispositivi, Vodafone Italia garantisce il rispetto degli standard previsti dalla Direttiva ErP (Energy related Products) e commercializza unicamente alimentatori che abbiano raggiunto il Livello VI, che indica il minor consumo di corrente possibile in modalità stand-by. Il rispetto di tale Direttiva consente inoltre la marchiatura CE del prodotto accompagnata dal corrispondente simbolo.

Riguardo al trattamento delle sostanze nocive presenti nei dispositivi, in particolare

all'interno delle batterie, e sul loro corretto smaltimento, Vodafone Italia rispetta gli standard normativi imposti dalla Direttiva "RoHS" e della Direttiva "WEEE". I dispositivi di Vodafone Italia sono inoltre conformi a quanto previsto dal nuovo provvedimento speciale della IATA (International Air Transport Association), emanato nel corso dell'anno, denominato SP188 (Special Provision 188), applicabile alle tipologie di trasporto di materiali pericolosi, quali le batterie Litio-ioni, per i quali è interdetta la spedizione per via aerea. Vodafone Italia, in particolare, richiede ai propri fornitori una

dimostrazione di tale conformità per tutti i prodotti distribuiti, ottenendo certificati che attestano il superamento dei test previsti dalla norma UN38.3, garantendo quindi un elevato livello di sicurezza per i voli sui quali siano presenti prodotti distribuiti dall'azienda.

A garanzia finale della qualità dei prodotti e servizi e della sicurezza dei clienti, Vodafone Italia ha rinnovato nel corso dell'anno la certificazione UNI EN ISO 9001:2015.

La sicurezza acustica dei dispositivi Vodafone Italia

La Europea RED prevede la verifica del livello massimo di pressione acustica (Audio SPL) per tutti i dispositivi dotati di riproduzione audio. Vodafone Italia verifica che i prodotti commercializzati non eccedano mai il limite di 100dBa fissato dalla direttiva e che i dispositivi mostrino avvisi specifici sul display all'avvicinarsi del volume massimo. Sempre con l'obiettivo di garantire la sicurezza acustica dei propri clienti, Vodafone Italia richiede ai costruttori di eseguire specifici test dei livelli massimi di audio, secondo la specifica "Vodafone Acoustic Safety Requirement". Tale specifica richiede che nei primi 2 secondi di conversazione l'audio non superi mai i 135dB SPL[©] e in nessun caso ecceda i 140dB SPL[©]. Il rispetto di tali limiti, pur essendo regolati da una direttiva Europea, non comporta un obbligo per i costruttori ma viene ugualmente espressamente richiesto da Vodafone Italia.

