



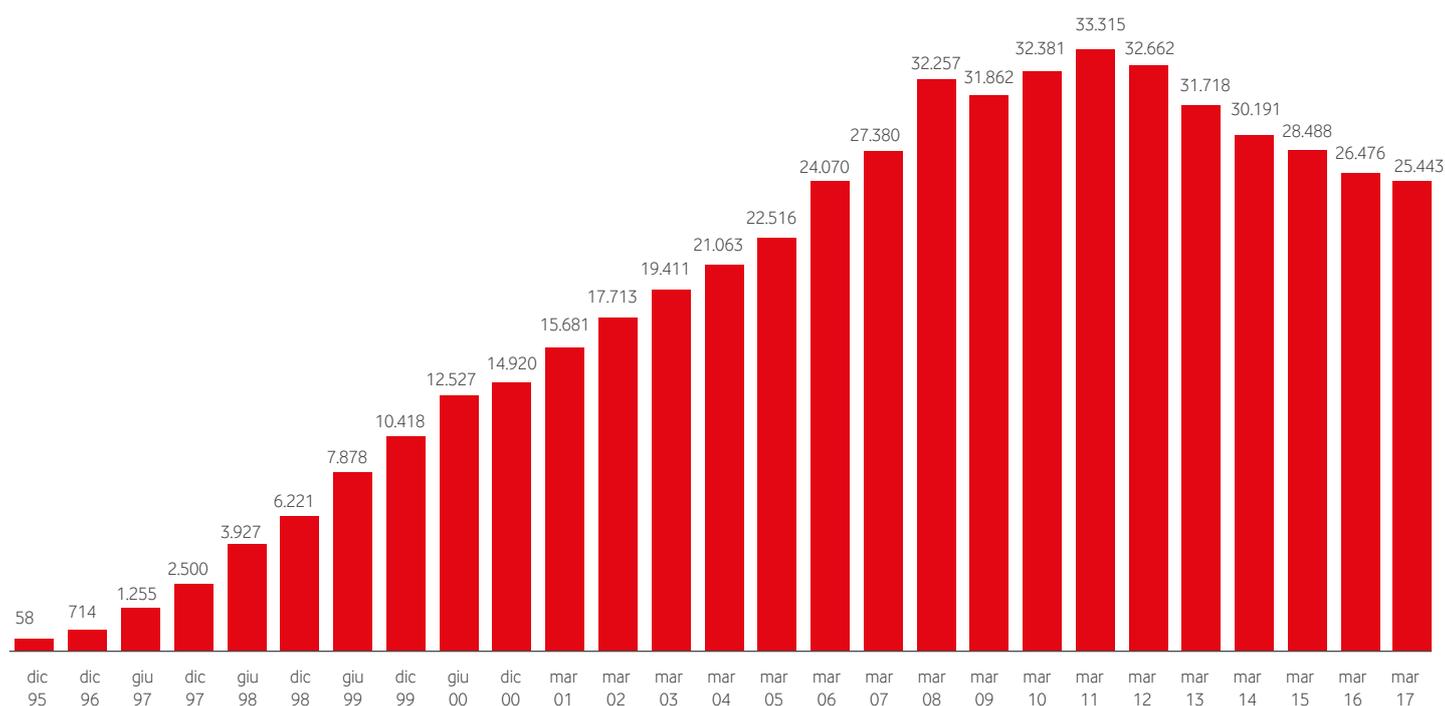
03

**GARANTIAMO
UN RAPPORTO
DI FIDUCIA CON I
NOSTRI CLIENTI
CON RISPOSTE
INNOVATIVE**



Le dinamiche di mercato

Vodafone Italia opera in un settore particolarmente competitivo e caratterizzato da dinamiche di mercato in continua evoluzione. I due mercati di riferimento sono da un lato il mercato Consumer, con un'offerta combinata mobile e fissa; dall'altra il mercato Enterprise, dedicato al mondo delle imprese che comprende entità di piccole medie e grandi dimensioni, oltre all'universo dei liberi professionisti e della Pubblica Amministrazione.



Garantiamo un rapporto di fiducia con i nostri clienti con risposte innovative

Il Gruppo Vodafone, a livello globale, è uno dei principali protagonisti nell'industria delle telecomunicazioni, un settore che continua ad evolvere sia con riguardo al mercato mobile sia al mercato fisso. Nel corso del 2016, le reti mobili globali hanno garantito una connettività a 7,9 miliardi di SIM, in aumento del 4% rispetto all'anno precedente, utilizzate da 4,8 miliardi di singoli utenti, con ricavi derivanti dal mercato mobile pari a circa 1,1 trilioni di dollari nel 2016.

Gli elementi trainanti di questa crescita sono stati l'aumento continuo del traffico dati e la crescita significativa proveniente dalle economie in via di sviluppo come quelle di Cina e India. La domanda per il consumo di dati su rete mobile ha registrato una crescita continua, spinta dalla fruizione di contenuti video, dalla navigazione su browser e dall'utilizzo di varie App, generando il 48%

dei ricavi globali del mercato mobile, in forte aumento rispetto al 22% di 5 anni fa. Inoltre la penetrazione degli smartphone sul totale dei dispositivi mobili è aumentata, dall'11% registrato 5 anni fa, al 45%. Per quanto riguarda il mercato della rete fissa, i ricavi hanno raggiunto circa 0,8 trilioni di dollari, con un continuo incremento dei servizi a banda larga a fronte di una decrescita dei servizi di telefonia vocale "tradizionale".

A livello nazionale Vodafone Italia ricopre un ruolo importante nell'industria delle telecomunicazioni, un settore che dopo 10 anni si è stabilizzato, registrando circa 31,9 miliardi di euro di ricavi, in crescita dello 0,2% rispetto all'anno precedente. Il mercato mobile ha registrato ricavi pari a 16,1 miliardi di euro, in crescita del 2,4% rispetto ai 15,7 miliardi di euro registrati nel 2015.

Mantenendo il trend dell'anno precedente, i ricavi da servizi voce si sono ridotti del 4,1%, mentre i ricavi derivanti da servizi dati sono cresciuti del 6,9%. Nello stesso periodo, si è registrata anche una considerevole crescita dei ricavi da terminali, che hanno raggiunto 1,8 miliardi di euro con una crescita del 14% rispetto al 2015. Nel 2016 i volumi di traffico dati hanno raggiunto i 1.000 Petabyte, in aumento del 46% rispetto all'anno precedente, con un consumo medio di 1,76 Gigabyte, spinti anche dalla continua crescita della copertura e della diffusione delle tecnologie 4G.

L'aumento del consumo di dati è stato principalmente trainato dalla diffusione dei social network e dei servizi disponibili sul web. Nel frattempo, è continuato il trend negativo per i volumi di SMS inviati, dovuto principalmente alla crescente diffusione dei servizi di messaggistica istantanea.

Diversamente dal mercato mobile, il mercato della rete fissa ha visto una flessione negativa del 2,0% rispetto all'anno precedente, attestandosi a 15,7 miliardi di euro di ricavi. La decrescita è attribuibile alla continua diminuzione dei servizi di telefonia vocale (4,3 Miliardi Euro, -11,9%), compensata solo in parte dall'aumento dei ricavi per servizi in banda larga (5,7 Miliardi Euro, +4,4%). La crescita dei servizi a banda larga è riconducibile all'aumento degli utenti dei servizi banda larga normale (circa 15,3 Milioni di abbonati a fine 2016, +4%) e ancor più all'aumento del numero di utenti connessi su reti di nuova generazione o NGN (Next-Generation-Network), i quali sono quasi raddoppiati (da 1,2 Milioni a 2,3 Milioni accessi NGN). Per quanto riguarda la copertura, i servizi a banda larga raggiungono circa il 25,7% della popolazione e il 60,2% delle famiglie; i servizi ultra broadband circa il 3,8% della popolazione e il 9,02% delle famiglie. Al tempo stesso, la velocità media dei servizi a banda larga ha subito una crescita significativa, con una consistenza media annua in termini percentuali degli accessi broadband con velocità superiore a 10Mbps che è passata dal 29,1% del 2015 al 42,6%. Spinto dall'aumento degli abbonati e della velocità media di connessione, il traffico dati su rete fissa ha raggiunto circa 12.400 Petabyte (+40%), anch'esso sperimentando una crescita significativa come quella dei dati mobili.

Oltre ai suddetti fatti, le dinamiche competitive all'interno del settore stanno mutando in modo significativo, con gli

operatori Wind e H3G che hanno avviato a gennaio 2017 la propria attività come operatore integrato WindTre. Il mercato mobile è inoltre in attesa dell'ingresso del nuovo operatore Iliad, così come stabilito dalle condizioni poste per l'approvazione dell'appena citata operazione di concentrazione del mercato.

Fonti: The mobile economy 2017 – GSMA; Agcom relazione annuale – 2017; Relazione trimestrale Agcom – Marzo 2017; Vodafone full annual report 2017.

Una risposta organizzativa alle dinamiche di mercato

Negli anni la struttura organizzativa di Vodafone Italia si è più volte evoluta in risposta ai rapidi cambiamenti del settore e alle esigenze sempre nuove di persone e imprese. Per tale motivo anche nel corso del 2016 -2017, coerentemente con la propria strategia di diversificazione e con l'obiettivo di migliorare l'esperienza e la soddisfazione dei clienti e rafforzare il rapporto di fiducia, l'organizzazione ha subito ulteriori cambiamenti.

In particolare, sul fronte dell'offerta alle imprese è stata ristrutturata la Business Unit Enterprise in funzione dei tre segmenti Corporate, Small and Medium Enterprise (SME) e del segmento Small office Home

office (SoHo) al fine di favorire la nascita di nuove sinergie tra le attività di Marketing e Vendite e potenziando un'offerta convergente in grado di rispondere in modo sempre più efficace e puntuale alle esigenze dei clienti. Inoltre, per supportare lo sviluppo di nuove soluzioni innovative e allineate con le ultime tendenze di mercato per i clienti Enterprise, Vodafone ha creato da un lato il team dedicato alle soluzioni Digital e IoT (Internet of Thing); dall'altro è stata implementata la nuova struttura organizzativa dedicata all'offerta di soluzioni Cloud e Hosting per le imprese.

Sul fronte dell'offerta al segmento Consumer, invece, sono due le novità organizzative: la prima a seguito del lancio del nuovo servizio di Vodafone TV, ha riguardato il rafforzamento e

l'ampliamento del team dedicato all'offerta Video, identificando risorse dedicate nelle Business Unit Consumer, Technology e Commercial Operation. La seconda ha previsto il coinvolgimento della struttura Big Data & Advanced Analytics, per offrire servizi sempre più personalizzati ai clienti attraverso la creazione di un team con competenze tecniche e analitiche avanzate. Infine, per specializzare e valorizzare ulteriormente le competenze nelle funzioni di gestione generale dell'azienda Vodafone Italia ha ristrutturato la direzione Public & Legal Affairs dividendola nelle funzioni Legal Affairs ed External Affairs, entrambe con diretto riporto al CEO.



I nostri clienti e mercati serviti

Il Mercato Consumer

Il mercato "Consumer", persone fisiche e famiglie, ha avuto anche quest'anno dinamiche direttamente correlate alla ripresa della pressione competitiva all'interno del settore delle telecomunicazioni. In particolare in ambito Mobile sono aumentate le offerte integrate che mettono a disposizione dei clienti un numero elevato di Gigabyte, fino a 30, proposte a prezzi vantaggiosi. In questo scenario la strategia di Vodafone, orientata alla differenziazione qualitativa, alla valorizzazione dell'eccellenza tecnologica (qualità e velocità del flusso dati delle reti, copertura 4G) e all'attenzione verso le esigenze della propria clientela, si è dimostrata premiante consentendo di accrescere la propria quota di mercato sui segmenti avanzati ad elevato valore aggiunto mantenendo un "premium" di prezzo.

L'offerta al segmento Family – Abbonamento e Residential

Anche quest'anno la Fibra ottica, la convergenza e i contenuti sono stati i pilastri su cui si sono basate molte decisioni strategiche dell'azienda, sia in termini di investimenti che di partnership. Sul fronte tecnologico Perugia si aggiunge alle città coperte in Fibra FttH grazie al piano di sviluppo digitale in partnership con Open Fiber. Vodafone è riuscita nel 2016 a portare la velocità fino a 1 Gigabit al secondo in download e 200 Megabit al secondo in upload, garantendo anche in Wi-Fi performance elevatissime. Il numero di città in Fibra è aumentato, arrivando a 500 comuni serviti con questa tecnologia. Sul fronte della convergenza, Vodafone Italia ha continuato a costruire offerte di rete fissa che fossero più vantaggiose per i clienti mobile. Il lancio della Vodafone TV ha, inoltre, confermato l'esistenza di un nuovo tipo di convergenza, che non si ferma solo a telefono e Internet, ma che guarda a tutti i nuovi tipi di oggetti connessi, primo fra tutti la Televisione.

Nel corso del 2016/2017 Vodafone Italia ha continuato la sua strategia di differenziazione da una parte con la partnership con Netflix sul fronte dei contenuti video (incluso nelle offerte Fibra prima e Vodafone TV poi), con Playstation per i contenuti gaming e dall'altra costruendo offerte basate sulle reali esigenze dei propri clienti, includendo anche le chiamate internazionali verso i fissi di più di 30 Paesi e i mobili di Cina, Usa e Canada.

L'offerta al segmento Mass Market – Ricaricabile

Vodafone Italia conferma il suo impegno ad allineare la propria proposizione commerciale con le reali e dinamiche esigenze dei clienti, sempre più orientate ad un crescente utilizzo di dati in mobilità. È in quest'ottica che il mondo Consumer ha rinnovato il proprio portafoglio lanciando Vodafone Digital, offerta integrata con minuti, SMS e dati.

In continuità con la strategia di proporre ai clienti un'esperienza sempre più personalizzata, è stata lanciata dapprima Vodafone Super, offerta che oltre ad includere Giga, consente di ascoltare musica in streaming senza consumare la componente dati della stessa. Questo percorso è proseguito con il lancio di Social Summer e Social Summer Super, due proposizioni commerciali che offrono ai clienti extra Giga dedicati alla navigazione sui Social. Nel periodo invernale, con la Christmas Card, è stato ripreso il concetto di navigazione dedicata ad uno specifico bisogno ulteriormente rafforzato portando in Italia la prima offerta che permette ai clienti di guardare tutti i video in streaming senza consumare i loro Giga.

Proseguendo le attività svolte negli esercizi precedenti, anche quest'anno si è confermata l'esigenza di un approccio di segmento nei confronti del mercato, dedicando tariffe ad hoc ai rispettivi target.

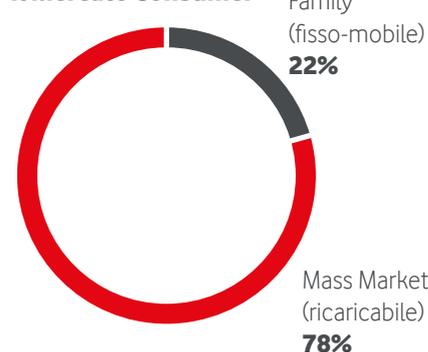
L'offerta dedicata al mondo Young

Vodafone Italia è impegnata nella creazione di un'offerta sempre più allineata alle preferenze e abitudini dei giovani, ascoltando i loro bisogni, abbracciando i principali trend di mercato e cogliendo la sfida all'innovazione lanciata dai clienti. Nel corso dell'anno Vodafone Italia ha promosso l'offerta Vodafone Shake, dedicata al segmento Under 30, portando ai giovani un'offerta che rispondeva al loro crescente bisogno di connettività ad un prezzo contenuto. L'offerta integrata Vodafone Shake, infatti, consente ai clienti di aggiungere, nel momento del bisogno, Giga, SMS e minuti di conversazione, ad un prezzo conveniente.

Al portafoglio dei servizi Vodafone Italia per i giovani si sono aggiunte le offerte che permettono di navigare su Social (Shake 2GB Social) ed ascoltare musica (Shake 2GB Music) senza consumare i giga di traffico dell'offerta tariffaria base, assecondando il bisogno dei giovani di condividere, postare sui social, ascoltare musica e vivere perennemente connessi. Infine, nel corso dell'anno Vodafone Italia ha rinnovato la propria partnership con il talent show Amici di Maria De Filippi. Attraverso l'iniziativa Shakethon l'azienda permette ai clienti Under 30 di diventare protagonisti dello show attraverso un meccanismo di contribuzione che, a partire dai giga shakerati attraverso l'offerta Vodafone Shake, fornirà Giga di traffico e borse di studio per la community di Vodafone Shake e per gli artisti della scuola.

Oltre 23 milioni di clienti

Il Mercato Consumer



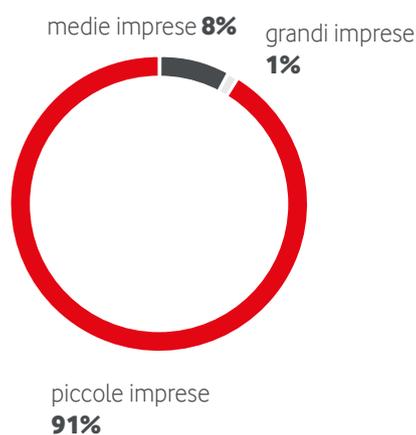
Il mercato Enterprise

Per meglio affrontare le sfide del mercato, nel corso dell'anno, la business unit Enterprise si è data una nuova organizzazione, basata sui segmenti Micro Business, Small & Medium Business e Corporate e Pubblica Amministrazione. Questa nuova organizzazione che include le funzioni di marketing e vendite dedicate per ogni segmento di mercato, ha l'obiettivo di meglio comprendere e soddisfare le esigenze dei clienti e disegnare un "go to market" dedicato per accompagnare i clienti nel percorso della trasformazione digitale. Grande attenzione è stata posta anche ai canali di vendita, ridisegnando l'accordo di partnership dei canali indiretti, con lo scopo di incentivare ancora di più la creazione di valore, la gestione della customer base, la qualità dell'attività di vendita e la creazione di una relazione di lungo periodo con i nostri partner.

Per quanto riguarda il segmento Micro Business Small & Medium Business è stato lanciato il portafoglio RED+. Grazie ad un portafoglio completamente pensato per garantire i medesimi contenuti sia in Italia sia all'interno della comunità europea, i clienti Vodafone hanno potuto beneficiare per primi sul mercato italiano di una offerta roaming esclusiva sfruttando al contempo la qualità della miglior rete 4G di Italia.

Più di 600 mila imprese

Il Mercato Enterprise



Lo sviluppo della copertura di rete fissa con l'IperFibra e velocità fino a 1 GB ha trascinato la grande accelerazione della Soluzione Lavoro, con forte crescita della base clienti, della velocità media e della soddisfazione della customer base. Nel segmento Small & Medium Business, Vodafone Soluzione Azienda è stata un motore di innovazione e differenziazione sul mercato, grazie alla possibilità di portare l'interno del centralino direttamente sul telefono mobile e garantire la massima reperibilità dentro e fuori dall'ufficio. Vodafone Soluzione Azienda rappresenta un passo importante verso la virtualizzazione delle infrastrutture che normalmente richiedono investimenti e costi di manutenzione per le aziende, infrastruttura che viene totalmente sostituita dai servizi di centralino in "cloud".

È proseguita inoltre la strategia "Ready Business" di Vodafone Italia, disegnata per offrire alle aziende un partner cui affidare l'evoluzione e la digitalizzazione dei propri processi aziendali, offrendo soluzioni in grado di creare efficienza ed efficacia e aiutare i propri clienti ad affrontare la sfida della digitalizzazione del mercato con strumenti all'avanguardia.

È continuata la forte crescita in ambito Rete Fissa Voce e Dati che fa leva sulla capacità di Vodafone Italia di offrire ai propri clienti un'infrastruttura sempre più convergente, flessibile e scalabile su scala nazionale e globale.

Per supportare le iniziative di "Smart Working" delle Grandi aziende è stata inoltre lanciata un'offerta modulare che sfrutta a pieno le caratteristiche convergenti della rete Vodafone per assicurare tutti i vantaggi offerti dal lavoro agile.

Anche le soluzioni "Internet of Things" hanno registrato una significativa crescita nel corso dell'anno, in coerenza con la leadership di Vodafone a livello globale in questo ambito riconosciuta dai principali analisti. Si confermano quali settori a maggior crescita l'automotive, l'insurance e le utilities.

Infine durante il secondo semestre dell'esercizio 2016/2017 è stata costituita anche in Italia la nuova "line of business" dedicata allo sviluppo del portafoglio di servizi Cloud, Hosting e Digital. L'obiettivo della nuova struttura è quello di rafforzare il ruolo di Vodafone Italia come partner per le aziende che stanno intraprendendo, o già percorrendo, il processo di IT transformation e digitalizzazione del proprio business. In linea con quanto previsto nella strategia di Gruppo, la nuova suite di servizi ICT di Vodafone Italia prevede la combinazione di soluzioni IT tradizionali e Cloud.

L'attenzione al cliente

Migliorare ogni giorno la soddisfazione del cliente, stabilire un forte rapporto di fiducia con persone e imprese, ascoltarle e rispondere concretamente ai bisogni di coloro che scelgono Vodafone Italia, sono i principi alla base di ogni attività dell'azienda.

Per consolidare e valorizzare il rapporto con i clienti Vodafone Italia ha definito CARE: il programma attraverso il quale promuove lo sviluppo di azioni concrete negli ambiti della connettività, della trasparenza, del riconoscimento della fedeltà dei clienti e dell'accessibilità al servizio.

CARE si fonda su quattro pilastri, finalizzati a posizionare sempre più il cliente al centro delle priorità aziendali e promuovere una serie di impegni che consistono nel "prendersi cura" dei diversi clienti nel personalizzare i servizi, nell'ascoltarli, interagendo e rispondendo proattivamente alle loro esigenze e nel supportarli in qualsiasi utilizzo dei servizi e prodotti Vodafone.

Il miglioramento della customer experience rappresenta un driver importante dell'approccio alla gestione delle relazioni

con il cliente. Per questo motivo Vodafone Italia considera sempre più importante e centrale avere una strategia omnicanale, ovvero progettare e gestire in modo integrato un numero sempre maggiore di canali di interazione con il cliente, garantendo piena consistenza tra gli stessi in un mercato in cui la customer experience diviene sempre più immediata e interattiva.

W e **C A R E** E

Connettività

Always Excellent Value

Reward loyalty

Easy access

Connettività

Vodafone Italia garantisce l'elevata qualità e affidabilità delle proprie reti mobili e fisse, e promuove iniziative di trasparenza del servizio e fiducia nel rapporto con i propri clienti.

Always Excellent Value

Vodafone Italia soddisfa i bisogni dei propri clienti, grazie ad un'offerta personalizzata, flessibile e che permette ai clienti di navigare in tranquillità 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 tradizionali che digitali, promuovendo un'esperienza sempre più veloce, chiara ed intuitiva.

Tra i principali progetti svolti da Vodafone Italia, relativi ai quattro pilastri di CARE, si evidenziano:

C

Connettività

In ambito connettività è proseguito l'impegno nel programma **"Soddisfatti o rimborsati"**. Vodafone Italia ha continuato a puntare sulla qualità della propria rete 4G e sul valore della connettività "garantita", forte degli importanti investimenti sulla banda ultra-larga operati nell'ambito del Piano Spring. Attraverso questa iniziativa, i clienti, nel caso di insoddisfazione riguardo la navigazione 4G, possono effettuare una segnalazione direttamente dall'app MY Vodafone e ricevere in regalo un giorno di navigazione internet gratuita o richiedere la disattivazione, il rimborso e il blocco di eventuali servizi digitali a pagamento attivati involontariamente. Grazie a questa iniziativa la rete 4G Vodafone è stata riconosciuta la migliore d'Italia dall'indicatore NSS Network Consumer, che rappresenta la soddisfazione dei clienti sulla rete mobile.

Per quanto riguarda i clienti enterprise è nato invece il programma **Rete Garantita per le Imprese**, che consente, attraverso l'App My Vodafone Business, di certificare ogni mese le performance di rete delle SIM Voce aziendali. Il cliente può così visualizzare il report relativo alla qualità delle chiamate effettuate, verificare la percentuale di navigazione su Rete Veloce e misurare direttamente la velocità della rete. Vodafone Italia garantisce inoltre le performance della propria rete e, in caso di prestazioni inferiori a determinati standard di affidabilità, i clienti avranno 1 giorno di navigazione gratuita.

Siamo la Rete 4G N°1 in Italia

La Rete 4G di Vodafone è stata eletta migliore Rete 4G in Italia dall'Istituto Tedesco Qualità e Finanza



A garanzia della continuità del servizio offerto ai clienti Vodafone Italia ha lanciato l'iniziativa **Vodafone Sempre Connessi** che assicura ai clienti la continuità della navigazione su rete fissa e la possibilità di chiamare senza interruzioni. In caso di problemi tecnici infatti, chiamando il call

center, è possibile attivare una promozione che offre 15GB di internet e 100 minuti di chiamate giornalieri su una qualunque SIM Vodafone, anche quella fornita insieme alla Vodafone Station. Sono inclusi anche l'hotspot e l'inoltro automatico delle chiamate del proprio numero fisso sulla SIM prescelta.

A

Always Excellent Value

Con riguardo alla trasparenza delle proprie tariffe a alla garanzia per i clienti di mantenere il controllo della propria offerta in ogni momento, Vodafone ha deciso di anticipare la regolamentazione Europea sul Free Roaming lanciando nuove tariffe, sia per il mercato consumer che per quello enterprise, con l'obiettivo di far navigare e chiamare i clienti senza pensieri in tutta Europa: nel mercato consumer sono stati lanciati i piani abbonamento RED con internet, minuti ed SMS inclusi sia in Europa che negli Stati Uniti, mentre per il mercato enterprise è nato il nuovo portafoglio di offerte che ha previsto il roaming in Europa incluso in tutti i prodotti.

R

Reward Loyalty

Con il lancio del progetto We CARE sono nate anche una serie di iniziative per premiare la fedeltà dei clienti: i **"Like Moment"**. In occasione di alcune delle feste più belle dell'anno come San Valentino o la Festa della Donna Vodafone Italia ha regalato giorni di navigazione o chiamate a tutti i clienti, sempre facendo affidamento sulla potenza e stabilità della rete. In questo anno il concetto di Like Moment si è evoluto ulteriormente, con iniziative più audaci e segmentate. Ad esempio con "Tenure", a maggio 2016, è stato offerto a tutti i clienti Vodafone un regalo completamente personalizzato. Si è partiti con 1Giga per i clienti Vodafone da almeno un anno, per arrivare ai 10 Giga per 10 anni. L'iniziativa è stata estesa anche ai clienti Business che hanno ricevuto premi fino a 20 Giga. A gennaio 2017 invece è stato lanciato il primo Like Moment per i clienti di altre culture, festeggiando il Capodanno Cinese con due giorni di internet illimitato per tutti i clienti cinesi.

Inoltre è proseguita l'iniziativa **"Pensiero per te"** con cui Vodafone Italia ha voluto aprire le porte dei suoi competence centers, svelando il volto umano delle persone che vi lavorano. Nel corso del 2016 è stato infatti lanciato il progetto Un Pensiero per Te fase 2: i clienti sono stati invitati a incontrare gli agenti di Vodafone Italia nei principali centri di competenza e hanno potuto vivere e apprezzare l'atmosfera di lavoro e la professionalità degli agenti durante la chiamata, nonché ricevere regali personalizzati.

E

Easy access

Importanti iniziative sono state infine svolte sul tema dell'accessibilità ai servizi Vodafone per rispondere alla crescente digitalizzazione dei clienti e alla ricerca di assistenza continua e con massima velocità di risposta. Tra le principali iniziative Vodafone Italia ha lanciato il **Virtual Assistant Vodafone**, un motore di intelligenza artificiale che permette di comprendere il linguaggio naturale umano e fornire delle risposte in tempo reale. È sufficiente cliccare sul balloon "Serve Aiuto" nell'homepage dell'app MyVodafone e scrivere o usare i messaggi vocali per sottoporre la propria domanda ed ottenere una risposta immediata. I temi coperti sono vari: offerte attivabili in Italia e all'estero a dettagli sulle opzioni già attive, recupero del codice PUK e sostituzione o riattivazione della SIM.

Vodafone ha sviluppato inoltre nel corso del 2016 il nuovo servizio **"Ci penso io & A-Team"** che si propone di risolvere il 100% delle problematiche dei clienti attraverso l'empowering degli operatori e una vicinanza continua con il cliente. A seguito di ogni chiamata i clienti ricevono un SMS con possibilità di ricontatto. Se dopo il ricontatto la questione non è stata risolta la gestione passa automaticamente ad un team di esperti specializzati nella risoluzione di problemi complessi, incaricati anche del miglioramento continuo dei relativi processi di assistenza.



Il riconoscimento dell'attenzione al Cliente

L'attenzione di Vodafone Italia al cliente e il lavoro svolto per creare un forte rapporto di fiducia con le persone è stata riconosciuta in ambito nazionale e internazionale attraverso l'ottenimento di prestigiosi premi.

LE Fonti Awards

Le Fonti Awards è un premio internazionale che riunisce leader di impresa, studi legali ed esponenti dell'alta finanza di tutto il mondo. Nell'edizione 2016 Vodafone Italia è stata insignita quale **"impresa dell'anno per la Customer Relationship"**, grazie al programma CARE.



Global Telecom Award e Customer Experience Excellence Recognition Program di Frost & Sullivan

In ambito internazionale il programma CARE ha ricevuto il riconoscimento **Global Telecom Award** a Londra, che premia l'innovazione delle società impegnate nell'evoluzione e nella trasformazione del settore delle telecomunicazioni. Inoltre negli Stati Uniti Vodafone, con il progetto CARE, ha ricevuto il premio **Customer Experience Excellence Recognition Program di Frost & Sullivan**, che mira a riconoscere le imprese impegnate nello sviluppo di soluzioni sempre più innovative ed evolute di customer experience.



Il riconoscimento dell'attenzione al Cliente

Migliorare il servizio

Per Vodafone Italia attenzione al cliente e costruzione di un rapporto di fiducia significa promuovere un'innovazione continua del servizio e dei prodotti offerti. È dunque fondamentale comprendere le necessità digitali e di connettività di persone e imprese.

A tal fine, nel corso del 2016-2017 Vodafone Italia ha investito nelle attività di ricerche di mercato a dimostrazione del suo impegno nell'essere un'azienda sempre più attenta alle esigenze dei propri clienti, pronta ad anticipare e migliorare costantemente l'offerta e la qualità del proprio servizio. Particolare attenzione è stata dedicata alla misurazione della "Soddisfazione del Cliente" e della capacità

dell'azienda di generare Customer Advocacy attraverso l'indicatore Net Promoter Score (NPS).

Il monitoraggio continuativo di questo indicatore nel corso dell'anno consente infatti di valutare la propensione dei clienti a raccomandare il proprio operatore e di registrare in maniera oggettiva il livello di soddisfazione e le aspettative dei clienti sul servizio di telefonia mobile e fissa offerto. Nel Fiscal Year 2016 - 2017 Vodafone Italia ha registrato un incremento dell'NPS di 4 punti percentuali rispetto all'anno fiscale precedente, frutto dell'impegno aziendale nel migliorare l'experience dei propri clienti. Vodafone Italia ha inoltre attuato importanti progetti di misurazione dell'esperienza dei clienti nei punti vendita, mettendo a punto un sistema di monitoraggio continuativo

della qualità dei negozi, attraverso indagini di mystery shopping condotte nei propri store.

Ulteriori indagini sia qualitative che quantitative sono state condotte durante l'anno a supporto del lancio di nuove proposizioni commerciali focalizzate sulla convergenza fisso-mobile e sulla famiglia, per sostenere la diffusione della fibra e per entrare nel mercato dei contenuti video grazie al lancio della Vodafone TV. Le indagini condotte hanno consentito di rispondere alle aspettative dei clienti in termini di offerta e di mettere a punto prodotti e proposizioni in linea con le esigenze così rilevate.



2,2 mln
di iscritti al Vodafone Lab



400.000
Followers su Twitter



117 mln
di Visite a Vodafone .it



53 mln
di visualizzazioni su
youtube



6,4 mln
Users dell'applicazione



1,9 mln
di like su Facebook

2.575 persone Vodafone impiegate
negli 8 competence center

Un servizio 7 giorni su 7 che gestisce in
media **97.000** chiamate al giorno

Il servizio di Customer Care

Un momento importante di contatto con il cliente è quello dell'assistenza, che Vodafone Italia garantisce attraverso un 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 dedicati al Servizio Clienti sono strutturati secondo una specializzazione che tiene conto delle tipologie di clienti e delle esigenze e dei bisogni di assistenza suddivisi principalmente tra segmento Consumer, Mobile e Fisso, e segmento Enterprise.

Circa 300 visite ai VEC di Roma e Milano nel corso dell'anno

Il Vodafone Experience Center (VEC)

Il Vodafone Experience Center è pensato come un percorso guidato tra le diverse soluzioni innovative offerte da Vodafone Italia, un Customer Journey in cui le aziende sono accompagnate da un team dedicato in uno spazio che combina esperienze fisiche e digitali, business e tecnologia per la collaborazione e la generazione di nuove idee.

Il percorso di consulenza offerto alle imprese parte dall'analisi delle priorità strategiche e competitive del mercato, passa attraverso la condivisione delle singole esigenze e potenzialità, e offre la possibilità di toccare con mano i vantaggi delle soluzioni di Vodafone Italia per il business. Attraverso un approccio integrato, il VEC fornisce ai clienti un portafoglio di servizi e soluzioni convergenti che, integrando strumenti di comunicazione dall'elevata innovazione tecnologica nei processi di vendita e supporto al cliente, mirano a semplificare e automatizzare le attività, riducendo i costi e i tempi di svolgimento delle operazioni.

Le soluzioni offerte, che includono mobile fisso dati, sicurezza, Cloud, soluzioni per il core business e digital platform studiate per le esigenze delle grandi aziende e della Pubblica Amministrazione, garantiscono una migliore esperienza di acquisto, massimizzando il ritorno sull'investimento delle imprese e creando nuove opportunità di vendita.

Il Vodafone Experience Center rappresenta quindi la risposta di Vodafone Italia alla rapida e continua evoluzione del settore dei beni di consumo, sempre più caratterizzato dalla presenza di nuove tecnologie e dalla conseguente necessità per le aziende di rinnovare le proprie strategie di business per adeguarsi alle mutate aspettative e preferenze dei consumatori. In questo contesto, Vodafone Italia emerge come partner solido ed affidabile per tutte le esigenze di comunicazione e digitalizzazione di ogni tipologia di impresa - dalle Piccole e Medie Imprese alle grandi aziende e multinazionali - per la propria capacità di innovare i processi di vendita e supporto al cliente.

Il Vodafone Experience Center apre a Roma

A ottobre 2016 è stato inaugurato all'interno della sede di rappresentanza di Roma il Vodafone Experience Center, un laboratorio che consente in una logica di co-creation di mostrare ai clienti le soluzioni più innovative per il loro settore d'industria.

Il Vodafone Experience Center è organizzato nelle seguenti aree funzionali:

Warm up room

È l'inizio del "viaggio" all'interno dell'Experience Center, partendo dalla mission di Vodafone e dai valori che guidano l'Azienda.

Innovation room

Il luogo dove conoscere gli abilitatori tecnologici che non sono ancora prodotti e le loro potenzialità.

Discovery room

È il cuore dell'esperienza, dove si analizzano i trend del mercato e le priorità di business dell'azienda, collaborando per generare nuove idee e soluzioni.

Big Data

È uno spazio, inaugurato a giugno 2015, dedicato alle soluzioni degli Analytics che, molto importanti per il business, possono trovare applicazione in tutti i settori industriali, dalla Pubblica Amministrazione al Retail fino alla grande distribuzione.

Connected Home

In questo spazio è stata riprodotta una casa intelligente all'interno della quale provare le soluzioni Internet of Things per gestire da remoto tutte le funzionalità degli ambienti domestici.

Open Solution Arena

È un grande spazio multimediale dove i clienti sperimentano i prodotti e i servizi offerti da Vodafone Italia, testandone l'applicazione pratica e la facilità di utilizzo, dalle soluzioni di Digital Platforms a Internet of Things, dalla Convergenza 4.0 alle soluzioni verticali come quelle del mondo Retail.

Le soluzioni di Vodafone per il Retail in mostra al Vodafone Retail Experience

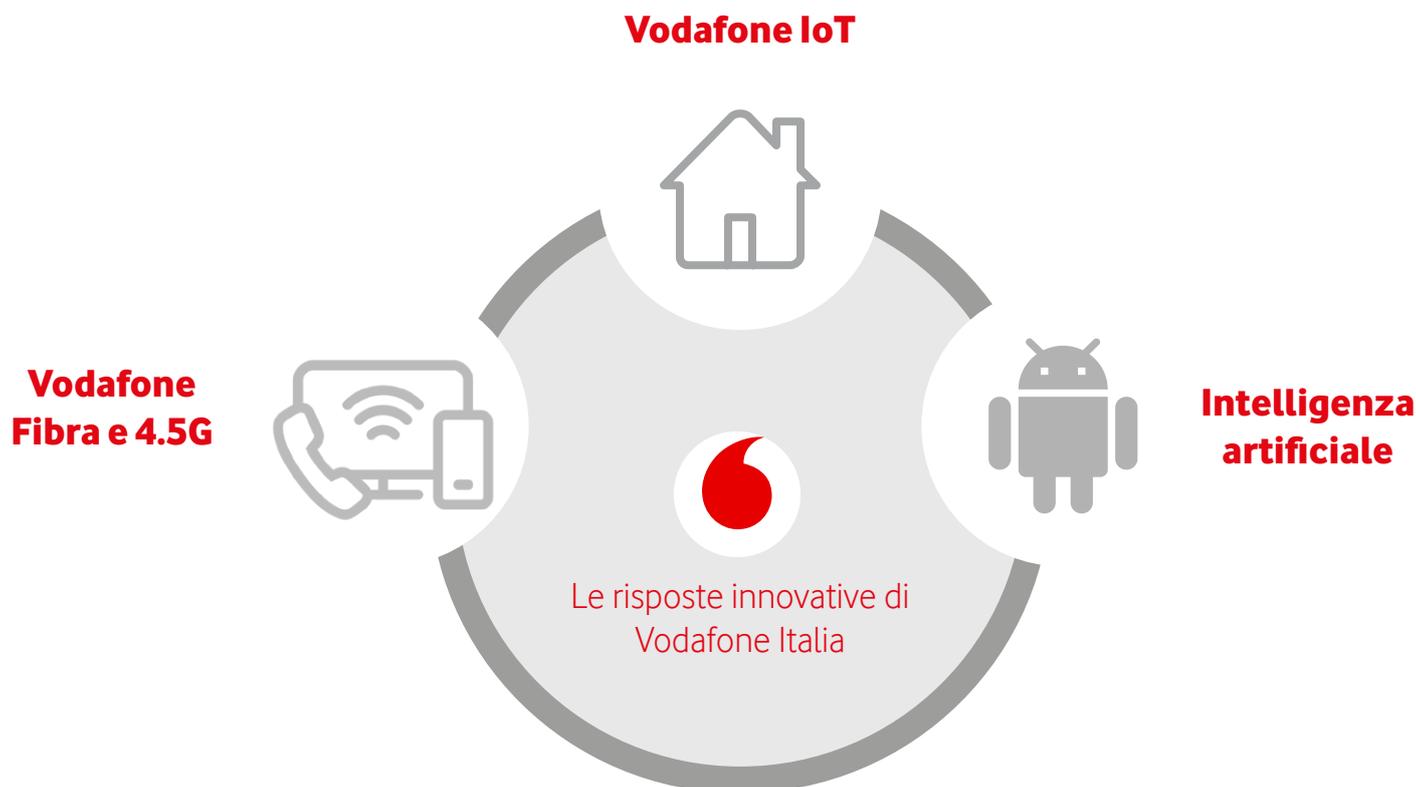
Vodafone Day APP	Un'App che consente alle aziende di usufruire di diverse funzioni di supporto prima della visita del cliente al punto vendita, quali le soluzioni di smart parking, outdoor navigation, indoor navigation e ricevere informazioni di proximity marketing.
My Company App	Consente al cliente finale di ricevere messaggi personalizzati e coupon, prenotare appuntamenti in negozio con il proprio Shop Assistant di fiducia e usufruire di anticipazioni e promozioni.
Mobile App "V-Mdc"	Dedicata al retailer, permette di gestire la forza vendita, fidelizzare e gestire in modo personalizzato i clienti, gestire e organizzare al meglio le attività di back office dello Store come i riordini di prodotto.
BigData e Analytics	Con questa soluzione Vodafone Italia mette a disposizione delle aziende la propria esperienza nel settore degli Analytics, mettendo a sistema e processando i dati provenienti da reti radio mobili, dall'azienda cliente, open data, mobile app, piattaforme web e social, al fine di creare valore tangibile ed immediato ritorno sull'investimento. Il tutto ponendo un'attenzione particolare al rispetto della privacy e della sicurezza dei dati trattati.
Marketing di prossimità	Questa soluzione, basata su un dispositivo elettronico chiamato "Beacon", totalmente autonomo e in grado di interagire con gli smartphone, è in grado di inviare entro un range di 70 metri delle notifiche o dei messaggi contenenti sconti e abbonamenti personalizzabili. Grazie al Marketing di prossimità è possibile creare un vero e proprio Digital Customer Journey all'interno del negozio, che può addirittura iniziare quando il cliente transita davanti allo store, invitandolo a entrare con una logica di gamification o di couponing.
People Counting Evoluto	È un vero e proprio sistema di monitoraggio dello store, in grado di rilevare informazioni relative ai clienti presenti nel locale come sesso, etnia, fascia di età e perfino interessi grazie al rilevamento della direzione dello sguardo e del tempo trascorso in un determinato punto del negozio. Questa soluzione può essere anche utilizzata per proiettare pubblicità dedicate, in linea con le caratteristiche del cliente rilevato dal meccanismo.
Lettole RFID	Consente di proiettare su uno schermo tutte le caratteristiche e varianti di un prodotto munito di chip, se avvicinato al lettore. Questa soluzione permette di ottimizzare gli spazi del negozio senza rinunciare alla varietà delle proposte, rendendo vendibili in tempo reale anche prodotti non fisicamente disponibili.
Digital Dressing Room	È un vero e proprio camerino digitale smart dotato di un piccolo schermo touch che consente al cliente, direttamente dal camerino, di richiedere ai commessi capi d'abbigliamento da provare o visualizzare vestiti e accessori che si abbinino con quelli indossati. Questa soluzione consente di ridurre gli spostamenti dei clienti, consentendo di gestire gli spazi in negozio in modo più efficiente e migliorare l'esperienza di acquisto degli utenti.
Mobile Pos	È un dispositivo mobile che consente di pagare attraverso lo smartphone senza avvicinarsi alla cassa. Questa soluzione è sincronizzabile con l'App retailer per il download dei coupon del cliente e raccogliere ulteriori informazioni sui comportamenti di acquisto.

Una risposta sempre innovativa

Ascoltare il cliente, comprenderne e anticiparne le reali necessità e i bisogni digitali rappresentano per Vodafone Italia il punto di partenza per definire una politica di investimenti mirata a promuovere da un lato l'ammodernamento della propria struttura di rete, dall'altro l'innovazione di prodotti e servizi.

In merito allo sviluppo delle reti, in linea con i risultati del Piano Spring, anche nel 2016 – 2017 Vodafone Italia ha continuato ad investire al fine di estendere la copertura e la capacità delle reti mobili 3G e 4G, attivare le nuove connessioni 4.5G ed estendere la capillarità e la velocità dell'infrastruttura fissa in fibra ottica, anche attraverso l'attivazione di Vodafone IperFibra.

Per quanto riguarda le innovazioni avvenute nel corso del 2016 – 2017, Vodafone Italia, in linea con quanto svolto a livello Gruppo, ha avviato una serie di iniziative per lo sviluppo di prodotti e servizi in grado di sfruttare le potenzialità offerte dalle tecnologie Internet of Things e dallo sviluppo dell'intelligenza artificiale.



Vodafone Fibra e 4.5G: Lo sviluppo delle reti fisse e mobili

Lo sviluppo della fibra Vodafone

L'impegno di Vodafone Italia si estende anche allo sviluppo dell'infrastruttura di rete fissa, attraverso l'evoluzione delle soluzioni in fibra ottica. In questo ambito l'azienda ha raggiunto importanti risultati grazie al lancio di una nuova infrastruttura di rete ultraveloce in fibra ottica in grado di fornire agli utenti una velocità di connessione fino a 1 Gigabit al secondo.

L'implementazione di questa nuova infrastruttura è stata resa possibile grazie alla partnership tra Vodafone Italia ed Enel Energia, all'interno del piano Open Fiber. La collaborazione intende fornire una risposta concreta agli obiettivi di copertura del territorio promossi dall'Agenda Digitale Europea e della Strategia Italiana per la banda ultra larga, contribuendo a ridurre la carenza infrastrutturale del Paese.

Il piano di Open Fiber e l'offerta IperFibra Vodafone mirano dunque a garantire la copertura delle maggiori città italiane, nonché il collegamento delle aree industriali, con l'obiettivo di realizzare una rete a banda ultra larga quanto più diffusa ed efficiente possibile. Ad oggi sono state connesse le città di Milano, Bologna, Torino, Perugia, Bari, Cagliari, Catania, Palermo, Padova, Venezia, Napoli. È stata inoltre estesa la copertura in fibra Vodafone raggiungendo 970 città a Marzo 2017.

Nel corso dell'anno Vodafone Italia, a supporto del settore industriale del Paese, ha inoltre esteso la copertura in Fibra ad 1 Gbps in otto aree industriali ad alto valore competitivo. In particolare sono state coperte le aree di Moncalieri (TO), Cologno Monzese (MI), Carpi (MO), Modena, Forlì Ospedaletto (FC), Modugno (BA), Surbo (LE) e Arzano (NA).

Inoltre per il mondo Enterprise, Aziende e Pubbliche Amministrazioni Vodafone Italia mette a disposizione connessioni ultraveloci dedicate, connettendo direttamente la sede aziendale alla rete, portando la velocità di download e upload fino a 10 Gbps.

La rete 4.5G

Nel corso dell'anno Vodafone Italia ha compiuto un ulteriore passo avanti nello sviluppo delle reti mobili ultraveloci, lanciando a maggio le prime connessioni mobile 4.5G a Firenze, Palermo e Milano in grado di raggiungere velocità di 800 Megabit al secondo, circa il doppio rispetto

alle precedenti connessioni 4G. Inoltre, il costante impegno di Vodafone Italia ha consentito di raggiungere, a Marzo 2017, più di 6.900 comuni italiani con la rete 4G Vodafone, per oltre il 97% della popolazione servita.

Questa nuova tecnologia rappresenta l'evoluzione dello standard LTE e si pone come base di partenza per l'introduzione di una nuova generazione di servizi da cui i clienti possono trarre benefici ancor prima dell'arrivo delle connessioni ultraveloci con tecnologia 5G. Infatti grazie alla rete 4.5G, Vodafone è in grado di rispondere con maggior efficacia ai nuovi bisogni di connettività di cittadini, imprese e amministrazioni pubbliche, offrendo servizi sempre più veloci e reattivi.

Internet of Things: la ricerca di soluzioni all'avanguardia

Le reti di nuova generazione, grazie alla loro velocità e bassa latenza hanno permesso lo sviluppo di soluzioni sempre più innovative e integrate. Le soluzioni Internet of Things sono divenute negli ultimi anni un elemento trainante per lo sviluppo di città, case, luoghi di lavoro e infrastrutture.

Sempre di più le imprese stanno scoprendo nuovi modi per fare leva sul potenziale dell'Internet of Things, e guardano a queste soluzioni in modo più strategico, ricercando l'implementazione di applicazioni sempre più sofisticate e interconnesse, che permettano la raccolta delle informazioni da una moltitudine di entità, creando tra loro correlazioni in grado di trasformare i dati in informazioni.

In questo ambito Vodafone Italia ha sviluppato, nel corso del 2016 – 2017, diverse soluzioni che riguardano i servizi di telecontrollo, le nuove applicazioni di smart agricolture, la telemedicina e l'intero settore della mobilità.

I servizi di telecontrollo

Sul fronte del **telecontrollo** Vodafone Italia ha sviluppato un progetto, in collaborazione con Hera SpA, multi utility che opera anche nell'ambito del servizio di distribuzione del gas naturale, che prevede la raccolta e centralizzazione, all'interno del sistema informatico di gestione generale, delle informazioni provenienti dai diversi punti di monitoraggio e controllo posti sulla rete di distribuzione. Tale soluzione permette di avere tutti i dati archiviati in

un unico spazio comune, con maggiore facilità di accesso ed analisi. Grazie a questa soluzione e alle opportunità di analisi e monitoraggio offerte, Hera è in grado di massimizzare le proprie prestazioni, realizzare importanti progetti di efficienza energetica e garantire un servizio migliore ai consumatori finali.

Vodafone Smart Agriculture

Grazie alle potenzialità offerte dalle nuove tecnologie IoT, Vodafone Italia ha sviluppato il nuovo servizio **Smart Agriculture**, che consente il monitoraggio e l'ottimizzazione delle risorse e delle infrastrutture della filiera alimentare.

La gestione razionale delle risorse è alla base dei programmi di agricoltura sostenibile, sia che si parli di gestione razionale dell'acqua, sia che si parli di altri input, quali fertilizzanti e prodotti per la difesa delle colture.

Il sistema sviluppato da Vodafone Italia permette dunque il monitoraggio di elementi quali le condizioni meteorologiche, le proprietà del suolo, l'utilizzo delle risorse idriche i capi di allevamento e le infrastrutture di stoccaggio. Tutto questo è possibile grazie alla gestione e analisi simultanea dei dati provenienti da diversi strumenti quali la stazione meteo dedicata e di monitoraggio del suolo, i controller per l'automazione dell'irrigazione, le unità di monitoraggio delle condizioni di stoccaggio nei silo e del bestiame presente negli allevamenti. Il servizio Smart Agriculture è stato sviluppato per supportare l'attività di tutti gli operatori che lavorano in ogni fase della filiera alimentare: dalle aziende agricole che hanno la possibilità di ricevere precise allerte meteo, pianificare interventi di difesa fitosanitaria e gestire razionalmente le risorse, fino alle imprese produttrici di beni alimentari che hanno invece la possibilità di sviluppare programmi di agricoltura sostenibile sempre più efficaci e ottenere certificazioni sulla propria filiera.

Vodafone Smart Health

Le tecnologie IoT permettono lo sviluppo di soluzioni innovative che mettono la tecnologia a disposizione della **salute e del benessere** dei cittadini attraverso applicazioni che favoriscono l'assistenza domiciliare, il monitoraggio della diagnostica da remoto, agevolando

l'accesso ai dati in sicurezza e la gestione efficiente delle risorse per le emergenze. In questo ambito Vodafone Italia ha sviluppato una soluzione completa di Smart Health basata sullo sviluppo di una piattaforma digitale che integra i servizi di raccolta dei parametri vitali, tele-monitoraggio domestico, refertazione degli esami medici, tele-visita e teleconsulto e gestione delle emergenze sanitarie.

Le soluzioni Vodafone Internet of Things e la Smart Mobility.

Le tecnologie digitali e in particolare i servizi IoT hanno generato importanti impatti diretti e indiretti sul settore automotive, partendo dalla diffusione dei servizi di car sharing, fino allo sviluppo dei primi veicoli a guida autonoma. In questo ambito Vodafone ha istituito, a seguito dell'acquisizione di Cobra Italia, la business unit Vodafone Automotive, per sviluppare e offrire servizi telematici e prodotti elettronici per il settore automotive.

Vodafone Italia, in collaborazione con la piattaforma di car sharing Enjoy, ha sviluppato una soluzione innovativa che permette, attraverso un dispositivo telematico dotato di SIM Machine to Machine, di monitorare e raccogliere in tempo reale i dati di guida del veicolo, identificare il "Driver Behaviour", fornire assistenza in caso di furto e ricostruire le dinamiche di un possibile incidente. Grazie a questa soluzione Enjoy riesce ad avere il controllo costante di tutte le proprie 2.200 macchine ed offrire di conseguenza una Customer Experience sempre migliore. Sono state inoltre definite da Vodafone Italia importanti collaborazioni per lo sviluppo e la diffusione di servizi innovativi basati sulle tecnologie Internet of Things. Nel corso dell'EICMA 2016, l'esposizione internazionale del ciclo e motociclo, BMW ha infatti presentato la prima motocicletta connessa attraverso SIM Vodafone Internet of Things che consente di usufruire del servizio di chiamata di emergenza "eCall" di BMW in caso di incidente o emergenza. La connettività offerta utilizza la capillarità della rete Vodafone in tutta Europa per ricevere assistenza e soccorso nel minore tempo possibile, migliorando di conseguenza la sicurezza del traffico stradale. Ad oggi più di 2,5 milioni di veicoli BMW sono connessi tramite i servizi offerti da Vodafone.

Sempre all'EICMA di Milano è stato inoltre presentato il frutto della collaborazione tra Vodafone e Yamaha, con i primi scooter dell'azienda automotive connessi grazie ai servizi telematici di Vodafone Italia. Grazie infatti a "My TMAX Connect", l'applicazione mobile dedicata per usufruire dei servizi telematici offerti da Vodafone, i clienti potranno accedere ai dati dello scooter da remoto, localizzarlo, ricevere un allarme in caso di batteria scarica e attivare da remoto il clacson e le frecce in caso di emergenza. My TMAX Connect consente anche di proteggere gli scooter dai furti, con il servizio di recupero veicoli e localizzazione di Vodafone che, tramite una rete di centrali operative attive tutti i giorni 24 ore su 24, è in grado di collegarsi in ogni momento con le autorità di competenza per recuperare veicoli rubati in tutta Europa.

Con riferimento all'ambito dell'assicurazione auto, Vodafone Italia ha sviluppato la Vodafone Black Box, un dispositivo di geolocalizzazione che, grazie alle soluzioni telematiche, consente al cliente di mettere in luce le proprie qualità al volante, consentendo di premiare i comportamenti di guida più virtuosi. La piattaforma telematica di Vodafone Automotive consente infatti di rilevare, inviare, gestire i dati provenienti dal veicolo, riguardanti frenate, accelerazioni, velocità media e chilometri percorsi, che sono riconosciuti come indicatori chiave per valutare il profilo del cliente e rilevare un utilizzo appropriato del veicolo.

Lo sviluppo dell'intelligenza artificiale

Altro importante ambito di evoluzione tecnologica negli ultimi anni riguarda lo sviluppo delle intelligenze artificiali. Si tratta della progettazione di sistemi hardware e programmi software in grado di fornire prestazioni che simulano con sempre maggior precisione attività simili a quelle svolte dall'intelligenza umana. In questo ambito, Vodafone Italia ha sviluppato un sistema denominato "Vodafone BOT", che garantisce risposte via chat in tempo reale alle domande più semplici dei clienti, con la capacità di trasferire la chiamata direttamente all'operatore a seconda delle necessità. Il nuovo sistema è stato implementato all'interno della nuova versione dell'applicazione My Vodafone. Grazie a questo nuovo strumento i clienti

hanno così la possibilità di interagire con il mondo Vodafone in maniera sempre più evoluta ed ottenere un'assistenza continua 24 ore su 24 e 7 giorni su 7. Vodafone BOT infatti analizza e interpreta le frasi e le domande poste dalle persone e, grazie a un sofisticato motore semantico, è in grado di riconoscere le diverse sfumature linguistiche e fornire la risposta più corretta. Ad oggi la chat con intelligenza artificiale è in grado, ad esempio, di fornire precise risposte alle procedure di recupero dei codici PIN e PUK e di fornire informazioni su promozioni e offerte attive sulle SIM del cliente.

La nuova app My Vodafone

L'applicazione My Vodafone è la principale interfaccia di assistenza al cliente di Vodafone Italia e con 39 milioni di visite al mese è la quarta applicazione più utilizzata in Italia.

Nel corso dell'anno Vodafone, in risposta ai rapidi mutamenti nelle abitudini dei clienti e per offrire un utilizzo più intuitivo e vicino all'utente ha sviluppato una nuova veste grafica e rinnovato l'esperienza d'uso.

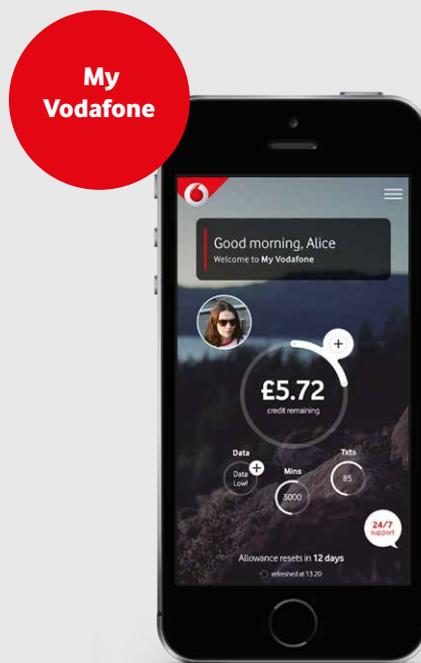
In particolare è possibile:

- visualizzare tutte le notifiche direttamente in homepage, dal credito residuo ai giga in esaurimento, dalla scadenza della SIM a offerte particolari
- accedere al menu in maniera più semplice, con tutte le funzioni ora a "portata di pollice"
- controllare i contatori per conoscere il traffico ancora disponibile e sapere sempre cosa fare con i propri minuti, SMS e Giga residui

- scoprire con un click tutte le offerte dedicate
- ricevere supporto in tempo reale dalla rinnovata sezione interattiva "Serve aiuto", a cui ci si può rivolgere anche con messaggi vocali

L'applicazione diviene sempre di più il canale digitale attraverso cui i clienti possono reperire tutte le informazioni utili per gestire in modo proattivo e autonomo i propri prodotti Vodafone, sia per quanto riguarda la rete mobile che per la rete fissa.

My Vodafone è inoltre il principale canale dell'azienda per le attività di "co-creazione" con clienti, dipendenti e partner. L'App si configura dunque come un hub che integra nuovi contenuti, nuovi servizi e nuove modalità di interazione.



39 milioni di visite al mese

La Vodafone TV

Con l'obiettivo di soddisfare al meglio i bisogni dei clienti con risposte innovative, Vodafone ha lanciato, tra le altre iniziative, anche la propria Vodafone TV, offrendo contenuti e intrattenimento insieme ai servizi di telecomunicazione. Inoltre, dopo il lancio di Christmas Card a Novembre 2016, che ha permesso ai clienti Vodafone di guardare video in streaming senza consumare Giga, a Giugno 2017 Vodafone ha lanciato il primo portafoglio di opzioni per navigare senza consumare Giga. Con i Vodafone Pass dedicati a Social & Chat, Video e Musica, cambia inoltre radicalmente l'esperienza di navigazione: chi ama i social e le chat, chi utilizza lo smartphone o il tablet per guardare i video, e chi è appassionato di musica, può vivere le proprie passioni senza consumare i Giga previsti dalla propria offerta.



La tutela della privacy e dei dati

I clienti rappresentano un patrimonio di fondamentale importanza per Vodafone Italia: la tutela dei loro dati è quindi un valore primario che interessa tutta l'Azienda, ciascun dipendente o soggetto terzo coinvolto nei processi aziendali.

Vodafone Italia conferma il proprio impegno nel proteggere la riservatezza dei dati 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, con la finalità di prevenire i comportamenti in grado di danneggiare questa parte di patrimonio aziendale e garantire il rispetto degli adempimenti in materia di privacy e protezione dei dati.

Gli investimenti per la sicurezza dei dati

Vodafone Italia e il Gruppo Vodafone hanno realizzato importanti investimenti per garantire la sicurezza dei dati. In linea con i passati fiscal year, dunque, l'azienda si è impegnata a perfezionare le piattaforme che garantiscono la protezione e la Governance dei dati dei clienti per migliorare i sistemi dedicati all'erogazione delle prestazioni di Giustizia, e ha ampliato la capacità di analizzare e gestire gli incidenti del suo Global Security Operations Center con nuove funzionalità di gestione delle minacce.

Anche quest'anno, Vodafone Italia ha investito nella formazione, informazione e prevenzione per innalzare il livello di consapevolezza e di cultura della sicurezza, in tema di protezione dei dati dei clienti e di reputation di Vodafone.

È inoltre continuata l'attività di progettazione e realizzazione di programmi e campagne di training & awareness sui temi della privacy e della sicurezza, in modo da raggiungere l'intera popolazione aziendale attraverso l'attività di formazione on line denominata "Doing What's Right".

Tra i principali progetti è stata svolta la revisione dei diritti di accesso ai

sistemi aziendali contenenti dati personali (RAL): Vodafone Italia assicura un'attenta e regolare attività di valutazione del rispetto delle procedure interne e del corretto utilizzo degli strumenti aziendali messi a disposizione per lo svolgimento dell'attività lavorativa, operando il continuo aggiornamento e la revisione dei diritti di accesso ai sistemi aziendali che contengono dati personali dei clienti.

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, che 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.

Anche i nuovi prodotti e servizi messi a disposizione della clientela 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.

Per garantire una sicurezza della rete adeguata alla rapida evoluzione dei sistemi e dei contenuti che su questa rete transitano e alle nuove potenziali minacce informatiche Vodafone Italia ha proseguito la collaborazione con il CNAIPIC, (Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche della Polizia di Stato). Si tratta di un accordo che ha come finalità l'adozione condivisa di procedure di intervento e scambio di informazioni in tema di prevenzione e contrasto degli attacchi informatici di matrice terroristica e criminale ai danni delle infrastrutture critiche del Paese.

Il security assessment su fornitori e partner

Per garantire una costante ed elevata sicurezza nell'ambito della tutela dei dati dei clienti di cui vengono in possesso anche le terze parti di Vodafone, la funzione di Corporate Security, in qualità di "Lead Auditor" certificato ai sensi della norma ISO 27001, presso fornitori tecnologici e partner di Call Center in outsourcing, anche all'estero tramite proprie strutture esterne, 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.

Il Law Enforcement Disclosure Report

Il Gruppo Vodafone ha pubblicato, all'interno del "Sustainability Report", il "Law Enforcement Disclosure Report", documento 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 dei 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 includerà 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.

Il report completo sarà disponibile per consultazione e informazione all'indirizzo: www.vodafone.com/sustainability/lawenforcement



Rendere più trasparente e coerente l'utilizzo delle informazioni dei clienti nel rispetto della privacy.

Le innovazioni per pagamenti sicuri

La diffusione delle tecnologie digitali ha portato allo sviluppo di nuovi metodi di pagamento telematici a disposizione degli utenti. In questa direzione Vodafone Italia sviluppa soluzioni innovative che garantiscano ai clienti l'accesso a mezzi di pagamento istantanei e sicuri. In questo ambito Vodafone Italia ha sviluppato l'applicazione "Vodafone Wallet", un portafoglio digitale in grado di accogliere e gestire le principali carte di credito grazie alla funzione "Vodafone Pay", nonché associare un account PayPal e gestire le carte fedeltà e gli abbonamenti a trasporti pubblici. Grazie alla partnership con PayPal, il servizio "Vodafone Pay" diviene il primo in Italia a consentire alle persone di

utilizzare il proprio smartphone per effettuare pagamenti in mobilità. Infatti con l'applicazione Vodafone è possibile pagare beni e servizi attraverso tutti i POS Visa contactless presenti sul territorio nazionale e nei milioni di POS che accettano carte Visa a livello mondiale. Si tratta di un'importante passo avanti nel mondo dei pagamenti in mobilità, anche considerando che solo in Italia già un dispositivo POS su 4 è abilitato ai pagamenti contactless e la presenza di oltre 16 milioni di device mobili abilitati a questo servizio. Inoltre, per garantire la trasparenza e la sicurezza dei pagamenti i clienti Vodafone Italia hanno la possibilità di tenere traccia di tutte le transazioni, in quanto l'applicazione, dopo ogni acquisto, inoltra immediatamente una notifica con l'esito dell'operazione. Vodafone Pay mantiene inoltre un

dettagliato storico degli acquisti effettuati registrando i vari dettagli della spesa nonché luogo e data. Per garantire un ulteriore livello di sicurezza, durante il pagamento i dati vengono custoditi all'interno della SIM NFC e mai salvati sul telefono. In questo modo in caso di furto o smarrimento del dispositivo è possibile chiamare l'assistenza Vodafone e bloccare congiuntamente la SIM e il servizio Vodafone Pay.

Vodafone Wallet tra i migliori servizi di mobile commerce

Vodafone Wallet nel corso del fiscal year 2016 – 2017 ha ricevuto diversi riconoscimenti internazionali nell'ambito dei migliori sistemi di pagamento contactless e loyalty mobile.



In particolare al **Payment Award 2016**, che premia le eccellenze nell'innovazione dei sistemi di pagamento, "Vodafone Wallet" ha ricevuto il riconoscimento "*Overall Winner*" e "*Best Engagement and Loyalty Scheme*".



Inoltre all'Emerging Payment Award 2016, dedicato alle eccellenze nel mondo dei pagamenti, Vodafone ha ricevuto i premi per la "*Best Proximity or Contactless Payment Solution*" e per il "*Best Gift/Incentive Card or Programme*".

Determinante per il raggiungimento di questi risultati è stato il ruolo di precursore svolto da Vodafone Italia nella diffusione della tecnologia NFC e la presenza internazionale dell'azienda, nonché la compatibilità di "Vodafone wallet" con la maggior parte degli smartphone NFC Android del mercato e le molteplici funzionalità di mobile commerce offerte.

La sicurezza nell'utilizzo dei prodotti Vodafone

Per Vodafone Italia l'attenzione ai propri clienti significa anche assicurare la totale sicurezza dei propri prodotti. A tal fine tutti i dispositivi offerti da Vodafone Italia (telefoni e smartphone, internet key, tablet, device di rete fissa) rispettano gli standard di salute e sicurezza previsti dall'Unione Europea e in particolare la Direttiva "R&TTE" o "RED" sulle apparecchiature terminali per radio e telecomunicazioni, il Regolamento "REACH" (concernente la registrazione, la valutazione, l'autorizzazione e la restrizione delle sostanze chimiche), la Direttiva "RoHS" (concernente le sostanze pericolose), la Direttiva "WEEE" (sul corretto smaltimento del prodotto al termine del suo ciclo di vita) e la Direttiva ErP (risparmio energetico dei carica batterie).

Con riguardo all'evoluzione normativa in tema di sicurezza dei prodotti, nel corso del 2017 è entrata in vigore la nuova Direttiva "Radio Equipment" (RED), in sostituzione della precedente Direttiva Europea (R&TTE) in tema di sicurezza dei dispositivi radio. I prodotti Vodafone rispettano gli standard Europei che prevedono 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.

La nuova Direttiva RED introduce, tra le altre novità, anche nuove norme tecniche di verifica della conformità ai limiti di esposizione da campi elettromagnetici, basate sul principio del "reasonably foreseeable use", e fissa il principio per

il quale i requisiti generali di salute e sicurezza sono definiti a protezione non solo dell'uomo, ma anche degli animali domestici.

La Direttiva RED introduce, inoltre l'obbligo per i costruttori di utilizzare uno standard univoco per la produzione dei carica batterie (USB mini, micro, Type C), che porta ad un minore inquinamento atmosferico, dovuto alla minor produzione di dispositivi e un minor inquinamento ambientale, derivante da una riduzione del numero di carica batterie da smaltire nei rifiuti.

Per quanto concerne i carica batterie Vodafone Italia garantisce anche che i propri prodotti vengano accompagnati da alimentatori che rispettino gli standard della Direttiva ErP (Energy related Products) e che abbiano raggiunto il Livello VI, che indica il minor consumo di corrente possibile in modalità stand-by. Il rispetto di tale conformità consente una riduzione dei consumi energetici dei prodotti in modalità stand-by connessi alla rete elettrica, riducendo la richiesta di energia al minimo necessario per l'adeguato funzionamento del dispositivo. Il rispetto di tale Direttiva consente la marchiatura CE del prodotto accompagnata dal corrispondente simbolo. Sempre all'interno della direttiva Europea RED è stata recentemente introdotta la verifica del livello massimo di pressione acustica (Audio SPL) per tutti i dispositivi dotati di riproduzione audio. Vodafone Italia, con l'obiettivo di garantire la sicurezza dei propri clienti e preservarne l'udito, verifica che i propri prodotti non eccedano mai il limite di 100dBa fissato dalla direttiva e che i dispositivi mostrino avvisi specifici sul display all'avvicinarsi del volume massimo. In particolare all'interno dei manuali di istruzioni dei dispositivi viene riportato un apposito simbolo di conformità a questa direttiva. Sempre in tema di sicurezza acustica dei dispositivi, 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[©]. Tale specifica tecnica, pur essendo regolata da una direttiva Europea, non comporta un obbligo per i costruttori, ma viene espressamente richiesta da Vodafone Italia.

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