

Relazione di Impatto 2025



A TIM
ENTERPRISE
BRAND

Indice

Introduzione	2
CEO OLIVETTI - Quang Ngo Dinh	4
Nota Metodologica - Percorso e approccio	6
Finalità generale di beneficio comune e valutazione complessiva dell'impatto	7
Vocazione di Olivetti	8
Il contributo di Olivetti agli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile	10
Finalità specifiche di beneficio comune: storie di impatto, risultati e obiettivi	11
Finalità 1: TECNOLOGIA, INNOVAZIONE, FUTURO	12
Finalità 2: PERSONE	19
Finalità 3: RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CO ₂	40
Conclusioni	50

Introduzione

Olivetti, oggi società del Gruppo TIM specializzata nell'*Internet of Things (IoT)*, che opera in ambito TIM Enterprise, continua a interpretare il proprio ruolo nel Gruppo sviluppando piattaforme e *servizi data-driven* che abilitano la trasformazione digitale del Paese. In questa traiettoria di evoluzione tecnologica rimane centrale l'eredità di Adriano Olivetti, che vedeva l'impresa come leva di progresso sociale e territoriale oltre che economico: una visione che ancora oggi orienta le scelte strategiche spingendo l'azienda a coniugare innovazione, competitività e attenzione alle comunità in cui opera.

Nel corso dell'ultimo anno questa visione si è tradotta in un ulteriore rafforzamento del posizionamento di Olivetti come abilitatore di ecosistemi digitali complessi: dalle smart city alla digitalizzazione delle infrastrutture, fino alla gestione intelligente delle reti energetiche e idriche. Attraverso soluzioni IoT, analytics e piattaforme come TIM Urban Genius, l'azienda consente alle amministrazioni e agli operatori di monitorare in tempo reale il traffico, l'illuminazione, la mobilità, la sicurezza urbana e i consumi di energia e acqua, abilitando modelli di gestione più efficienti, predittivi e sostenibili; in continuità con questa traiettoria, attraverso il filone di Infrastructure Digitalization Olivetti estende lo stesso approccio data driven alle infrastrutture essenziali del Paese – reti elettriche, gas, trasporti – integrando soluzioni IoT, analytics e capacità di elaborazione on edge per rafforzare sicurezza operativa e resilienza dei territori. In questo modo Olivetti contribuisce in modo concreto agli obiettivi di TIM Enterprise, mettendo a disposizione di imprese e Pubblica Amministrazione strumenti digitali capaci di generare risparmi, ridurre le emissioni e migliorare la qualità dei servizi ai cittadini.

Parallelamente, in coerenza con le strategie *Environmental, Social e Governance (ESG)* del Gruppo TIM, l'azienda ha proseguito nel rafforzamento del proprio impegno verso uno sviluppo responsabile, integrando sempre di più la dimensione di impatto nei processi decisionali e nel dialogo con gli stakeholder. La trasformazione in *Società Benefit* ha rappresentato un punto di svolta: l'obiettivo di produrre benefici sociali e ambientali è stato formalizzato nello statuto e declinato in obiettivi misurabili, che includono la misura dell'impronta ambientale delle soluzioni offerte, la promozione della parità di genere e dell'inclusione, e la diffusione di competenze digitali lungo tutta la filiera.

La Relazione di Impatto di quest'anno restituisce un quadro di maturazione ulteriore di questo percorso, in cui l'attenzione alla persona e radicamento nei territori si intreccia con nuove capacità tecnologiche e con un portafoglio di soluzioni IoT sempre più orientato alla creazione di valore condiviso. Ne emerge un modello di impresa che non si limita a fornire tecnologie, ma contribuisce a ripensare processi, servizi e infrastrutture in chiave sostenibile, favorendo la collaborazione tra pubblico e privato e supportando la resilienza dei sistemi urbani ed energetici. L'obiettivo che guida Olivetti è chiaro: accelerare una transizione digitale che metta al centro persone, ambiente e competitività, costruendo un futuro in cui innovazione e benessere collettivo si rafforzano reciprocamente.



Per Olivetti, innovare significa guardare avanti, ma soprattutto avere il coraggio di trasformare il presente, mettendo in discussione abitudini, processi e modelli di business quando non sono più adeguati alle sfide del tempo. Questa idea continua a ispirare il nostro percorso di Società Benefit e guida le scelte che compiamo ogni giorno: ci impegniamo per utilizzare il digitale non come fine in sé, ma come leva per contribuire a generare impatti positivi sulle persone, sulle organizzazioni e sui territori con cui lavoriamo.

Nel 2025 questo approccio si è tradotto in iniziative concrete, che hanno rafforzato l'aderenza alle finalità di beneficio comune e l'integrazione tra strategia industriale e obiettivi di impatto. Abbiamo ampliato il perimetro delle nostre soluzioni IoT e dei servizi digitali, contribuendo alla modernizzazione di imprese e Pubblica Amministrazione e supportando la transizione verso modelli più efficienti, sicuri e a minore impatto.

Lavoriamo con l'ambizione affinché i dati e le tecnologie connesse non rimangano un potenziale inespresso, ma possano diventare strumenti concreti per ridurre consumi, emissioni e sprechi, migliorando la qualità della vita nelle città, nei distretti produttivi e nelle comunità locali.

In questo quadro, per la linea Office l'economia circolare è diventata un elemento sempre più concreto della nostra offerta: il lancio di una linea di prodotti rigenerati per il printing, insieme all'avvio di un percorso strutturato di misurazione del loro impatto ambientale, ha segnato un'evoluzione significativa, coinvolgendo maggiormente i clienti nel percorso Benefit e valorizzando le nostre soluzioni nei principali momenti di comunicazione.



Allo stesso tempo, siamo consapevoli che nessuna trasformazione tecnologica può dirsi completa senza un'evoluzione culturale altrettanto profonda. Per questo continuiamo a investire sulle persone: promuoviamo un ambiente di lavoro equo e inclusivo, favoriamo percorsi di crescita professionale, valorizziamo la diversità come risorsa e agiamo con determinazione per ridurre il divario di genere.

Nel 2025, in questa prospettiva, abbiamo realizzato il primo Company Visit a Ivrea, in cui colleghe e colleghi provenienti da tutte le sedi italiane hanno alternato momenti di condivisione dei valori aziendali, team building e visita all'Archivio Storico Olivetti: un momento di empowerment e di forte engagement rispetto al percorso Benefit, che proseguirà nel 2026 con nuovi gruppi, accompagnandoci nei prossimi passi.

Vogliamo costruire un modello di leadership capace di visione e di ascolto, orientato alla responsabilità e alla creazione di valore di lungo periodo, in linea con i principi che ispirano il nostro status di Società Benefit.

Le certificazioni ottenute testimoniano i progressi compiuti, ma per noi rappresentano soprattutto un impegno a rilanciare: ci hanno permesso di estendere il nostro profilo di impatto a tutte le dimensioni dell'azienda – ambientale, sociale e di governance – e ci ricordano che il percorso di miglioramento è continuo.

Anche quest'anno, come Società Benefit del Gruppo TIM specializzata nell'IoT e parte di TIM Enterprise, abbiamo orientato scelte, investimenti e partnership alla creazione di valore per il Paese, con l'obiettivo di connettere persone, imprese e territori in un ecosistema sempre più digitale, inclusivo. Guardando ai prossimi anni, la direzione è chiara: vogliamo consolidare un modello in cui performance economica e benessere collettivo non siano in competizione, ma si rafforzino reciprocamente.

Continueremo a progettare soluzioni che arricchiscono il tessuto economico e sociale, e a collaborare con tutti gli stakeholder che condividono questa visione. Il cambiamento, per noi, non è uno scenario da osservare, ma un processo da guidare con responsabilità e coerenza: è questo il ruolo che Olivetti intende assumere, oggi e nel futuro.



Nota Metodologica

Percorso e approccio

Con l’approvazione della Legge 208/2015, commi 376-384, a decorrere dal 1° gennaio 2016 l’Italia ha introdotto la figura delle **Società Benefit**, riconoscendole come imprese che operano secondo un modello evoluto, caratterizzato da una duplice finalità. La **Società Benefit**, infatti, integrano nello statuto societario, accanto all’obiettivo di profitto l’impegno a generare un impatto positivo sulla società e sull’ambiente. Questo assetto consente a imprenditori, manager e azionisti di tutelare nel tempo la missione e la vocazione dell’impresa, valorizzandone il posizionamento sul mercato attraverso un modello giuridico innovativo e responsabile.

Olivetti ha scelto di adottare lo status di **Società Benefit**, formalizzando nello statuto la propria identità e gli obiettivi di beneficio comune, con la finalità di creare valore condiviso per tutti gli stakeholder. Parallelamente, l’azienda ha intrapreso un percorso strutturato di misurazione delle proprie performance di sostenibilità tramite lo standard **B Impact Assessment**, utilizzato anche come strumento per individuare aree di miglioramento e definire azioni correttive.

La **Relazione di Impatto** annuale rappresenta il principale strumento di comunicazione verso gli stakeholder in merito all’impegno, ai risultati conseguiti e agli obiettivi futuri della Società Benefit. In particolare, il documento include:

- La rendicontazione delle iniziative realizzate e dei risultati ottenuti fino al 31 dicembre 2025;
- Gli impegni e gli obbiettivi che la società si propone di raggiungere nel corso del 2026;
- La valutazione complessiva dell’impatto generato, condotta secondo lo standard **B Impact Assessment**

Le attività di aggiornamento del B Impact Assessment e la stesura della Relazione di Impatto sono state condotte dal B Team Olivetti con il coordinamento del Referente Benefit di Olivetti e del Responsabile di Impatto, in coerenza con le direzioni strategiche di Sostenibilità del Gruppo TIM.

Olivetti in pillole

	2024	2025
NUMERO DIPENDENTI	250	248
NUMERO SEDI IN ITALIA	8	8
RICAVI	103,7 MLN € (AL 31.12)	103,4 MLN € (AL 31.12)
PRINCIPALI SERVIZI E PRODOTTI	IoT e Big Data, Smart Land, Data Monetization, Infrastructure Digitalization, Office & Printers	
CERTIFICAZIONI	ISO 9001 Qualità, ISO 14001 Ambiente, ISO 27001 Sicurezza Dati, ISO 37001 Anticorruzione, UNI PDR 125 Parità di Genere, Attestazione SOA	

FINALITÀ GENERALE DI BENEFICIO COMUNE E VALUTAZIONE COMPLESSIVA DELL’IMPATTO



La vocazione di Olivetti

*Olivetti esiste per dare un senso umano all'innovazione tecnologica.
Usiamo la nostra Storia, lo Stile Olivetti, i talenti per dare un senso umano e sostenibile all'innovazione tecnologica a beneficio dell'ecosistema sociale ed economico con cui operiamo.*

Con l'adozione della qualifica di Società Benefit, Olivetti ha esplicitato formalmente il proprio impegno a operare in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori e ambiente, beni e attività culturali e sociali, enti e associazioni ed altri portatori di interesse.

FINALITÀ 1

Progettare soluzioni e prodotti che favoriscano il progresso tecnologico e l'innovazione sostenibile di aziende, territori produttivi e centri urbani per creare valore nella società, ponendo la tecnologia al servizio dei bisogni e delle esigenze delle persone.

FINALITÀ 2

Sviluppare una cultura e un mindset di rigenerazione sociale e ambientale con azioni rivolte all'interno della propria organizzazione, favorendone una crescita equa e inclusiva e nei confronti del network di aziende, partner e amministrazioni con cui opera, considerandole parte integrante del proprio ecosistema in un'ottica di valore condiviso

FINALITÀ 3

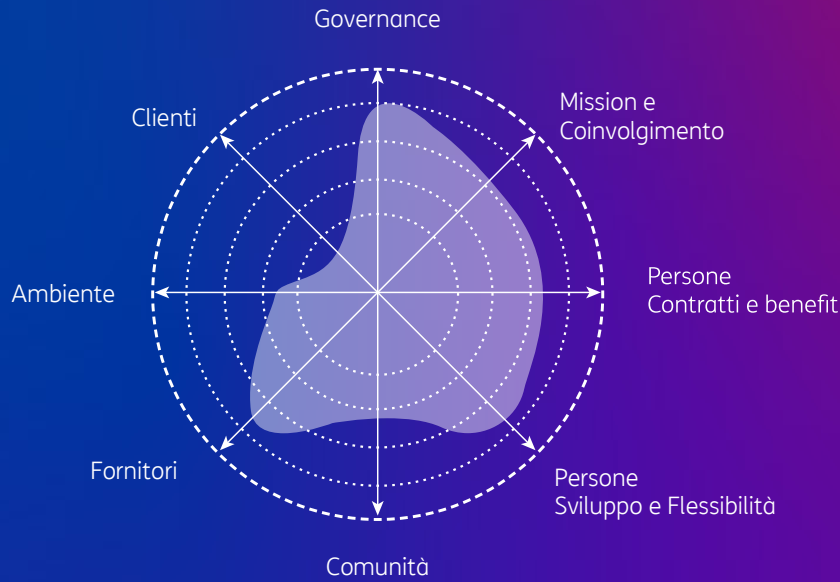
Attuare un'evoluzione progressiva del proprio modello di business e operativo per contribuire a creare un sistema economico a zero emissioni di gas climalteranti, in linea con gli obiettivi europei di neutralità climatica e quelli nazionali di transizione ecologica.

Per la misura complessiva delle performance sociali e ambientali, Olivetti ha utilizzato lo standard di valutazione esterno **Benefit Impact Assessment (BIA)**, ai sensi della legge 208/2015, comma 382, lettera b) e allegati.



Impact assessment

	2022	2023	2024	2025
Punteggio Complessivo	76,8	80,5	90,6	90,6
Governance	18	19,4	19,6	19,6
Persone	31,5	30,7	36,7	36,7
Comunità	14,4	16,2	19,1	19,1
Ambiente	8,9	9,6	10,3	10,3
Clienti	4,1	4,6	4,6	4,6

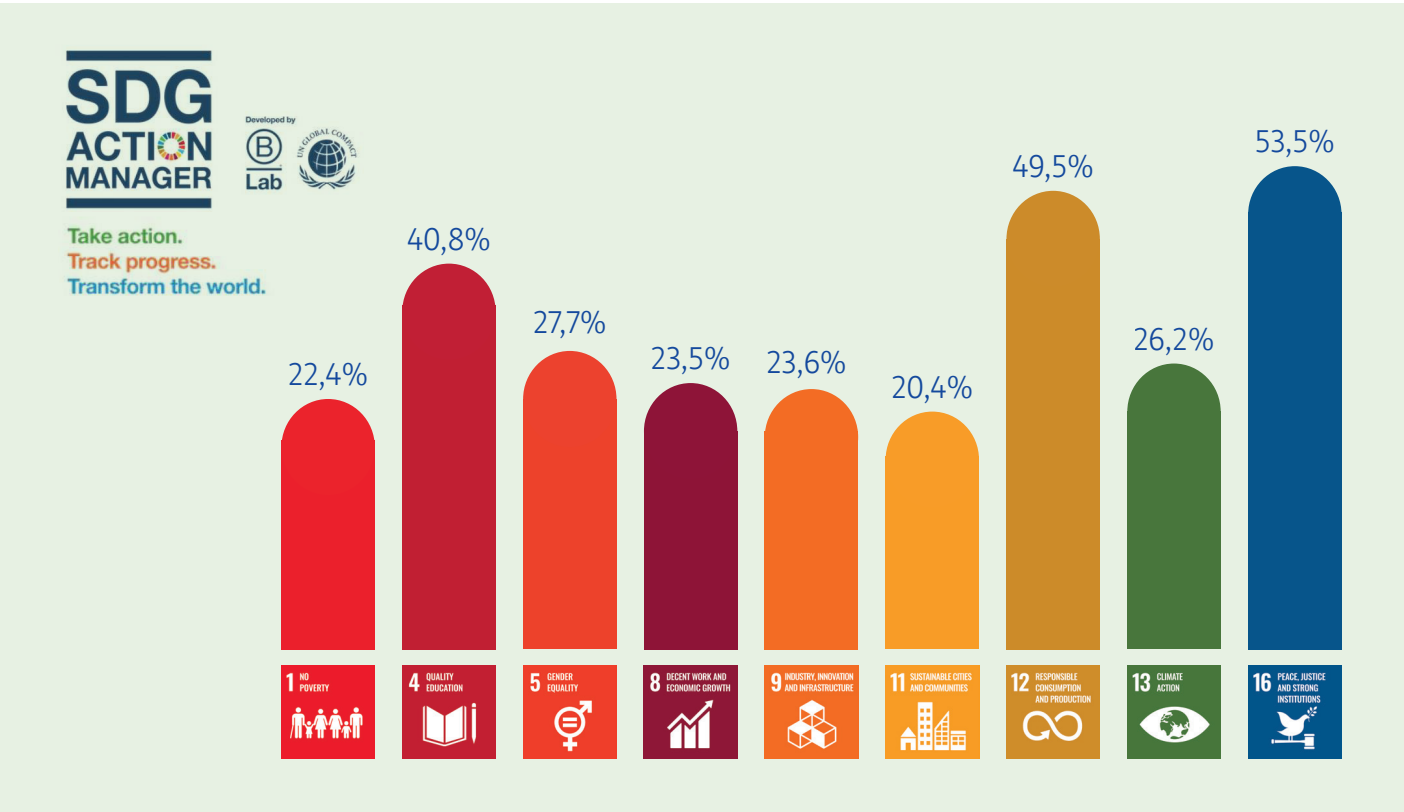


La tabella riporta il risultato ottenuto, con indicazione dello score complessivo e il dettaglio per singola area di analisi.
Il **BIA** è attualmente in fase di validazione.

Il contributo di Olivetti agli obiettivi dell'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile

SDG Action Manager è uno strumento che consente alle aziende di valutare le proprie attività, al fine di quantificare il loro contributo verso il conseguimento dei 17 obiettivi dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile. Lo strumento è nato grazie ad una collaborazione dell'ente B lab e dal Global Compact delle Nazioni Unite e fornisce la possibilità di confrontare le prestazioni dell'azienda, mediante specifici indicatori di benchmark, con la media delle aziende nel settore, relativamente al grado di avanzamento verso gli obiettivi di sviluppo sostenibile. Olivetti, in quanto società Benefit dal 2022, si distingue per il suo significativo contributo a numerosi obiettivi di sviluppo sostenibile. Tale impegno è il risultato della sua dedizione nei confronti del benessere delle persone, della protezione ambientale e del sostegno alle comunità locali in cui è attiva. Utilizzando la piattaforma Bia Impact Assessment e completando un dettagliato questionario, l'azienda ha potuto quantificare il proprio contributo al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile attraverso le sue iniziative.

Segue un'analisi grafica che evidenzia l'efficacia delle azioni e delle iniziative promosse da Olivetti per il raggiungimento di alcuni obiettivi. Il grafico rappresenta gli obiettivi in cui l'azienda ha ottenuto una percentuale di contribuzione superiore al 20%.



FINALITÀ SPECIFICHE DI BENEFICIO COMUNE: STORIE DI IMPATTO, RISULTATI E OBIETTIVI



Finalità 1

TECNOLOGIA, INNOVAZIONE, FUTURO

Sustainable Development Goal Raggiunti



INTRODUZIONE

In un contesto caratterizzato da cambiamenti rapidi e strutturali, tecnologia e innovazione si affermano come leve fondamentali per costruire un futuro più efficiente, intelligente e sostenibile. Le sfide globali, dal cambiamento climatico all'aumento della domanda di risorse, impongono l'adozione di soluzioni capaci di coniugare progresso e responsabilità, mantenendo un equilibrio tra crescita economica, benessere sociale e tutela dell'ambiente.

Le nostre soluzioni nascono da questa visione condivisa: innovare non significa soltanto incrementare le prestazioni e l'efficienza dei sistemi, ma anche contenere l'impatto ambientale, valorizzare l'uso delle risorse e promuovere modelli sostenibili orientati alle generazioni future. Attraverso tecnologie all'avanguardia e approcci innovativi, ci impegniamo a trasformare le sfide in opportunità, contribuendo a futuro in cui sviluppo e sostenibilità possano convivere in modo armonico.

Di seguito vengono presentate alcune delle iniziative più significative del 2025 che si inseriscono in questa prospettiva.

STORIA 1 TECNOLOGIA IOT PER LE SMART LAND

Con il contributo di Olivetti, TIM Enterprise ha evoluto la piattaforma tecnologica **TIM Urban Genius**, dedicata alla governance dei territori. L'evoluzione della piattaforma ha progressivamente rafforzato il supporto a processi di pianificazione, gestione e monitoraggio di contesti territoriali complessi, con particolare attenzione ad ambiti ad elevata rilevanza operativa quali la mobilità urbana e la gestione del verde. Tali ambiti rappresentano leve strategiche per migliorare la qualità della vita, l'efficienza dei servizi e la sostenibilità dei territori.

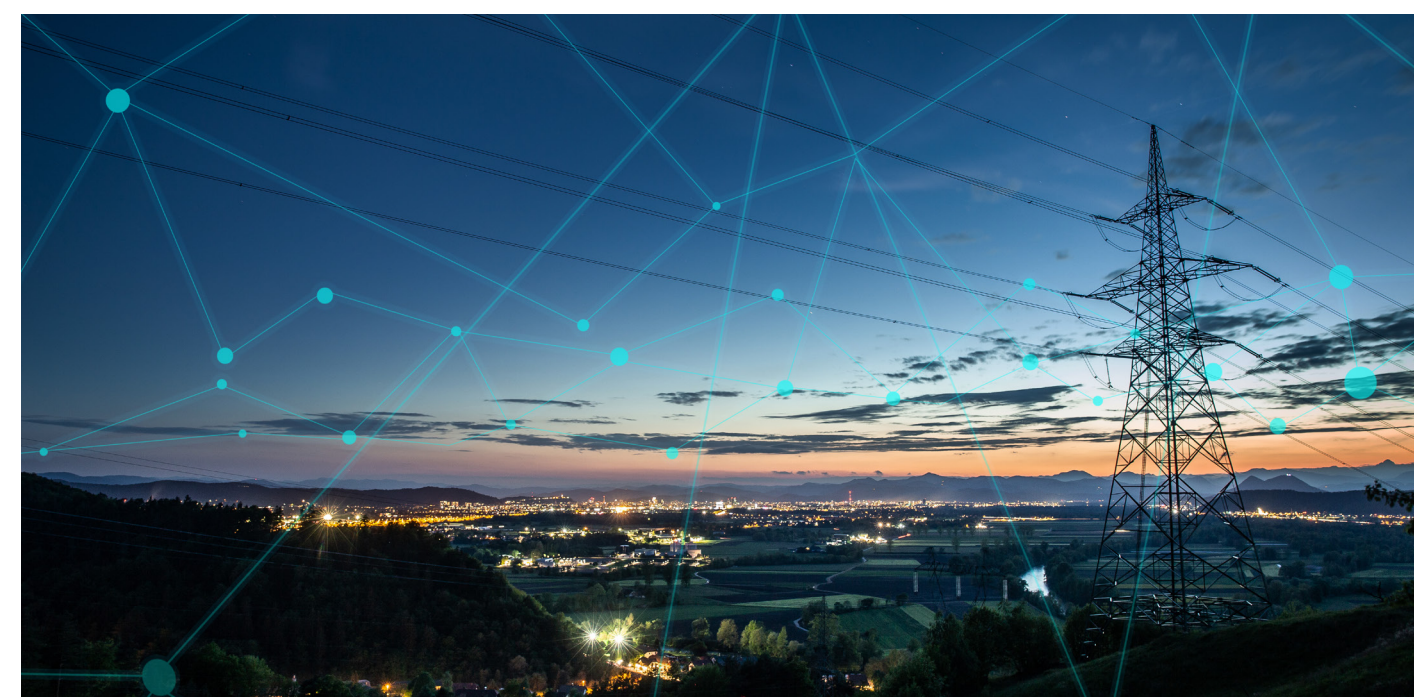
Il concetto di **Smart Land** è inteso in un'accezione ampia, che supera il perimetro delle sole amministrazioni locali e si estende a tutti i soggetti pubblici e privati coinvolti nella governance del territorio. In questo quadro, la piattaforma abilita una gestione più integrata, sostenibile e sicura delle risorse ambientali, infrastrutturali e culturali, attraverso l'utilizzo strutturato dei dati.

Le attività di confronto e collaborazione con gli stakeholder istituzionali e territoriali si

sono sviluppate anche grazie a una relazione strutturata con Associazione Nazionale Comuni Italiani (ANCI) e alla partecipazione a eventi di rilievo nazionale. In tale contesto si inserisce la presenza di TIM Enterprise e Olivetti all'Assemblea Nazionale ANCI 2025, tenutasi nel mese di novembre a Bologna, quale occasione di dialogo sulle opportunità offerte dalle soluzioni digitali a supporto della governance dei territori.

Nel corso di queste iniziative sono stati presentati e sviluppati diversi casi d'uso basati sulla piattaforma **TIM Urban Genius**, che integra tecnologie quali 5G, IoT e Intelligenza Artificiale per supportare processi decisionali data-driven e favorire una pianificazione più efficiente, anche in termini di ottimizzazione delle risorse e riduzione degli impatti ambientali.

È proseguita, infine, l'attività di analisi degli impatti sociali e ambientali connessi all'utilizzo delle soluzioni IoT, attraverso strumenti di rilevazione dedicati, con l'obiettivo di rafforzare la misurabilità dei benefici generati dall'applicazione delle tecnologie digitali alla governance del territorio.



STORIA 2 TECNOLOGIE IOT PER INFRASTRUTTURE ESSENZIALI: EFFICIENTAMENTO, SICUREZZA E SOSTENIBILITÀ

In un contesto di crescente trasformazione, Olivetti si conferma partner strategico per la trasformazione digitale delle infrastrutture industriali, supportando i propri clienti nell'ottimizzazione della manutenzione, dell'efficientamento energetico e della sicurezza operativa delle reti da loro gestite. Questa visione si traduce in collaborazioni con importanti realtà nazionali e si fonda su una consolidata esperienza nel supporto alle **Operations** di reti complesse ad alta criticità, come dimostrato nella testimonianza fornita dai manager di due aziende clienti nel corso dell'evento di premiazione della **Smart Infrastructure Challenge** indetta da TIM Enterprise.

Nel 2025 Olivetti ha sviluppato e consolidato soluzioni IoT avanzate per il monitoraggio di infrastrutture strategiche, in grado di operare anche in contesti remoti o non alimentati, grazie a sistemi a basso consumo energetico, architetture modulari e capacità di elaborazione on Edge.

Tra i principali ambiti applicativi si evidenziano:

1. Monitoraggio delle linee elettriche ad alta tensione, attraverso soluzioni IoT scalabili e resilienti che abilitano la manutenzione predittiva, la gestione dinamica degli asset e l'aumento della sicurezza e dell'affidabilità della rete;
2. Incremento dello sviluppo del progetto di sensorizzazione delle cabine di riduzione non alimentate lungo le pipeline di trasporto del gas, per la rilevazione tempestiva di perdite, il controllo delle valvole e monitoraggio delle infrastrutture

in ottica di prevenzione dei rischi ambientali derivanti dall'emissione dei gas serra;

3. Monitoraggio strutturale di ponti ferroviari, mediante l'acquisizione ed elaborazione dei dati in real time, a supporto dell'individuazione precoce di anomalie e della gestione proattiva della sicurezza delle infrastrutture.

Nel corso dell'anno Olivetti ha inoltre avviato lo sviluppo di una nuova soluzione per il monitoraggio e l'ottimizzazione della ricarica degli autobus elettrici nei depositi di un importante gestore del trasporto pubblico locale, con l'obiettivo di garantire affidabilità, sicurezza e continuità operativa, abilitando al contempo una gestione più efficiente e sostenibile dell'energia.

Nel loro insieme, queste iniziative contribuiscono a rendere le infrastrutture più sicure, resilienti ed efficienti dal punto di vista energetico, generando valore per i clienti e per la collettività.



STORIA 3 OFFERTA OFFICE

In continuità con la propria missione storica a supporto della digitalizzazione di imprese e Pubblica Amministrazione, Olivetti ha proseguito nel rafforzamento del proprio portafoglio di soluzioni digitali. L'obiettivo è supportare l'ottimizzazione dei processi operativi dei clienti, coniugando innovazione tecnologica ed efficienza, anche attraverso iniziative orientate alla riduzione degli sprechi e al prolungamento del ciclo di vita dei prodotti. Nel corso del 2025, la Business Unit Office ha consolidato e ulteriormente sviluppato due filoni progettuali avviati nel 2024 nell'ambito dell'economia circolare:

1. La fornitura di toner rigenerati alla Pubblica Amministrazione, in linea con le previsioni delle assegnazioni di gara, per almeno il 30% dei toner richiesti;
2. La rigenerazione di stampanti multifunzione provenienti da fine noleggio, con l'obiettivo di estenderne la vita utile e ridurre la necessità di nuove produzioni.

La rigenerazione delle cartucce toner consiste nel recupero di cartucce originali esauste, che vengono sottoposte a attività di ripristino e nuovamente rese disponibili sul mercato attraverso il riempimento con polvere di toner e, se necessario, la sostituzione di componenti interni. Anche gli imballaggi utilizzati sono realizzati con materiali riciclabili e includono componenti certificati Forest Stewardship Council (FSC).

Nel 2025 il progetto ha

registrato un ulteriore sviluppo operativo, con l'avvio delle consegne e installazioni dei toner rigenerati presso diverse Pubbliche Amministrazioni incluse nel perimetro Consip.

Il ricondizionamento delle stampanti multifunzione prevede un processo strutturato finalizzato a garantire il ripristino delle funzionalità e della qualità attesa, attraverso fasi quali pulizia e igienizzazione, ispezione e riparazione, aggiornamento firmware e test di qualità. Per l'imballaggio viene utilizzato cartone certificato FSC e, per le protezioni interne, polietilene contenente il 65% di materiale riciclato e a sua volta riciclabile. Nel corso del 2025 è stato ampliato il portafoglio di prodotti disponibili in tale ambito, che oggi include due modelli, con ulteriori configurazioni in funzione dei volumi di stampa.

Le stampanti multifunzione rigenerate hanno suscitato interesse sia nel mercato italiano sia in ambito internazionale, contribuendo a rafforzare un approccio orientato a soluzioni che integrano prestazioni e circolarità lungo il ciclo di vita dei prodotti.



STORIA 4 CUSTOMER SATISFACTION SURVEY

Nel 2025 Olivetti ha avviato una **survey di Customer Satisfaction** rivolta ai propri clienti epartner del mondo Office (Dealer, Distributori e Clienti Consip), in Italia e all'estero, per ascoltare in modo strutturato la loro esperienza e raccogliere feedback concreti su tutti i momenti chiave della relazione con l'azienda.

Questa iniziativa rappresenta un passo avanti nell'approccio di ascolto del cliente: Olivetti ha

esteso e strutturato la rilevazione, passando da un focus limitato a una misurazione più completa e robusta della soddisfazione. In questo modo, la survey diventa uno strumento operativo per orientare le priorità e trasformare i feedback in azioni concrete.

La scelta di dotarsi di questa survey risponde infatti anche all'esigenza di costruire una base dati strutturata e continuativa, utile a indirizzare le azioni di miglioramento nel tempo e a rafforzare l'approccio alla qualità, in coerenza con i requisiti previsti dalla **certificazione ISO 9001**.

La survey è stata impostata in coerenza con il modello utilizzato a livello Gruppo TIM, così da rendere i risultati confrontabili. A partire dalle evidenze raccolte viene calcolato il **Customer Satisfaction Index**, basato sul modello American Customer Satisfaction Index (ACSI), un riferimento internazionale che consente di sintetizzare in modo chiaro la qualità percepita dal Cliente.

Gli aspetti indagati includono:

- offerta/contratti/gamma soluzioni
- fatturazione
- funzionamento stampanti
- area manager Olivetti
- delivery
- servizio clienti
- piattaforme
- garanzia

L'analisi dei risultati dà avvio ad un piano azioni di miglioramento sugli aspetti risultati critici, con eventuali approfondimenti sul singolo cliente.

La survey verrà ripetuta ogni anno per monitorare nel tempo la soddisfazione dei clienti e l'efficacia delle azioni intraprese, rafforzando un approccio continuo di ascolto e qualità del servizio.

STORIA 5 TIM SMART INFRASTRUCTURE CHALLENGE: INNOVAZIONE PER LE RETI CRITICHE

Nel 2025 Olivetti, insieme a TIM Enterprise, ha contribuito alla TIM Smart Infrastructure Challenge, iniziativa dell'ecosistema di Open Innovation del Gruppo TIM dedicata alla digitalizzazione delle infrastrutture critiche del Paese. La Challenge ha coinvolto oltre 100 startup, scaleup e aziende italiane e internazionali, selezionate per la capacità di applicare Intelligenza Artificiale, IoT, sensoristica avanzata e Digital Twin al monitoraggio, all'efficientamento e alla sostenibilità delle reti energetiche, idriche e stradali. In coerenza con la nostra vocazione, Olivetti ha messo a disposizione competenze e casi d'uso maturati nel campo delle infrastrutture essenziali, contribuendo a individuare soluzioni ad alto potenziale di impatto per la sicurezza e la resilienza delle reti.

Il premio principale assegnato da TIM è stato conferito a CAEmate, per una piattaforma che integra modelli di Digital Twin, dati in tempo reale provenienti da sensori IoT e algoritmi di AI predittiva per abilitare la manutenzione preventiva delle infrastrutture. La logica di monitoraggio continuo, analisi predittiva e prevenzione del rischio si inserisce direttamente nel lavoro che Olivetti porta avanti con TIM Enterprise nel monitoraggio di linee elettriche, pipeline gas e ponti ferroviari, rafforzando un approccio data driven alla gestione delle reti strategiche

Accanto al vincitore principale, sono state premiate altre soluzioni che dialogano con le nostre aree di attività: Pipeln, per la robotica modulare e i sensori avanzati dedicati all'ispezione predittiva di tubature e infrastrutture nascoste; Xplora, che utilizza sensor fusion e AI per creare mappe 3D affidabili del sottosuolo; TOKBO, che introduce

bulloni sensorizzati per il monitoraggio IoT predittivo; TITAN4, con una piattaforma AI powered che integra dati satellitari e sensori per la manutenzione predittiva; Entopy, con una piattaforma di Decision Intelligence basata su Digital Twin e AI per interpretare dati complessi e supportare decisioni operative in tempo reale. Tutte queste soluzioni valorizzano filoni tecnologici che Olivetti presidia – IoT industriale, monitoraggio infrastrutturale, data analytics – e aprono nuove opportunità di collaborazione in ambiti come reti energetiche, idriche e trasporto.



La TIM Smart Infrastructure Challenge rappresenta un tassello significativo nel nostro percorso di Società Benefit: da un lato accelera la trasformazione digitale delle infrastrutture italiane, dall'altro rafforza la nostra capacità di fare sistema con startup e partner tecnologici, generando innovazione condivisa lungo la filiera. In continuità con la tradizione Olivetti di collaborazione tra impresa, territorio e comunità tecniche, questa iniziativa consolida il ruolo di Olivetti come abilitatore di ecosistemi in cui AI, IoT e piattaforme digitali diventano strumenti concreti per aumentare sicurezza, efficienza e sostenibilità delle reti a beneficio dei cittadini e del Paese.

Tra i partner della Challenge figura anche Arduino, realtà nata all'Interaction Design Institute di Ivrea e spesso citata come erede dello spirito olivettiano di innovazione aperta e orientata alle persone.



AREA DI INTERVENTO: OFFERTA IoT & Big Data

Obiettivi 2025	KPO	RISULTATI 2025	%
Incrementare il numero di clienti che, grazie al servizio Urban Genius, attuano pratiche di monitoraggio virtuoso e consapevolezza dei dati ambientali nella PA	+20% Clienti verso 2024	+ 40% Clienti verso 2024	Obiettivo completato al 100%
Proseguire l'analisi dell'utilizzo del servizio Urban Genius presso alcuni clienti (Comuni, Regioni, Città Metropolitane)	N. applicazioni della Survey a casi cliente	Analisi condotta presso un cliente	Obiettivo completato al 100%

AREA DI INTERVENTO: OFFERTA OFFICE

Obiettivi 2025	KPO	RISULTATI 2025	%
Analisi e coinvolgimento dei clienti su nuove soluzioni Office da posizionare in ambito ESG	Almeno due interventi di sensibilizzazione e capacity building su temi ESG entro l'anno con i Clienti (Dealer)	3 interventi di capacity building su temi ESG nel 2025 (Convention Dealer marzo, luglio e novembre 2025)	Obiettivo completato al 100%
Avviare un test di mercato su Stampanti Multifunzione Rigenereate	Avvio del test entro il 2025	Avviato test di mercato su stampanti multifunzione rigenerate (2 lotti nel 2025)	Obiettivo completato al 100%
Realizzazione di un piano per ottenere una Certificazione di terza parte della Carbon Footprint per almeno il 10% dei prodotti Office entro il 2026	Avanzamento del 50% del Piano entro il 2025	Avanzamento del progetto di calcolo delle emissioni (Life Cycle Assessment)	Obiettivo completato al 100%
Allocazione di una percentuale di toner rigenerati nei contratti con la PA	Almeno il 10% dei toner in distribuzione presso la PA	13% dei toner in distribuzione presso la PA	Obiettivo completato al 100%

Finalità 2
PERSONE

Sustainable Development Goal Raggiunti



INTRODUZIONE

Olivetti ha da sempre posto le persone e i loro talenti al centro della propria visione d'impresa, in continuità con i principi promossi da Adriano Olivetti. Un approccio che si riflette nell'attenzione al benessere e alla crescita professionale e personale, riconoscendo nella creatività, nelle competenze e nella sensibilità umana leve fondamentali per arricchire il lavoro e favorire l'innovazione.

Nel corso della sua storia, Olivetti ha valorizzato la pluralità di competenze e prospettive, accogliendo anche contributi provenienti dal mondo artistico e culturale, contribuendo a costruire un ambiente di lavoro stimolante, inclusivo e orientato alla partecipazione. Ancora oggi, questa centralità della persona rappresenta un elemento distintivo dell'identità Olivetti e guida l'impegno quotidiano nel promuovere condizioni di lavoro eque, opportunità di sviluppo e iniziative che favoriscano benessere, equilibrio e senso di appartenenza.

In questo percorso si inserisce anche **INSIEME**, il piano di *welfare* del Gruppo TIM, che esprime una visione condivisa di benessere: una scelta culturale, oltre che organizzativa, che mette al centro le persone, i loro bisogni, desideri e fragilità, con un approccio basato su ascolto, attenzione e azioni concrete. A guidare il modello è una domanda chiave: *“Di cosa hanno davvero bisogno le nostre persone per vivere meglio, dentro e fuori l'azienda?”*

Da questa prospettiva nasce un piano dinamico ed evolutivo, pensato per crescere insieme alle persone e ai diversi momenti della loro vita.

STORIA 1 RINNOVO DELLA CERTIFICAZIONE UNI/PdR 125:2022 PARITÀ DI GENERE

A dicembre 2025 Olivetti ha rinnovato la certificazione **UNI/PdR 125:2022** per la parità di genere ottenuta nel 2023, tra le prime aziende a certificarsi in Italia insieme a TIM S.p.A., confermando il suo impegno nella riduzione della disuguaglianza di genere. La certificazione **UNI/PdR 125:2022**, emessa da RINA S.p.A., è il risultato di una valutazione approfondita che ha coinvolto tutte le funzioni aziendali. Lo standard si basa su linee guida che definiscono un sistema di gestione per la parità di genere, utilizzando una serie di indicatori di performance (KPI) mirati a eliminare i divari attuali e a incorporare in modo permanente il concetto di parità di genere nell'identità e nella cultura aziendale, promuovendo un cambiamento duraturo nel tempo.

Per Olivetti sviluppare il potenziale di ogni persona significa valorizzare diversità e competenze, generando impatto positivo e coerente con il proprio modello aziendale centrato sull'umanità e con un sistema di governance sempre più attento a questi temi. Nel corso dell'anno l'azienda ha implementato

diverse iniziative formative rivolte a tutta la popolazione aziendale, inclusi i vertici aziendali, al fine di promuovere una maggiore consapevolezza sui temi legati al genere.

L'impegno per la parità di genere si riflette nei processi di selezione, sviluppo e valorizzazione delle persone, così come dal monitoraggio del divario retributivo, attraverso un percorso di miglioramento continuo. Questo traguardo si inserisce nel percorso promosso dal Gruppo TIM e perseguito anche da Olivetti, rafforzando un approccio strutturato alla parità di genere. In particolare, la partecipazione di donne al Consiglio di Amministrazione (CdA) di Olivetti ha subito un ulteriore incremento rispetto al 2024, passando ad una composizione di donne del 64% (7 donne su 11 partecipanti).

L'impegno si estende anche oltre i confini aziendali, con un focus sulla diffusione di una cultura della parità di genere nella società. In tale contesto, si inseriscono anche le iniziative di comunicazione promosse dal Gruppo, tra cui la campagna **La Parità Non Può Aspettare**, avviata a dicembre 2023 e proseguita nel tempo, contribuendo a mantenere alta l'attenzione sul tema e a favorire consapevolezza e partecipazione.



STORIA 2 COMUNICAZIONE INCLUSIVA

Nel contesto di una trasformazione digitale sempre più pervasiva, l'inclusività rimane per Olivetti un pilastro essenziale per una comunicazione autentica, responsabile e generativa di valore. In continuità con la nostra storia e con l'impegno di **Società Benefit**, anche quest'anno abbiamo scelto di rappresentare, nei linguaggi visivi e nei contenuti, la pluralità di genere, culture, provenienze e identità che compongono le comunità con cui dialoghiamo, in coerenza con le linee guida di diversity & inclusion del Gruppo TIM.

Ogni elemento visuale, dalle campagne di comunicazione ai materiali corporate, dai format digitali agli storytelling legati alle soluzioni IoT e alle smart city, è progettato per riflettere la ricchezza delle persone e dei contesti reali, superando stereotipi e rappresentazioni omologanti. Rappresentiamo interazioni intergenerazionali, ruoli professionali non convenzionali, contesti urbani e territoriali diversi, con l'obiettivo di costruire uno spazio narrativo in cui ciascuno possa riconoscersi e sentirsi parte del cambiamento tecnologico e sociale che promuoviamo.

Questo approccio si traduce in un linguaggio

visivo più attento alle sensibilità, che rafforza l'engagement e rende evidente come la diversità sia un valore condiviso e non negoziabile. La coerenza tra ciò che comunichiamo e le azioni che portiamo avanti, dalle politiche di parità di genere alle iniziative di formazione e inclusione interna, è un elemento centrale del nostro modo di operare, in linea con gli impegni assunti come **Società Benefit**.

Scegliere visual inclusivi non è per noi solo una buona pratica di comunicazione, ma un messaggio chiaro: il futuro digitale che stiamo contribuendo a costruire è pensato per tutte e tutti.

Ogni immagine, ogni storia e ogni contesto rappresentato invitano alla partecipazione e raccontano una visione in cui persone, tecnologie e territori collaborano per un ecosistema più connesso, equo e aperto. In questo modo la dimensione visiva diventa parte integrante della nostra Relazione di Impatto: non un semplice esercizio estetico, ma uno strumento per rendere tangibile l'impegno di Olivetti nel generare valore per l'intera collettività, dentro e fuori il digitale, rafforzando il nostro ruolo di attore responsabile nel panorama della comunicazione d'impresa e dell'innovazione tecnologica in Italia.



STORIA 3

LE INIZIATIVE DI FORMAZIONE PER LA PARITÀ DI GENERE

Nell'ambito del progetto **La Parità Non Può Aspettare**, partito nel 2023 e proseguito fino al 2025, TIM vuole contribuire allo sviluppo della società puntando sul talento, la passione e il coraggio di tutte e tutti. Vuole rendere visibili i muri che ci separano dai nostri diritti e mostrarci come possiamo, insieme, cambiare le cose. Lavorare insieme per l'equità, per le pari opportunità, per il rispetto e il riconoscimento. Lavorare per avere luce, voce e spazio.

Nel 2025 sono stati offerti ai colleghi e alle colleghe Olivetti e del Gruppo TIM tre opportunità formative in questo ambito. Questo impegno è riconosciuto anche a livello esterno: nel 2025 alcune iniziative del Gruppo TIM sono state selezionate e raccontate all'interno dell'e-book Libellula Inspiring Company 2025, promosso da Fondazione Libellula, network di riferimento in Italia ed Europa nella prevenzione della violenza di genere e nella promozione di ambienti di lavoro inclusivi:

Corso sulle Molestie di Genere e Bullismo

TIM si impegna a prevenire, individuare, vietare e monitorare costantemente comportamenti riconducibili a molestie di genere o sessuali, o a bullismo, nonché nel fornire supporto alle persone che li segnalano. Il corso ha l'obiettivo di guidare le persone verso una corretta identificazione delle situazioni moleste e di disagio e di fornire indicazioni su come comportarsi di fronte ad esse. A volte non è semplice distinguere una molestia o un atto di bullismo da un comportamento indesiderato. La chiave è la consapevolezza: solo conoscendo il fenomeno e definendo cosa è una molestia è possibile affrontare e gestire le situazioni critiche e intercettare i campanelli di allarme. Il percorso formativo sarà utile per i dipendenti per imparare a riconoscere una molestia e

sapere come segnalare e per conoscere tutti i servizi a disposizione per prevenire, limitare e gestire fenomeni di molestie di genere, sessuali e bullismo.

Sensibilizzazione sulla Parità di Genere

In collaborazione con l'avvocata Andrea Catizone, esperta in Pari Opportunità, è stato erogato un corso avente ad oggetto dati, statistiche e ricerche aggiornate sui temi relativi alle dinamiche di genere e alle disparità. Questa iniziativa rientra nel programma "La Parità Non Può Aspettare", ideato per sensibilizzare e creare consapevolezza sul tema del Gender Gap, sia all'interno che all'esterno dell'azienda. L'obiettivo del corso è di aumentare la consapevolezza dei dipendenti su queste tematiche, fornendo esempi pratici e strategie concrete. Il corso contribuisce al mantenimento della certificazione Parità di Genere (UNI PdR 125:2022).

Podcast

La Parità Non Può Aspettare

A seguito della campagna pubblicitaria **La Parità Non Può Aspettare** del 2023, nel 2024 è stata lanciata non solo sui canali interni di TIM ma anche sui canali esterni, fruibile da chiunque, una serie di Podcast. La serie, che è proseguita nel 2025, è stata realizzata con la voce narrante di Mapi Danna, scrittrice, *storyteller* ed esperta



di governance delle relazioni e prodotta da StorieLibere, una delle più affermate piattaforme di podcast. La stagione di podcast, composta da otto episodi, vuole contribuire allo sviluppo della Società, puntando sul talento, la passione e il coraggio di tutte e tutti. Gli otto episodi raccontano ognuno sfumature importanti connesse all'argomento di fondo e coinvolgono l'ascoltatore (*Verba Manent, Quando Parli facci*

caso, Il Mammo non esiste, No ti amo da morire, La Leadership della Cura, Ingegneria e leadership al femminile, La forza di rompere i confini, Il diritto di cantare).

Il podcast è inoltre tra i progetti TIM valorizzati nell'e-book Libellula Inspiring Company 2025 come buona pratica di sensibilizzazione culturale sui temi di equità, inclusione e contrasto agli stereotipi di genere.

STORIA 4

PROGETTO BPARENT

Nel 2025 TIM ha avviato **BParent**, un ecosistema integrato di iniziative dedicate alla genitorialità per tutto il Gruppo TIM e ha coinvolto i colleghi di Olivetti, con l'obiettivo di sostenere in modo concreto e continuativo le persone lungo tutte le fasi della vita familiare, promuovendo al contempo una cultura aziendale inclusiva, equa e orientata al benessere.

BParent nasce come un hub unico che valorizza e mette a sistema programmi storici già presenti in azienda, come **TIM Infanzia**, **TIM Estate** e **TIM Studio**, ampliandoli e integrandoli

Tra le principali novità introdotte nel 2025 figurano il **Pacchetto Bebè**, un contributo economico di 1.300 euro in flexible benefit a supporto delle spese per l'infanzia; il **Professional Channel**, pensato per mantenere un contatto informativo e volontario con le donne in congedo di maternità; e il **Programma di Mentorship Back to Work**, che accompagna le neomamme nei primi mesi di rientro al lavoro, favorendo un reinserimento sereno e consapevole.

Accanto alle misure di supporto economico e organizzativo, **BParent** rafforza l'attenzione al benessere emotivo e relazionale attraverso uno sportello di ascolto psicologico dedicato alla



con nuove misure innovative dedicate alla neo-genitorialità, al rientro al lavoro, alla salute psicologica, alla formazione e alla valorizzazione delle competenze genitoriali. L'ecosistema comprende complessivamente 16 iniziative, pensate per accompagnare le persone dal desiderio di diventare genitori, alla nascita o adozione dei figli, fino alla crescita e alla costruzione di nuovi equilibri tra vita privata e professionale.

genitorialità, e promuove una maggiore equità culturale grazie a percorsi di formazione sui bias di genere e sui ruoli genitoriali condivisi. Il progetto riconosce inoltre il valore del tempo e della flessibilità, introducendo permessi aggiuntivi per neogenitori e per l'adozione, oltre a estendere le possibilità di lavoro agile nel primo anno di vita o di ingresso in famiglia del minore.

Particolare rilevanza assume anche la dimensione educativa e di sviluppo: attraverso iniziative come **Genitori in crescita**, **Genitore Oggi**, **TIM NextGen** e i **programmi di orientamento e studio**, TIM valorizza le competenze genitoriali come risorsa trasferibile anche in ambito professionale, contribuendo alla crescita delle persone e delle nuove generazioni. L'impegno di TIM nel promuovere la genitorialità e nel favorire una cultura della natalità è stato riconosciuto a livello

istituzionale attraverso il sostegno del bando #Riparto del Dipartimento per le Politiche della Famiglia, che ha accompagnato diverse iniziative del progetto. Con **BPARENT**, TIM rafforza il proprio ruolo di datore di lavoro responsabile, capace di rispondere ai bisogni reali delle persone e di generare un impatto sociale positivo, contribuendo a un modello di organizzazione del lavoro più sostenibile, inclusivo e orientato al futuro.

STORIA 5
WOMEN EMPOWERMENT

Tante sono le iniziative introdotte nel Gruppo TIM e in Olivetti in ambito parità di genere, già obiettivo degli anni precedenti ma che nel 2025 ha assunto particolare rilevanza.



- Sono stati avviati degli assesment del potenziale, a diverse complessità (managerial, agile), rivolti al personale di genere femminile, per valutare il potenziale di crescita verso ruoli più complessi di quelli attualmente ricoperti;
- Gli strumenti di misurazione del potenziale hanno favorito, in occasione dei recenti riassetti organizzativi di marzo 2025 e luglio 2025, la possibilità di individuare due risorse di genere femminile che sono entrate a fare parte del middle management di Olivetti
- Sono state avviate azioni di sviluppo professionale e crescita retributiva delle risorse attraverso differenti strumenti (pre-retention, variable salary path, accesso a percorsi di coaching, mentoring, formazione pregiata/master).

Sono state condotte iniziative di formazione, programmi di mentorship e strumenti concreti per diminuire il gender gap. Grazie all'impegno del Gruppo TIM, Olivetti può beneficiare di iniziative condotte con partner rilevanti come Valore D, Parks, Liberi e Uguali e Fondazione Libellula.

AREA DI INTERVENTO: FORMAZIONE

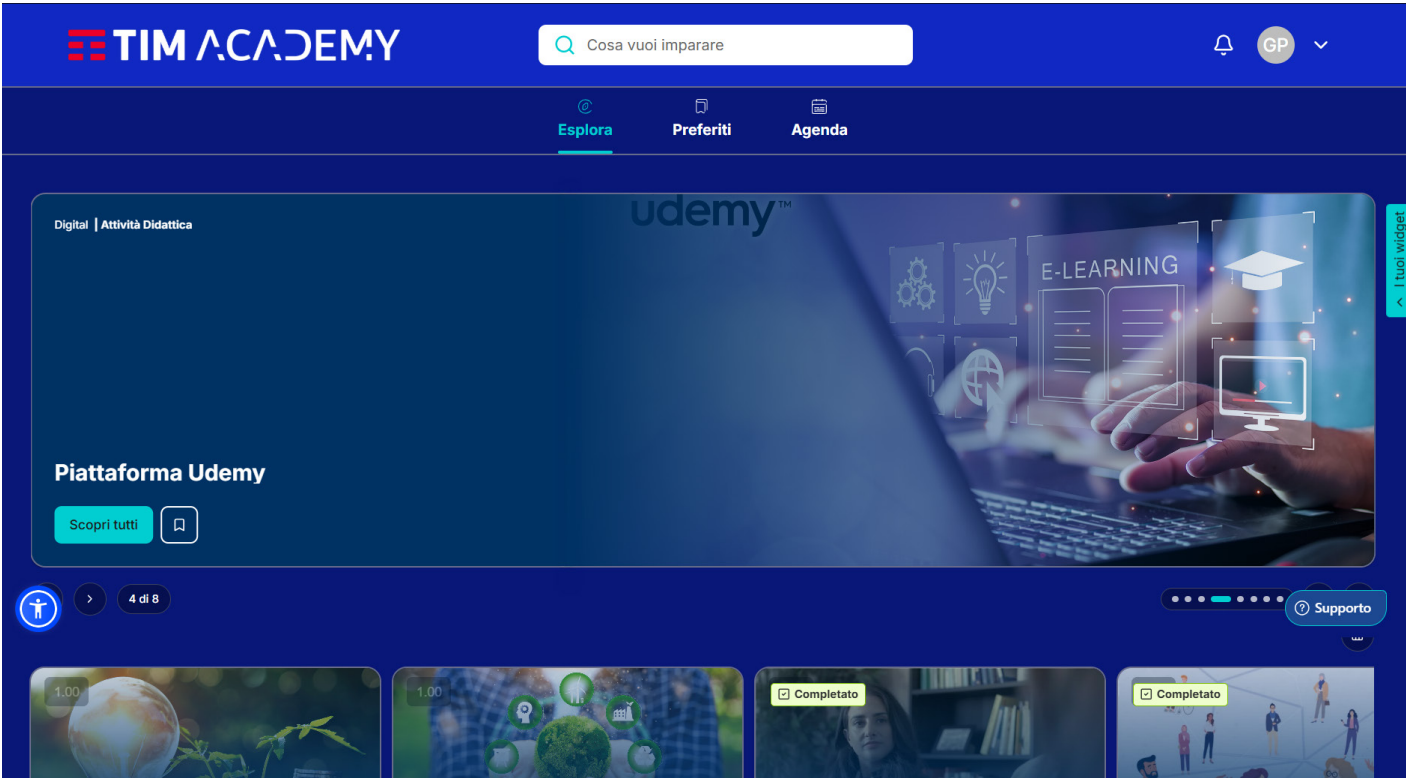
STORIA 6
CORSI SULLA PIATTAFORMA OPEN LEARNING

La formazione 2025 si è articolata in cinque principali filoni, comuni al Gruppo TIM e a Olivetti, con l'obiettivo di garantire una copertura completa dei temi chiave e un approccio coerente a livello di Gruppo.

Le modalità di erogazione hanno previsto sia percorsi disponibili tramite TIM Academy, progressivamente migrata sulla nuova piattaforma Open Learning, sia iniziative dedicate e personalizzate per Olivetti, costruite in base alle esigenze specifiche della popolazione aziendale.

Nel complesso, nel 2025 sono state fruite 5.709 ore di formazione, così ripartite per area tematica:

- **ESG & Parità di genere** (794 ore): percorsi dedicati a sostenibilità, inclusione e prevenzione delle molestie.
- **Governance & Compliance** (591 ore): focus su integrità, compliance normativa e cultura della responsabilità (516 ore da piattaforma, oltre a ca. 75 ore di formazione anticorruzione Olivetti per posizioni rilevanti e nuovi assunti, non ancora caricate in piattaforma).
- **Sicurezza dati e cyber awareness** (885 ore): rafforzamento delle competenze digitali e della consapevolezza sui rischi cyber.
- **HSE** (607 ore): salute e sicurezza sul lavoro, prevenzione e comportamenti sicuri.
- **Sviluppo personale e competenze specialistiche** (2.833 ore): upskilling tecnico e crescita trasversale (1.507 ore sviluppo personale, oltre a 1.326 ore competenze specialistiche).



STORIA 7 FORMAZIONE ESG

Nel 2025 Olivetti ha attivato un percorso formativo ESG disponibile sulla piattaforma Open Learning del Gruppo TIM, con l'obiettivo di diffondere in modo concreto e accessibile una base comune di competenze su sostenibilità, innovazione responsabile e impatto sociale. L'iniziativa contribuisce a rafforzare l'identità di Olivetti come Società Benefit e a supportare l'integrazione dei principi ESG nelle scelte e nei comportamenti aziendali.

Il programma si articola su contenuti differenziati per livello e target, con moduli dedicati ai fondamenti della sostenibilità e dell'innovazione responsabile, alle strategie ESG e alla comunicazione, fino agli strumenti di misurazione e rendicontazione delle performance. Il percorso approfondisce anche temi come transizione energetica e tecnologie abilitanti, impatti lungo la catena di fornitura e ruolo delle partnership pubblico-private, con l'obiettivo di rafforzare consapevolezza e capacità di contribuire in modo informato al percorso di sostenibilità dell'organizzazione.



STORIA 8 FORMAZIONE ACCESSIBILITÀ

Per Olivetti, parlare di accessibilità significa partire da un concetto semplice ma fondamentale: rendere i software davvero fruibili da chiunque, comprese le persone con disabilità, anche attraverso tecnologie assistive o configurazioni specifiche. In pratica, garantire che tutti possano navigare, comprendere e utilizzare contenuti e servizi digitali senza barriere o discriminazioni.

In un contesto in cui l'accesso ai servizi digitali è sempre più centrale, l'accessibilità diventa una leva di inclusione e un requisito sempre più rilevante anche dal punto di vista normativo, con obblighi in continua evoluzione



a livello europeo. Per un'azienda, sviluppare prodotti e servizi accessibili significa unire conformità, responsabilità sociale e qualità, ampliando al tempo stesso il numero di utenti potenzialmente raggiungibili. Per questo, nel 2025 Olivetti ha avviato un percorso formativo dedicato per internalizzare competenze specialistiche, coinvolgendo 15 colleghi, di cui 5 verso la certificazione **Web Accessibility Expert (UNI 11621-3)**.

Le nuove competenze permetteranno di valutare e migliorare l'accessibilità dei prodotti e dei servizi, intervenire in modo strutturato sulle eventuali criticità, progettare soluzioni accessibili fin dall'inizio e diffondere una cultura condivisa sul tema.

STORIA 9 CERTIFICAZIONE ISO 27001:2022 SICUREZZA DELLE INFORMAZIONI

Olivetti adotta processi di sviluppo, progettazione, erogazione e mantenimento di soluzioni e prodotti volti a soddisfare un mercato sempre più sensibile al tema ambientale.

Oltre alle certificazioni ISO 9001 Qualità e ISO 14001 Ambiente, Olivetti ha acquisito nel 2024 il certificato ISO 27001:2022 Sistema di Gestione per la Sicurezza delle Informazioni (SGSI), ovvero ISO-IEC 27001:2022/ Amd 1: 2024.



Nel contesto del proprio SGSI, Olivetti cura lo sviluppo e la formazione di tutto il suo personale in ambito Sicurezza delle Informazioni, con particolare attenzione alla sensibilizzazione verso la corretta gestione delle informazioni e degli eventi ad esse legati.

A tal proposito, nel corso del 2025 Olivetti ha avviato due campagne di awareness, volte a rafforzare la consapevolezza circa i ruoli e le responsabilità di tutto il personale nei processi inerenti alla sicurezza delle informazioni.

Inoltre, Olivetti ha dichiarato nell'ambito del proprio SGSI che il fenomeno del cambiamento climatico è un fattore rilevante, e pertanto, ha caratterizzato per ciascuna Parte Interessata, definita nel proprio Campo di Applicazione, le loro necessità e aspettative in relazione al rispetto dell'ambiente.

STORIA 10
PROSECUZIONE
DEL MASTER UNIVERSITARIO
IN SMART PRODUCT DESIGN 4.0

Forte del successo della prima edizione del 2021, nel 2023 è stata avviata la seconda edizione del Master universitario di primo livello “Smart Product Design 4.0”, che si è conclusa a Ivrea il 4 luglio 2025 con la cerimonia di consegna dei diplomi a 12 allievi.

L’esperienza ha ulteriormente rafforzato l’integrazione tra formazione accademica e realtà aziendale: i partecipanti hanno lavorato su casi reali e progetti sviluppati insieme a Olivetti, acquisendo competenze sia sulle tecnologie per gli smart products sia sulla gestione dei processi aziendali in un contesto sempre più digitale e interconnesso.

Il modello dell’apprendistato di alta formazione e ricerca si è confermato uno strumento efficace per formare profili altamente specializzati, pronti ad affrontare le sfide dell’innovazione tecnologica nei prodotti intelligenti e nella trasformazione digitale, con un’alta continuità del percorso professionale all’interno delle aziende coinvolte. Per Olivetti, l’investimento nella formazione e nelle nuove generazioni resta parte integrante della visione

di crescita sostenibile e dell’impegno come Società Benefit, in sinergia con il Gruppo TIM.

In questa prospettiva, l’azienda ha affiancato anche nel corso dell’anno Confindustria Canavese e altri partner privati nel sostegno a iniziative a favore dei talenti STEM femminili, come l’assegnazione di borse di studio a studentesse che si sono distinte per merito nelle discipline scientifiche e tecnologiche.

Queste azioni contribuiscono alla costruzione di una nuova generazione di professioniste in grado di guidare il futuro digitale, promuovendo inclusione, sviluppo e innovazione nel mondo dell’impresa e della ricerca.



AREA DI INTERVENTO: **COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI**

STORIA 11
SPERIMENTAZIONE
VOLONTARIATO D’IMPRESA

Tra il 2024 e il 2025 Olivetti ha avviato una sperimentazione di volontariato d’impresa con l’obiettivo di rafforzare l’engagement interno e contribuire in modo tangibile al valore sociale nei territori in cui opera. L’iniziativa consente alle persone di dedicare fino a 20 ore annue di permesso retribuito ad attività di volontariato presso Associazioni ed Enti No Profit, selezionati tramite una verifica di conformità. Il progetto, lanciato a giugno 2024, ha registrato un’adesione positiva e trasversale: hanno partecipato 30 colleghi provenienti da sedi e funzioni diverse (Ivrea, Milano, Roma e Bari), con il coinvolgimento di 21 realtà del Terzo Settore. Nel 2025 sono state realizzate complessivamente circa 200 ore di volontariato, attivando esperienze ad alto impatto sociale e formativo, capaci di valorizzare competenze relazionali, soft skill e responsabilità individuale.

Coding Girls
Fondazione Mondo Digitale
Tra le esperienze attivate, Olivetti ha contribuito al programma **Coding Girls** di Fondazione Mondo

Digitale, un’iniziativa gratuita che promuove l’avvicinamento delle giovani alle discipline STEAM e supporta la riduzione del gender gap nell’educazione tecnologica. In questo contesto, Massimiliano Dibitonto, responsabile del team User Experience, ha sviluppato un modello di workshop che integra l’uso dell’AI generativa nei processi creativi e nel Design Thinking, valorizzando un approccio consapevole e critico alla tecnologia. Nella prima fase sono state formate 15 tutor universitarie, che nel primo semestre 2025 hanno poi facilitato workshop nelle scuole partner, coinvolgendo oltre 400 studentesse e studenti.

Centro Astalli
Jesuit Refugee Service
Il **Centro Astalli**, sede italiana del *Jesuit Refugee Service (JRS)*, accompagna ogni giorno rifugiati e richiedenti asilo attraverso servizi di accoglienza e inclusione pensati per rispondere a bisogni





STORIA 12 PATRIMONIO STORICO OLIVETTI

Olivetti guarda da sempre al futuro con una visione chiara: innovazione *human-centered*, che nasce dall'unione di cultura e tecnologia. Un approccio che ci distingue e ci ha permesso di creare un impatto positivo per comunità, territori ed ecosistemi economici. Un modo di intendere il progresso che trova coerenza anche nel nostro *Heritage*: responsabilità e creatività che si intrecciano e proiettano la nostra legacy in avanti.

Valorizziamo la nostra identità e la trasformiamo in energia per nuove iniziative, dove la cultura d'impresa diventa leva di crescita condivisa, a vantaggio del posizionamento aziendale e del sentiment delle persone che lavorano ogni giorno in Olivetti.

Raccontare la nostra storia in modo innovativo, attraverso piattaforme immersive, esperienze *phygital* e strumenti di accesso globale hanno permesso ai valori di Olivetti di trovare nuovi spazi contemporanei, dando ulteriore slancio al nostro dialogo con imprese, istituzioni e comunità, in modo dinamico e inclusivo.

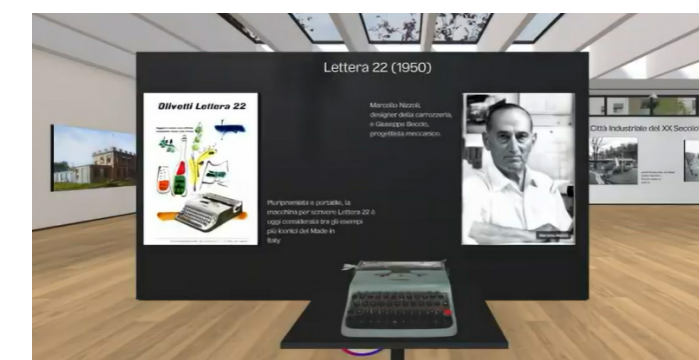
Grazie al supporto economico annuale di Olivetti all'Archivio Storico e alla partecipazione attiva alle sue attività e grazie alle intese con la Fondazione Adriano Olivetti e le collaborazioni con il territorio, raccontiamo i nostri 117 anni di #StoriaDInnovazione in maniera sempre nuova e condivisa: anche nel 2025 mostre, progetti digitali, conferenze, contenuti multimediali e iniziative culturali hanno diffuso i valori Olivetti, rendendo accessibile il nostro patrimonio storico a pubblici intergenerazionali e internazionali.

Archivi OLIVETTI

Gli Archivi Olivetti custodiscono e mettono a disposizione del pubblico oltre 26.000 volumi e oltre 16 chilometri lineari di documenti, tra fotografie, prodotti, disegni, manifesti e tanto altro: testimonianze uniche, che vengono valorizzate ogni giorno da specialisti e che, grazie alla tecnologia, arrivano sempre più lontano.

Questa energia creativa ha dato vita a progetti che intrecciano cultura e innovazione: podcast originali, storytelling d'avanguardia, eventi sul territorio e collaborazioni con istituzioni nazionali e internazionali. Ogni iniziativa è stata un invito a scoprire come la storia Olivetti ispira il presente e continuerà a costruire il futuro.

Oltre al lavoro quotidiano con la narrazione attraverso i social media, un esempio importante è quello della **Digital Exhibition** realizzata con TIM Enterprise: uno spazio mediale 3D che unisce



video, documenti storici, prodotti ricostruiti in 3D, fotografie a 360° in 8k e una guida alimentata da **AI Generativa**, addestrata su contenuti certificati.

Un progetto culturale in continua evoluzione, che quest'anno è stato premiato con la menzione speciale **Digital Innovation in Arts** alla XII edizione del Premio Cultura + Impresa e ha vinto i Corporate Heritage Awards 2025 nella categoria "Narrazione Digitale attraverso parole, immagini e suoni".



Un altro progetto sviluppato con TIM Enterprise, che nel 2025 ha permesso all'*Heritage* Olivetti di diventare un best case, è il **Digital Human di Camillo Olivetti**, che abbina un'agente conversazionale basato su Intelligenza Artificiale ad una fedelissima ricostruzione in 3D del fondatore dell'azienda, creando un'esperienza di dialogo evoluta, emotiva e basata su fonti certificate.

concreti e favorire percorsi di autonomia. In particolare, offre supporto attraverso attività di orientamento e accompagnamento sociale, servizi di prossimità e iniziative come la mensa, che rappresenta un punto di riferimento per molte persone in condizioni di vulnerabilità. Nel corso del 2025, tre colleghi Olivetti hanno svolto un'attività di volontariato presso il servizio mensa del Centro Astalli, contribuendo alla preparazione e distribuzione dei pasti e vivendo un'esperienza di relazione diretta e presenza concreta.

Impresa in Azione Junior Achievement Italia

Alcuni dipendenti Olivetti hanno supportato l'evento, seguendo i ragazzi e/o facendo parte della

giuria durante la prima tappa piemontese della *competition* nazionale **Impresa in Azione** il 21 maggio 2025. Ospitato presso l'Auditorium Casa Blu a Ivrea, il programma promosso da **Junior Achievement Italia** ha coinvolto 70 studenti, 15 colleghi Olivetti e una giuria composta da 8 persone provenienti, oltre che da Olivetti, anche da altre aziende. Le studentesse e studenti, divisi in squadre, hanno presentato i loro progetti imprenditoriali sviluppati durante l'anno scolastico, dimostrando visione, impegno e spirito d'iniziativa. Un'occasione concreta per avvicinare il mondo della scuola a quello dell'impresa e per rafforzare il nostro impegno verso un'educazione imprenditoriale che guarda al futuro.





Tra le iniziative culturali di maggior rilievo del 2025 si possono citare la mostra **Olivetti. Uomini, Progetti e Prodotti**, realizzata con ADI Design Museum; “Giovanni Pintoric pubblicità come arte” al MAN di



Nuoro; “Olivetti e i fotografi della Magnum | Wayne Miller – Erich Hartmann – Henri Cartier-Bresson – Sergio Larrain”, curata con Magnum Photo al Museo civico di Ivrea P.A. Garda e tante altre partecipazioni espositive, eventi e seminari sul territorio nazionale.



L'impegno di Olivetti verso la valorizzazione della propria eredità culturale si traduce in progetti innovativi che combinano podcast inediti, conferenze digitali e storytelling d'avanguardia, come il podcast **OLiverse**, primo prodotto *AI Generated* totalmente in inglese, pensato per il pubblico internazionale e la narrazione “**Olivetti e lo Sport**”, che fa parte delle iniziative approvate dalla



Fondazione Milano Cortina 2026, per l'Olimpiade Culturale in occasione dei Giochi Olimpici e Paralimpici Invernali 2026.



Tra i riconoscimenti spicca anche la **Honourable Mention** all'ADI Compasso d'Oro International Award 2025, uno dei più prestigiosi riconoscimenti internazionali nel campo del design, per il

rebranding “Archivi Olivetti”, ricevuta nel settembre 2025.

Il valore e l'attenzione verso la Comunità, parte integrante del messaggio e della storia olivettiana, vengono anche quotidianamente condivisi con aziende, associazioni ed enti pubblici del territorio.

Un esempio è la sinergia creata con Confindustria Canavese, fondata da Adriano Olivetti e che festeggia nel 2025 gli 80 anni dalla fondazione, nella quale il Presidente dell'Associazione Archivio Storico Olivetti ha vestito per due mandati il ruolo di Presidente nel Gruppo Turismo, Cultura e Sport, fino al novembre 2025.

Il nostro sguardo continua a rivolgersi al futuro, con la consapevolezza che **Heritage** e identità continuano ad essere una bussola importante nel percorso evolutivo di Olivetti.

Continuiamo a costruire ponti verso scenari e pubblici inediti, convinti che ciò che abbiamo creato sia una base solida per continuare a crescere anche nel percorso Benefit.

STORIA 13 RISULTATI DELLA SURVEY CLIMA

L'ultima **indagine di Clima** condotta sulla popolazione aziendale restituisce un quadro complessivamente molto positivo, con risultati in miglioramento su quasi tutti i temi analizzati. Un segnale particolarmente significativo arriva dal tasso di partecipazione, che raggiunge il 76%, in crescita di 13 punti percentuali rispetto all'anno precedente: un dato che conferma come l'ascolto attento dei **feedback** e l'introduzione di azioni correttive rendano la **survey** uno strumento sempre più riconosciuto e valorizzato dalle persone.

Tra gli aspetti più incoraggianti emergono la valutazione complessiva dell'esperienza lavorativa e il livello di engagement verso l'azienda, che registra un incremento di +7 punti percentuali **Year over Year (YoY)**. Anche le politiche aziendali e i temi legati all'inclusione ottengono riscontri solidi, mentre si conferma forte la volontà diffusa di crescita professionale, percepita come un percorso concreto e accessibile.

In questo contesto, i **feedback** dei colleghi under 35 si distinguono per un elemento importante: l'età non viene percepita come un ostacolo alla crescita, a testimonianza di un ambiente che favorisce lo sviluppo e la valorizzazione del potenziale. Parallelamente, aumenta anche la disponibilità a rimanere in azienda anche in presenza di opportunità esterne equivalenti, segnale di una relazione più solida tra persone e organizzazione.

Particolarmente rilevante, infine, è il miglioramento della percezione delle pari opportunità: tra le donne si registra un incremento di +10 punti percentuali YoY sulla possibilità di far emergere le proprie competenze e assumere nuove responsabilità.

Un risultato che rafforza l'evidenza dell'efficacia delle iniziative attivate a supporto della crescita e dell'empowerment femminile. Si conferma inoltre, in modo stabile e in continua crescita, la valutazione positiva relativa all'integrità e alla condotta etica dell'azienda.



STORIA 14 RECRUITING & ONBOARDING

Nel corso del 2025 Olivetti ha continuato a rafforzare il percorso di accoglienza e inserimento dedicato alle persone neoassunte, in coordinamento con il piano del Gruppo TIM.

L'obiettivo è accompagnare i primi mesi di ingresso in azienda, facilitare l'integrazione nei team e creare occasioni concrete di **networking**, favorendo fin da subito un senso di appartenenza e una comprensione chiara dell'identità e dei valori organizzativi.

Le nuove persone entrate in azienda sono state coinvolte nel webinar mensile di benvenuto **"You are Welcome"**, insieme ad attività formative mirate a supportare l'inserimento e l'orientamento operativo. Una parte dei neoassunti ha inoltre partecipato all'evento in presenza **"TIM On Board!"**, articolato su due giornate e pensato non solo come momento formativo, ma come spazio di dialogo e confronto: un'occasione per incontrare manager e Amministratore Delegato, ascoltare la visione strategica del Gruppo e approfondire temi chiave come innovazione, **business** e cultura del **brand**. Anche nel 2025 l'iniziativa è stata

accompagnata dal **claim** "Ciak, si gira! Inizia la tua avventura", a rappresentare l'avvio di un percorso professionale costruito su collaborazione e crescita condivisa.

In parallelo, Olivetti ha proseguito le attività di dialogo con le nuove generazioni e di promozione di percorsi di accesso più inclusivi al mondo dell'innovazione. Il 4 dicembre, presso il **TIM Innovation Lab** di Roma, si è svolta una giornata dedicata a innovazione e inclusione che ha coinvolto 24 studentesse STEM provenienti da Sapienza Università di Roma, Luiss Guido Carli e Università degli Studi Roma Tre. L'incontro ha permesso di esplorare da vicino come le tecnologie prendono forma e diventano parte della vita quotidiana, attraverso presentazioni e demo su **Extended Smart Land, Intelligent Mobility, XR4 Digital Cultural Heritage, AI Digital Assistant e Cloud Robotics**.

La giornata ha incluso anche la testimonianza di Sara Pavone, oggi parte del **team** Olivetti dopo aver partecipato a un'iniziativa analoga nella scorsa edizione: un esempio concreto di come questi momenti possano trasformarsi in opportunità reali di orientamento, crescita e ingresso nel mondo del lavoro.



STORIA 15 CERTIFICAZIONE ANTICORRUZIONE ISO 37001

In linea con la strategia e le policy del Gruppo TIM, che perseguono la gestione del rischio di corruzione secondo il principio di "tolleranza zero", Olivetti ha implementato nel 2023 un sistema di gestione conforme allo standard internazionale **ISO 37001** e ne ha rinnovato la certificazione nel 2025.

Nel corso del 2025, in continuità con il percorso di miglioramento continuo, Olivetti ha

quotidiane, contribuendo a ridurre il rischio e l'impatto della corruzione a livello nazionale e internazionale. I benefici della certificazione ISO 37001 si riflettono anche nel rafforzamento della reputazione aziendale e nel supporto al rispetto degli obblighi di legge, contribuendo in modo concreto alla solidità del sistema di governance.

A completamento del quadro di riferimento in materia di integrità e responsabilità, Olivetti applica inoltre il **Codice Etico e di Condotta** approvato dal CdA di TIM S.p.A. e valido per tutte le società controllate, che definisce principi



inoltre avviato le attività di adeguamento ai requisiti della nuova edizione dello standard, con l'obiettivo di mantenere un costante allineamento alle evoluzioni normative e rafforzare ulteriormente l'efficacia dei presidi anticorruzione adottati. Il percorso di aggiornamento proseguirà e sarà completato nel 2026.

Olivetti promuove un'idea "etica" di impresa e mette a disposizione strumenti organizzativi e operativi che favoriscono l'integrazione dei principi di integrità e trasparenza nei processi aziendali, nelle scelte strategiche e nelle attività

e regole di comportamento a presidio di una gestione corretta e trasparente delle attività e delle relazioni con tutti gli stakeholder.

In coerenza con questo impianto, nel 2025 la popolazione aziendale ha partecipato a un corso formativo sui temi dell'anticorruzione realizzato con il contributo di esperti del Gruppo TIM in ambito Compliance. A questo si è affiancato un percorso dedicato Olivetti: sono stati infatti organizzati due webinar formativi live sul Sistema di Gestione Anticorruzione, rivolti in particolare ai neoassunti e alle figure rilevanti.

STORIA 16 COMPANY VISIT IVREA ARCHIVIO STORICO OLIVETTI E CULTURA BENEFIT

La **Company Visit** di Ivrea, realizzata il 5 e 6 novembre 2025, rappresenta il progetto pilota 2025 con cui Olivetti ha avviato un'iniziativa strutturata di engagement e diffusione della **cultura Benefit**, coinvolgendo circa 80 dipendenti provenienti da funzioni e sedi diverse, con un focus specifico su nuovi assunti e persone under 35.

L'iniziativa nasce a valle del workshop partecipativo di dicembre 2024, da cui ha preso forma il **Piano Benefit 2025**, ed è stata riconosciuta come una leva chiave di coinvolgimento interno, entrando a pieno titolo nella **Relazione di Impatto** e risultando coerente con gli indirizzi approvati dal CdA.



L'obiettivo è rafforzare l'identità di Olivetti come **Società Benefit**, in continuità con la storica visione olivettiana che integra impresa, persone e comunità, stimolando la partecipazione attiva delle persone alla definizione degli obiettivi di impatto.

Le due giornate hanno integrato una componente identitaria e una componente operativa. Da un lato, la visita guidata



all'Archivio Storico Olivetti ha valorizzato l'**Heritage** aziendale come riferimento per le sfide contemporanee dell'impresa. Dall'altro, il **workshop** realizzato in collaborazione con



Nativa ha attivato momenti strutturati di confronto su modello Benefit, **legacy** e scenario di cambiamento, accompagnati da lavori in piccoli gruppi e da una **Call for Ideas** finalizzata a far emergere azioni concrete e coerenti con le finalità di beneficio comune.

L'iniziativa ha contribuito a stimolare riflessioni interne su benessere organizzativo, collaborazione trasversale e integrazione tra sostenibilità, persone e performance, favorendo al contempo l'emersione di potenziali sinergie di business in chiave ESG. L'esperienza è stata inoltre molto apprezzata dai partecipanti, confermando il valore di momenti strutturati di confronto e condivisione per rafforzare senso di appartenenza e cultura aziendale.

STORIA 17 CONTINUOUS FEEDBACK

Nell'ambito del Modello di Sviluppo TIM, Olivetti partecipa a un sistema integrato volto a valorizzare competenze, motivazione e potenziale delle persone, promuovendo una crescita coerente con le linee guida del Gruppo.

Il modello consente di analizzare in modo strutturato non solo i risultati raggiunti, ma anche le modalità con cui le persone contribuiscono agli obiettivi comuni, rafforzando il concetto di enterprise contribution. In questo

contesto, il Continuous Feedback rappresenta uno strumento operativo a supporto del miglioramento continuo, basato sulla raccolta e condivisione di feedback tempestivi e focalizzati su comportamenti osservabili. Il processo è multidirezionale e favorisce il confronto tra responsabili, collaboratori e colleghi, anche appartenenti a team diversi.

Nel periodo di riferimento, l'iniziativa ha coinvolto 279 persone, di cui 213 hanno scambiato almeno un feedback, fornendo elementi utili per orientare percorsi di sviluppo e pianificazione formativa.

AREA DI INTERVENTO: PARI OPPORTUNITÀ E RIDUZIONE DEL GAP DI GENERE

Obiettivi 2025	KPO	RISULTATI 2025	%
Certificazione UNI/PdR 125 per la Parità di Genere	Rinnovo del certificato per il 2025	Il certificato per il 2025 è stato rinnovato	Obiettivo completato al 100%
Garantire la presenza delle donne in posizione di responsabilità	Women in leadership position >26%	Women in leadership position 29%	Obiettivo completato al 100%
Partecipazione delle donne ai percorsi di Empowerment, Coaching e Mentoring	Almeno il 15% delle Donne di Olivetti partecipa ai percorsi	20% delle Donne Olivetti ha partecipato ai percorsi	Obiettivo completato al 100%
• Prosecuzione delle iniziative a favore della genitorialità condivisa per uomini e donne in target • Programma “back to work”	100% dei colloqui one to one con donne e uomini in target	• Avvio del programma B Parent. • Il Programma “back to work” ha previsto sessioni one to one con tutti i neogenitori in target	Obiettivo completato al 100%
Iniziative di comunicazione e sensibilizzazione sull'importanza del congedo parentale obbligatorio dei neopadri	Avvio iniziative	Avviata un'iniziativa di comunicazione personalizzata rivolta ai neopadri sul congedo parentale obbligatorio	Obiettivo completato al 100%

AREA DI INTERVENTO: FORMAZIONE

Obiettivi 2025	KPO	RISULTATI 2025	%
Avviare almeno una sessione formativa sul tema Ambiente, cambiamenti climatici e rischio ESG, eventualmente con focus sui due mercati di riferimento: IoT e Office	N. partecipanti ai corsi, % gradimento	Avviate 2 sessioni formative; 200 invitati al corso <i>Innovazione e Sostenibilità</i> 60 invitati al corso <i>Sostenibilità e rendicontazione ESG</i> . Fruizione in corso	Obiettivo completato al 65%
Avviare corsi di formazione per l'ottenimento di certificazioni come Web Accessibility Expert con l'obiettivo di sviluppare prodotti accessibili «by design»	N. partecipanti ai corsi, % gradimento	Avviato corso Certificazione Web Accessibility Expert n. 15 partecipanti	Obiettivo completato al 100%

AREA DI INTERVENTO: COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

Obiettivi 2025	KPO	RISULTATI 2025	%
• Proseguimento “Piano di Ingaggio” su Benefit-B Corp per le persone Olivetti tramite gruppi di lavoro trasversali che portano avanti le iniziative proposte dal workshop effettuato nel 2024; • Avvio Focus Group sugli esiti della Survey Clima; • Progetto di rivisitazione di alcuni spazi e aree comuni della sede di Olivetti di Roma con l'obiettivo di migliorare il comfort dell'ambiente lavorativo	• % avanzamento iniziative • Avvio di almeno due sessioni di Focus Group sugli esiti della Survey Clima • % gradimento dell'iniziativa da parte dei dipendenti	• Avviato 80% delle iniziative proposte da workshop 2024 • Avviate quattro sessioni di Focus Group sugli obiettivi Benefit e sulle Finalità di Beneficio comune (in sostituzione a Survey Clima) • Concluso il progetto di rivisitazione di alcuni spazi e aree comuni della sede di Roma. In attesa dei risultati su Gradimento	Obiettivo completato al 100%
Proseguimento programma pilota sperimentale di “Volontariato d'Impresa”	N. Partecipanti, N. Associazioni coinvolte, N. ore volontariato entro il 31.12.2025, % gradimento del progetto da parte dei partecipanti	Proseguito il programma pilota sperimentale di Volontariato d'Impresa, con 30 adesioni, 21 associazioni coinvolte e 205 ore di volontariato; gradimento 4,6/5	Obiettivo completato al 100%
Avvio iniziativa Company Visit, dedicate ad approfondire la storia di Olivetti a Ivrea attraverso la visita all'Archivio Storico e a conoscere gli Innovation Hub del Gruppo TIM	N. Partecipanti, % Gradimento Iniziative	80 partecipanti, gradimento 4,7/5	Obiettivo completato al 100%
• Potenziare la partecipazione dei dipendenti ai Company meeting aziendali • Strutturazione e lancio di almeno un'iniziativa di coinvolgimento per la Young Generation • Partecipazione dei nuovi assunti al Programma Onboarding	• N. dipendenti che partecipano • Lancio dell'iniziativa e % adesione sul target • % Adesione sul target, % gradimento dell'iniziativa	• Partecipazione media 60% dei dipendenti • Iniziativa Dream Team Under 35; adesione 100% target (12 colleghi) • Programma Onboarding, 100% target adesione; gradimento 4,8/5	Obiettivo completato al 100%

Finalità 3 RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CO₂

Sustainable Development Goal Raggiunti



INTRODUZIONE

La terza finalità nasce dalla consapevolezza che la tutela del pianeta e delle risorse naturali, insieme alla lotta alla crisi climatica, sono elementi centrali per contribuire a uno sviluppo sostenibile. In coerenza con i propri valori, Olivetti ha formalizzato nel proprio statuto l'impegno a contribuire attivamente a queste sfide, attraverso scelte consapevoli, virtuose e concrete. Un orientamento che si riflette nelle pratiche e nelle politiche aziendali, oltre che nello sviluppo e nella promozione di soluzioni innovative, capaci di rispondere alle esigenze dei clienti nel modo più sostenibile possibile.

Di seguito si riportano alcune delle iniziative più rilevanti del 2025 che contribuiscono a questa direzione.

AREA DI INTERVENTO: COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI

STORIA 1 PARTECIPAZIONE CON IL GRUPPO TIM AL JAC E A OPEN ES

Olivetti, in quanto società del Gruppo TIM, partecipa a iniziative nazionali e internazionali come il JAC (Joint Alliance for CSR) e Open Environmental Sustainability (Open ES) per promuovere lo sviluppo sostenibile e la diffusione di valori condivisi. JAC favorisce la trasparenza e la sostenibilità lungo la catena di fornitura attraverso audit condivisi, consentendo un monitoraggio più efficace dei fornitori, la riduzione dei rischi etici e il confronto su pratiche più ecologiche.

Open ES supporta le aziende nel monitoraggio e nel miglioramento delle performance ambientali, con particolare attenzione alla riduzione delle emissioni Scope 3 e alla transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio.

Grazie alla partecipazione al network Open ES anche tre fornitori chiave di Olivetti hanno completato il questionario di assessment ESG.

Una supply chain sostenibile rappresenta un elemento strategico per ridurre l'impatto ambientale, migliorare l'efficienza operativa, rafforzare la fiducia dei clienti e attrarre investimenti. In quest'ottica, Olivetti ha introdotto la valutazione ESG dei fornitori nel processo di qualificazione, la busta di sostenibilità nelle competizioni di acquisto e indicatori di sostenibilità nel Vendor Rating, strumenti fondamentali per la gestione dei rischi e l'ottimizzazione della filiera.

Olivetti recepisce la policy acquisti del Gruppo TIM e affida all'ufficio Procurement la gestione degli approvvigionamenti, garantendo qualità, sicurezza, competitività e rispetto delle normative. Il processo di acquisto promuove la competizione leale, l'etica e la sostenibilità, valorizzando soluzioni che riducano l'impatto ambientale. Gli impegni ambientali, sociali ed etici sono inoltre integrati nella contrattualizzazione e si fondano sui principi del Codice Etico e di Condotta, del Modello Organizzativo 231 e delle policy di tutela dei diritti umani e di contrasto alla corruzione.



STORIA 2 OLIVETTI ADERISCE E SOSTIENE ASSOIT

Olivetti è fondatrice e socia di Associazione Produttori Soluzioni di Stampa, Digitalizzazione e Gestione Documentale (ASSOIT) che rappresenta un mercato di 70.000 addetti, 11 milioni di dispositivi e 3 miliardi di euro di fatturato.

La sostenibilità è un pilastro di ASSOIT, come riportato nel manifesto dell'Associazione: "garantiamo la sostenibilità ambientale e la qualità certificata dei processi di stampa e gestione documentale" e "crediamo nell'etica come valore primario in tutti i processi e servizi".

Olivetti partecipa attivamente ai Gruppi di Lavoro, alle campagne di comunicazione, agli eventi di informazione verso i canali Dealer e agli incontri con la stampa.

Inoltre, contribuisce alle pubblicazioni dell'Associazione, dedicate a temi quali la gestione documentale dei sistemi di acquisizione e stampa, la sicurezza delle informazioni, la sostenibilità ambientale e l'economia circolare, l'attività presso le Istituzioni per la regolamentazione degli standard qualitativi dei prodotti compatibili non originali presso la PA, nonché l'evoluzione dei modelli di **Smart Printing e Printing 4.0**, con focus su standard di riferimento e buone pratiche d'uso nelle imprese e nella Pubblica Amministrazione.



AREA DI INTERVENTO: MONITORAGGIO DATI AMBIENTALI

STORIA 3 LA CERTIFICAZIONE ISO 14001

Nel 2025, Olivetti ha mantenuto attivo il proprio Sistema di Gestione Ambientale certificato secondo la norma **ISO 14001:2015**, in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità ambientale del Gruppo TIM. Il Sistema è presidiato da uno specifico gruppo di lavoro interno che ne cura il monitoraggio e l'aggiornamento periodico, supportando il miglioramento continuo delle performance ambientali.

La definizione degli obiettivi avviene a partire dall'analisi dei processi e delle attività che generano impatti ambientali, considerando i requisiti della norma **ISO 14001**, la Politica Ambientale di Olivetti e il quadro regolatorio applicabile. Le informazioni raccolte sono formalizzate indicando attività, responsabilità e tempistiche e confluiscono nel Riesame della

Direzione, a supporto delle valutazioni e delle decisioni di miglioramento.

Gli obiettivi e traguardi, definiti inizialmente in fase di avvio del Sistema a seguito dell'Analisi Ambientale Iniziale, sono successivamente verificati e, se necessario, aggiornati con cadenza almeno annuale sulla base dell'Analisi Ambientale aggiornata.

A supporto del Sistema, nel corso dell'anno Olivetti ha inoltre promosso iniziative di comunicazione interna e sensibilizzazione rivolte ai dipendenti. In occasione del workshop svolto durante la **Company Visit** svolta ad Ivrea, sono stati affrontati temi ambientali rilevanti quali la gestione dei rifiuti, la biodiversità e il cambiamento climatico, contribuendo a rafforzare la consapevolezza e il coinvolgimento delle persone in coerenza con i principi della norma **ISO 14001**.



STORIA 4 IL SITO WEB OLIVETTI E I DATA CENTER

Al fine di compensare le emissioni generate dalla consultazione dei propri siti web, TIM ha deciso di sostenere per il quarto anno consecutivo un progetto ambientale orientato alla riduzione del carbonio. Le emissioni sono state calcolate con la metodologia CO₂web®, sviluppata da Rete Clima, ente non profit specializzato nella promozione della sostenibilità nelle organizzazioni, e verificata dall'Ente di Certificazione ICMQ. La metodologia considera il consumo energetico dei server che ospitano le pagine web e dei servizi necessari al loro funzionamento. In continuità con questo approccio, La carbon neutrality dei siti è stata infine attestata con il rilascio di un Green label "CO₂emission zero® website".

Nel 2025, le visite ai 21 principali siti web commerciali e istituzionali di Gruppo in ambito Domestic, tra cui il sito Olivetti.com, hanno generato oltre 501 tonnellate di CO₂eq. Per compensare tali emissioni, TIM ha acquistato 501 crediti di carbonio, attraverso il progetto "The Envira Amazonia Project", un'iniziativa di conservazione forestale in Brasile, certificata dallo standard Verra (VCS), tra i principali standard internazionali di qualità per i crediti di carbonio. Il progetto mira a preservare le foreste esistenti, prevenendo la deforestazione ed impedendo così il rilascio di gas a effetto serra (GES), in particolare di anidride carbonica (CO₂), conseguente alle azioni di disboscamento. Il progetto "The Envira Amazonia Project" è considerato un progetto "Nature-based Solution", in quanto è finalizzato alla conservazione degli ecosistemi naturali per mitigare il cambiamento climatico, generando al contempo benefici ambientali, sociali ed economici per le comunità locali.

Per Olivetti, la compensazione delle emissioni generate dai nostri siti fa parte della strategia di sostenibilità del Gruppo TIM, che affida un

ruolo fondamentale alla tutela ambientale, ponendosi l'obiettivo di raggiungere la Carbon Neutrality entro il 2030.

A supporto di questo percorso, i servizi IoT Olivetti sono ospitati in Data Center forniti dalla società del Gruppo TIM Noovle S.p.A. SB e situati presso le sedi di Milano Sud (Rozzano), Roma Sud (Pomezia) e Milano Nord (Cesano Maderno). Si tratta di infrastrutture progettate per garantire elevati requisiti di sicurezza, stabilità e operatività, supportati da sistemi di continuità elettrica e frigorifera, protezione dei cablaggi e impianti di sicurezza.

La flessibilità e modularità dei Data Center, inoltre, consentono di offrire soluzioni diversificate, con SLA e costi in linea con le esigenze dei singoli clienti.

I Data Center di Milano Sud (Rozzano), Roma Sud (Pomezia) e Milano Nord (Cesano Maderno) che ospitano i servizi IoT di Olivetti sono certificati ISO 9001, ISO 14001 e ISO 27001, rispettivamente per Qualità, Ambiente e Sicurezza dei dati. Inoltre, i Data Center di Milano Sud (Rozzano) e Roma Sud (Pomezia) sono certificati anche ISO 50001, a supporto dell'attenzione alla gestione dell'energia. Le strutture seguono infine il Codice di Condotta europeo per l'utilizzo ottimale dell'energia, con certificazione di terza parte.



STORIA 5 SURVEY MOBILITY

Durante l'indagine condotta a fine 2025 dal Gruppo TIM, è stato possibile esaminare le abitudini di spostamento attuali e future dei dipendenti del Gruppo TIM, adempiendo così all'obbligo di legge che richiede la definizione di un Piano Spostamento Casa-Lavoro per le principali sedi aziendali. Le informazioni raccolte si rivelano fondamentali per ridurre le emissioni di CO₂ dell'azienda, consentendo l'implementazione di progetti di mobilità sostenibile che agevolino gli spostamenti e proteggano l'ambiente. Olivetti, in quanto appartenente al gruppo, ha preso parte alla survey sulla mobilità, ottenendo così un quadro dettagliato delle abitudini e delle preferenze dei dipendenti riguardo agli spostamenti casa-lavoro.

Con 183 rispondenti, pari al 75% della popolazione aziendale totale (che ammontava a 244 dipendenti nel periodo di rilevazione), la ricerca ha evidenziato che la soddisfazione media per i mezzi di trasporto utilizzati è stata valutata a 2,80 su 4. Riguardo alle abitudini lavorative, circa il 74,32% dei dipendenti svolge il lavoro in presenza per 2 giorni su 5.

La maggior parte dei partecipanti (99,42%) non si sposta per motivi di lavoro. In termini di mezzi di trasporto scelti, l'auto privata risulta essere l'opzione preferita per il 40% dei

dipendenti, seguita dai mezzi pubblici (29%) e da auto aziendale e Moto/scooter privati (6%). La principale motivazione per la scelta dell'auto privata è l'autonomia di movimento (13%).

Per quanto riguarda le possibili alternative di spostamento, il 25,81% è disposto ad utilizzare il trasporto pubblico come mezzo alternativo, se fosse più affidabile, o a fare carpooling (17,61%) se il tempo di spostamento è conveniente, mentre il 22,9% sarebbe interessato ad utilizzare il carsharing. Infine, per favorire la mobilità, il 43,02% dei partecipanti sarebbe disposto ad effettuare lo spostamento interamente piedi se i marciapiedi e i percorsi pedonali fossero più curati.

Le informazioni raccolte saranno così fondamentali per aiutare Olivetti, e tutto il gruppo, ad impostare un piano di miglioramento che permetta di abbattere l'impatto generato dagli spostamenti delle proprie persone.



CONSUNTIVO 2025

AREA DI INTERVENTO: ACQUISTI SOSTENIBILI			
Obiettivi 2025 In linea con le attività del Gruppo TIM, avvio di un progetto con focus specifico sui fornitori Olivetti che valuti il possesso di certificazioni ESG e di prodotto da parte di alcuni fornitori prioritari	KPO Completamento della valutazione di almeno tre fornitori specifici per Olivetti	RISULTATI 2025 Valutati 3 fornitori chiave per Olivetti	% Obiettivo completato al 100%

AREA DI INTERVENTO: MONITORAGGIO DATI AMBIENTALI			
Obiettivi 2025 Avvio di un progetto di divulgazione e condivisione degli obiettivi Benefit di Olivetti al proprio interno	KPO Almeno 2 incontri di divulgazione e condivisione interna degli obiettivi con i dipendenti	RISULTATI 2025 3 incontri (2 Company Meeting; 1 Company Visit)	% Obiettivo completato al 100%

OBIETTIVI 2026

Finalità 1: Tecnologia, Innovazione, Futuro

AREA DI INTERVENTO: OFFERTA IoT & BIG DATA			
AZIONE Sviluppo di soluzioni Extended Reality (XR) a supporto dell'accessibilità e della fruizione inclusiva dei luoghi culturali, abilitando i clienti alla valorizzazione dei contenuti e dei percorsi di visita	KPO Soluzioni XR su almeno 2 siti entro il 2026	AZIONE Sviluppo e rilascio di piattaforme di governance per la Pubblica Amministrazione che abilitano il monitoraggio dei dati ambientali da parte dei clienti	KPO +30% nuovi clienti rispetto al FY2025
AZIONE Avvio di un progetto per il potenziamento della raccolta strutturata di feedback sui servizi di Connettività M2M Smart e City Forecast	KPO Almeno due clienti entro il 2026		

AREA DI INTERVENTO: OFFERTA OFFICE			
AZIONE Studio LCA su almeno un prodotto Office rappresentativo	KPO Finalizzazione e validazione interna dello studio LCA/sLCA (Fase 2), con interpretazione dei risultati e definizione delle principali direzioni di miglioramento, entro dicembre 2026	AZIONE Allocazione di una percentuale di toner rigenerati nei contratti con la PA	KPO 20% della quota di toner rigenerati sul totale toner distribuiti alla PA nel FY2026
AZIONE Coinvolgimento dei clienti (Concessionari) sulle nuove soluzioni Office basate sui principi dell'economia circolare	KPO Almeno due interventi di sensibilizzazione e Capacity Building su temi ESG entro l'anno con i Clienti (Concessionari)	AZIONE Iniziativa di comunicazione per valorizzare i prodotti rigenerati Olivetti	KPO Predisposizione materiali di comunicazione per prodotti rigenerati
AZIONE Commercializzazione di stampanti rigenerate	KPO Incremento minimo del 20% di stampanti rigenerate vendute nel corso del FY2026 rispetto al FY2025		

OBIETTIVI 2026

Finalità 2: Persone

AREA DI INTERVENTO: PARI OPPORTUNITÀ E RIDUZIONE DEL GAP DI GENERE			
AZIONE Certificazione Uni/PdR 125 per la Parità di Genere	KPO Rinnovo del certificato per il 2026	AZIONE Donne in posizione di responsabilità	KPO Almeno il 33% di donne in posizioni di responsabilità nel FY 2026
AZIONE Assunzione di donne	KPO Almeno il 33% donne in posizioni di responsabilità FY 2026	AZIONE Partecipazione delle donne ai percorsi di Empowerment, Coaching e Mentoring	KPO Partecipazione minima del 20% di donne a 1 percorso di empowerment/coaching/mentoring nel FY2026
AZIONE Partecipazione delle persone Olivetti a iniziative dedicate all'inserimento lavorativo delle donne con profili STEM	KPO Partecipazione Olivetti ad almeno due eventi nel 2026	AZIONE Introduzione e promozione di misure di welfare a supporto della genitorialità, tra cui il bonus bebè	KPO % di adesione alla misura bonus bebè per Olivetti
AREA DI INTERVENTO: FORMAZIONE			
AZIONE Completamento di un corso di formazione per l'ottenimento di certificazione "Web Accessibility Expert" con l'obiettivo di sviluppare prodotti Accessibility «by design»	KPO Almeno 15 partecipanti al corso nel 2026	AZIONE Formazione di rilevanza ESG tramite piattaforma Open Learning su Sostenibilità, Strategia e rendicontazione ESG	KPO Tasso di completamento del percorso ESG (Open Learning) nel FY 2025-2026 ≥ 60%
AZIONE Avvio corso di Engagement sul Benefit in presenza per un numero ristretto di dipendenti	KPO Almeno 20 partecipanti, % gradimento		
AREA DI INTERVENTO: COINVOLGIMENTO DEI DIPENDENTI			
AZIONE Installazione distributori d'acqua nelle sedi Olivetti	KPO N. Sedi coinvolte	AZIONE Sistema strutturato di feedback continuo per lo sviluppo delle persone	KPO Tasso di completamento del percorso ESG (Open Learning) nel FY2026 ≥ 60%
AZIONE Sistema strutturato di feedback continuo per lo sviluppo delle persone "Continuous Feedback"	KPO Almeno 80% di adesioni al progetto	AZIONE Potenziare la partecipazione dei dipendenti ai Company Meeting aziendali	KPO Tasso di partecipazione ai Company Meeting FY2026 ≥ 60%
AZIONE Promuovere momenti di ascolto e confronto con i dipendenti sugli esiti della Survey di Clima	KPO Almeno 4 momenti di confronto nel 2026	AZIONE Proseguimento delle iniziative volte a migliorare gli spazi comuni per benessere	KPO N. iniziative e dipendenti coinvolti
AZIONE Avvio iniziativa "Incontra il CEO" per favorire l'emersione di idee e proposte innovative di dipendenti e gruppi di dipendenti da portare direttamente all'AD	KPO % di partecipazione e gradimento dell'iniziativa	AZIONE Organizzare iniziative di engagement per le persone Olivetti in occasione delle festività	KPO % Gradimento dell'iniziativa
AZIONE Proseguimento iniziativa Company Visit ad Ivrea (Visita Archivio Storico e Workshop sulle Finalità Benefit)	KPO Coinvolgimento progressivo delle persone Olivetti nelle Company Visit, con copertura di circa 50% entro il FY 2025-2026		

OBIETTIVI 2026

Finalità 3: Riduzione delle emissioni di CO₂

AREA DI INTERVENTO: ACQUISTI SOSTENIBILI	
AZIONE In linea con le attività del Gruppo TIM, proseguimento assessment ESG su fornitori chiave per Olivetti	KPO Completamento della valutazione per 5 fornitori chiave per Olivetti
AREA DI INTERVENTO: MONITORAGGIO DATI AMBIENTALI	
AZIONE Coinvolgimento sugli obiettivi del Piano Benefit con i dipendenti e data owner	KPO Almeno n. due incontri di divulgazione e condivisione interna degli obiettivi con i dipendenti entro l'anno

Conclusioni

Questo documento rappresenta la sintesi del cammino compiuto da Olivetti nell'ultimo anno e la misura concreta del suo impegno come **Società Benefit** del Gruppo TIM, orientata a generare valore lungo tre assi inscindibili: prodotti, persone e pianeta. Gli interventi, i progetti e le storie raccolte nei capitoli precedenti mostrano come gli obiettivi di beneficio comune inseriti nello statuto non siano rimasti dichiarazioni di principio, ma si siano tradotti in scelte operative, investimenti e metriche di impatto che guideranno le decisioni strategiche dei prossimi anni.

L'analisi delle performance 2025 evidenzia un percorso di rafforzamento della capacità di Olivetti di integrare innovazione tecnologica, sostenibilità ambientale e responsabilità sociale: dai servizi IoT per la digitalizzazione dei territori e delle infrastrutture, alle iniziative per la crescita delle competenze e l'inclusione, fino alle azioni per ridurre l'impronta climatica delle proprie attività digitali. Allo stesso tempo, la lettura prospettica conferma che la trasformazione in atto è solo una tappa di un'evoluzione più ampia, che richiede di alzare progressivamente l'asticella degli obiettivi e di accelerare sulla misurazione degli impatti generati, in coerenza con le strategie ESG del Gruppo TIM.

Olivetti è consapevole che questo percorso non può essere affrontato in modo isolato: il raggiungimento di una società più sostenibile e digitale passa attraverso una collaborazione strutturata con tutte le proprie comunità di riferimento le altre società del Gruppo, i clienti, i partner tecnologici e industriali, il mondo accademico, le istituzioni e i territori in cui opera. In questa prospettiva, la Relazione di Impatto 2025 non è solo un esercizio di reporting, ma un impegno pubblico a mantenere aperto il dialogo con gli stakeholder, a rendere trasparente il grado di avanzamento rispetto agli obiettivi e a ridefinirli quando necessario, nella logica del miglioramento continuo.

È in questo orizzonte che Olivetti rinnova la propria ambizione di essere non soltanto un'azienda tecnologica, ma un modello di impresa capace di tenere insieme competitività, innovazione e benessere collettivo, nel solco della visione di Adriano Olivetti. Un'impresa che mira a “produrre libertà e bellezza”, trasformando la digitalizzazione in un fattore abilitante di qualità della vita per persone, comunità e territori, e lasciando che sia proprio questa idea di libertà e bellezza a indicare, anno dopo anno, la direzione del futuro da costruire insieme.

Si ringraziano

Giulia Piermattei - coordinamento Relazione di Impatto

Gaia Bargelloni

Luca Brancati

Vincenzo Brutto

Luisa Chiaese

Massimiliano Dibitonto

Luigi Emanuele Di Marco

Raffaella Ghiardi

Claudio Magosso

Marta Marchesano

Marco Marchesi

Giulia Liberatoscioli

Graziano Pedrocchi

Alessandro Pernasclci

Roberta Vettoretto

Fabio Zen



OLIVETTI S.p.A.
SOCIETÀ BENEFIT

Strada Monte Navale 2/c
10015 Ivrea (TO) ITALIA

www.olivetti.com