

GRUPPO TELECOM ITALIA

Roma, 2 Dicembre 2014

Investire sul Valore delle Persone

Strategie e prospettive per il cambiamento



Telecom Italia investe sul Valore delle Persone



La promessa alle persone

PEOPLE STRATEGY | FARE LA DIFFERENZA

17 | 18



COSA POSSONO ASPETTARSI LE PERSONE

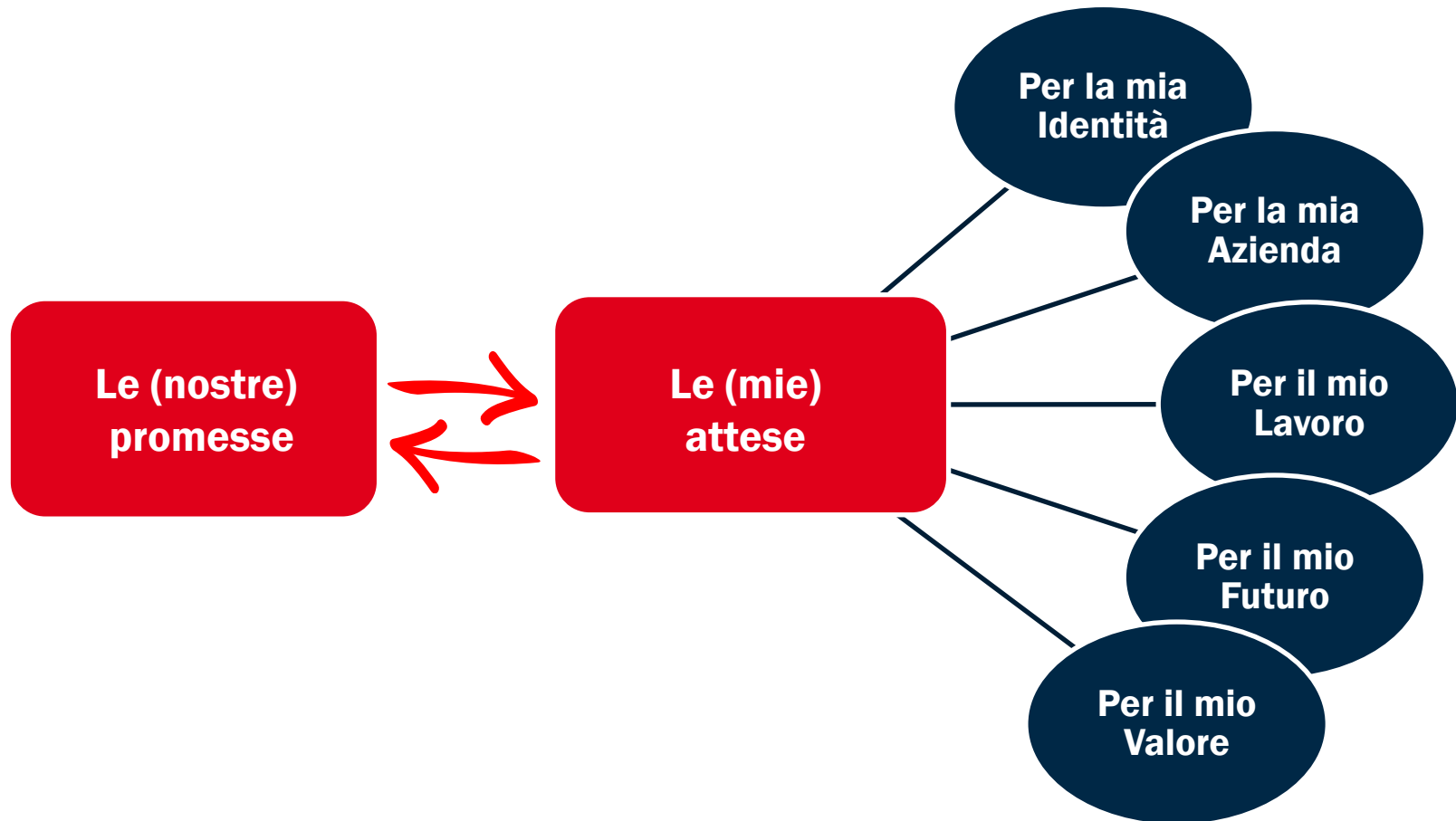
L'implementazione della People Strategy 2014-2016 metterà a disposizione delle persone del Gruppo Telecom Italia:

- ▶ nuove logiche di Gestione finalizzate al primato delle competenze e al valore delle persone;
- ▶ nuove soluzioni per la Formazione, orientata a trasformare gli investimenti individuali in conoscenza collettiva e i saperi che produciamo in capacità competitiva;
- ▶ una rinnovata attenzione alla leva organizzativa, alla semplificazione ed alla efficacia dei processi;
- ▶ un potenziamento delle iniziative di People Caring e una attualizzazione costante rispetto ai bisogni emergenti delle persone e delle famiglie;
- ▶ un rinnovamento del sistema di Individual Performance Management al fine di rendere riconoscibile per tutti il valore delle proprie performance;
- ▶ l'evoluzione e l'aggiornamento continuo dei sistemi di Rewarding verso una maggiore diversificazione degli strumenti utilizzabili;
- ▶ una rinnovata attenzione allo Sviluppo Professionale e alla crescita delle competenze;
- ▶ una Comunicazione interna più aperta e continua, forme *social*/ di relazione.

L'obiettivo che proponiamo è quello di definire insieme un rinnovato patto di fiducia e un percorso di crescita comune, che riguardi l'Azienda e le sue persone.



La People Strategy risponde alle attese delle Persone



I 9 programmi

PEOPLE STRATEGY | FARE LA DIFFERENZA

11 | 12

I 9 PROGRAMMI DELLA PEOPLE STRATEGY DEL GRUPPO TELECOM ITALIA 2014-2016

I 9 Programmi costituiscono le iniziative strategiche per la concreta traduzione dei Driver all'interno del Gruppo.

1 PROGETTAZIONE DI UN NUOVO MODELLO DI **SVILUPPO PROFESSIONALE**

2 ATTIVAZIONE DI UN PIANO DI SVILUPPO DELLE **NEW CAPABILITIES**

3 COSTITUZIONE DEL **POLO DELLA CONOSCENZA**

4 SVILUPPO DELL'**IDENTITÀ ORGANIZZATIVA**

5 SVILUPPO E DIFFUSIONE DI UN MODELLO DI **PAYING FOR VALUE**

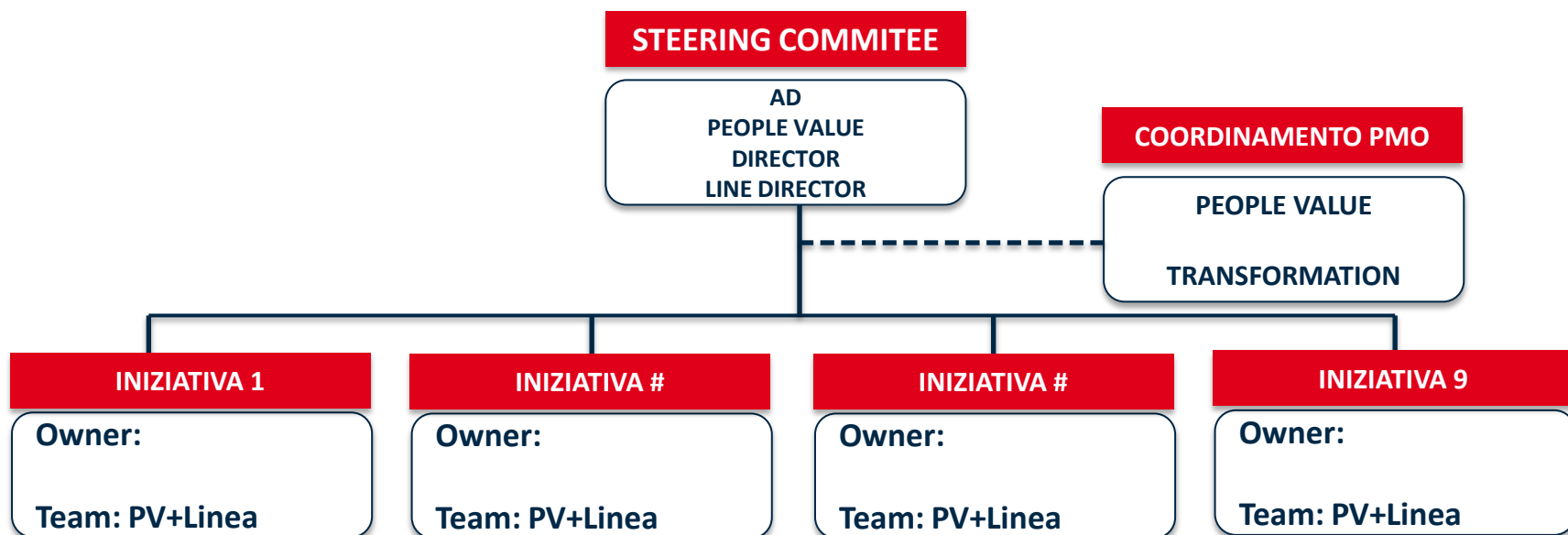
6 IDENTIFICAZIONE E DIFFUSIONE DI UN MODELLO DI **DISEGNO E FUNZIONAMENTO DEI PROCESSI**

7 ATTIVAZIONE DI UN **MODELLO DI GESTIONE** CHE CREI VALORE PER LE PERSONE

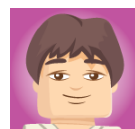
8 SVILUPPO DI UN MODELLO DI **TOTAL REWARDING**

9 SVILUPPO DI UN NUOVO MODELLO DI **PERFORMANCE MANAGEMENT**

Un grande gruppo di trasformazione



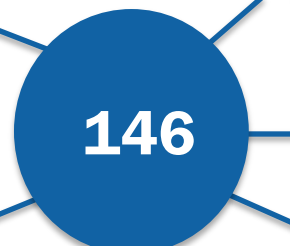
Partecipanti ai cantieri:



100
Uomini



46
Donne



105
HQ



29
Territorio

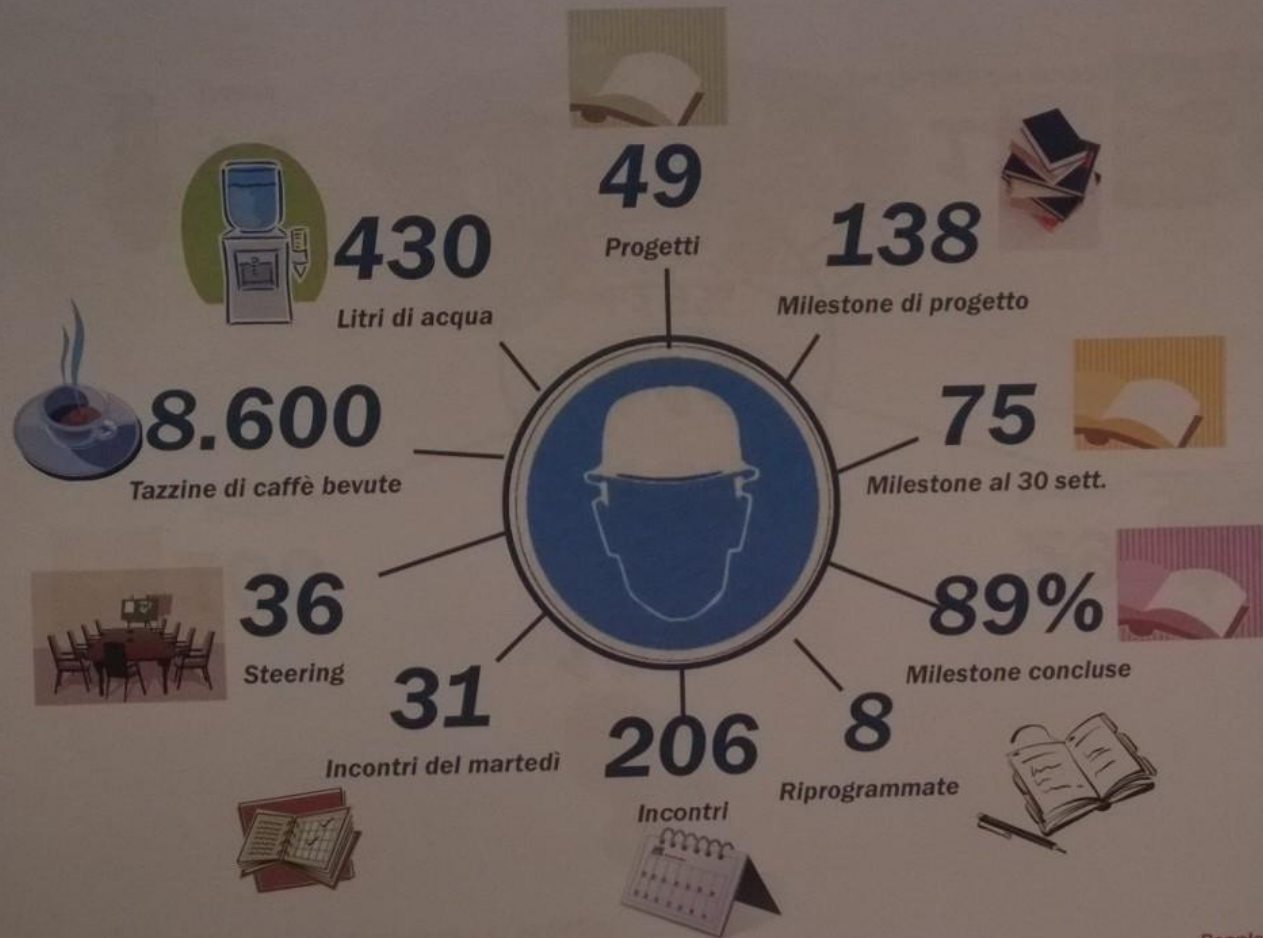


12

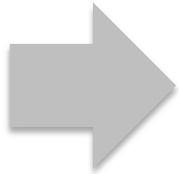
Da Società del gruppo



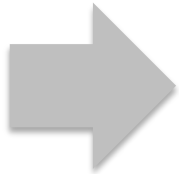
I numeri dei cantieri



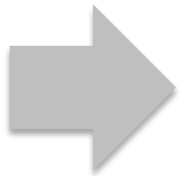
I primi deliverables



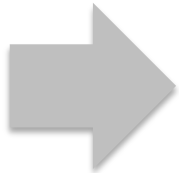
Un nuovo **Modello di Leadership** che apprezza i comportamenti e le competenze distintive di tutte persone del gruppo



Un **Performance Management Multilater** che apprezzi il merito individuale da più viste



Percorso di Sviluppo per la valorizzazione e la crescita delle persone



L'introduzione di una **metodologia unica di disegno, progettazione e funzionamento dei processi**, attraverso l'identificazione di uno standard internazionale (E-TOM)