

Youth in Action

for Sustainable Development Goals



Sustainability Challenge



vodafone



**Valorizzare e comunicare la
sostenibilità: non solo
rendicontazione ma anche
coinvolgimento**

**Sei da solo o in team?
Rispondi alla challenge e vinci
uno stage con Vodafone**

Promosso da

fondazione italiana accenture

Ente Terzo Settore

Il contesto



Elenco degli SDG più rilevanti per il Partner e su cui è eventualmente già impegnata con progettualità ad hoc

- SDG 4- Quality education
- SDG 5 - Gender equality
- SDG 11 - Sustainable cities and communities
- SDG 13 - Climate action

Quali sono gli SDG di riferimento della Sustainability Challenge presentata?

- SDG 7 - Affordable and clean energy
- SDG 8 - Decent work and economic growth
- SDG 12 - Responsible consumption and production
- SDG 13 - Climate action

Specificare da dove nasce la Sustainability Challenge, ovvero qual è il need, il contesto e/o la criticità di partenza.

Oggi clienti e investitori scelgono sempre più prodotti e servizi nel rispetto del benessere delle persone e del pianeta. Dal 2024, infatti, la rendicontazione delle proprie attività e la pubblicazione del bilancio di sostenibilità diventeranno obbligatori per tutte le aziende, indipendentemente dall'essere quotate in borsa o meno, dal numero di dipendenti e dal fatturato.

Vodafone Italia, da oltre 20 anni, pubblica ogni anno il **bilancio di sostenibilità** ([Bilanci di sostenibilità - Vodafone Italia](#)), redatto a partire

dalle tematiche materiali individuate da Vodafone Gruppo nel proprio "Annual Report" "Purpose, sustainability, and responsible business" in [Vodafone 2022 Annual Report](#)

Nonostante questa prospettiva, ancora troppo spesso il bilancio di sostenibilità è visto come un documento per gli "addetti ai lavori", un documento al quale non viene necessariamente riconosciuto il valore aggiunto che esso porta all'azienda, ai suoi dipendenti, clienti e fornitori.

Vorremmo allora pensare a un **progetto integrato, armonico e innovativo** rivolto a tutti gli **stakeholder interni ed esterni** di Vodafone Italia, che abbia l'obiettivo di diffondere, attraverso il maggior numero di canali possibili, i valori, i servizi e le azioni che Vodafone porta avanti ogni giorno e, più nello specifico, di divulgare il suo bilancio di sostenibilità. Vorremmo coinvolgere i dipendenti di Vodafone Italia, i primi portavoce dei valori aziendali, ma anche i suoi clienti, fornitori, partner pubblici e privati.

A quale tipologia di soluzioni è interessato il Partner?

- Progetto armonico, integrato e originale, che attiri e coinvolga attivamente i nostri stakeholder interni ed esterni. Per diffondere il progetto e ingaggiare il target potranno essere attivati diversi canali di comunicazione, elencati sotto.

La Sustainability Challenge



Breve descrizione della Sustainability Challenge che si intende proporre ai partecipanti

Pensare a un progetto armonico e innovativo rivolto a tutti gli stakeholder di Vodafone Italia, che abbia l'obiettivo di diffondere, attraverso il maggior numero di canali possibili, i valori, i servizi e le azioni che Vodafone porta avanti ogni giorno e, più nello specifico, di divulgare il suo bilancio di sostenibilità. Il progetto dovrà coinvolgere tutti, uno o più stakeholder, in maniera attiva e originale:

- **i dipendenti di Vodafone Italia**, per metterli al corrente di tutte quelle attività che le diverse direzioni aziendali pensano quotidianamente per contribuire alla sostenibilità sociale e ambientale; iniziative di cui non sono al corrente perché non di loro competenza così come operazioni che loro stessi eseguono quotidianamente ma che non considerano sotto il contenitore della sostenibilità (es. efficientamento energetico, soluzioni IoT, inclusione lavorativa).

- **i fornitori o potenziali fornitori**, per trasmettere loro l'attenzione che riponiamo in queste tematiche. Il 100% dei nostri fornitori è, infatti, valutato secondo criteri ambientali e firma il "Code of Ethical Purchasing" e le "Clausole di conformità ambientale". Azioni che si inseriscono nel più ampio percorso di Vodafone Italia verso il Net Zero (in particolare, l'azzeramento delle emissioni di tutta la catena di fornitura – Scope 3).

- **i clienti o potenziali clienti (singoli e business)**, perché sono sempre più attenti a scegliere servizi e prodotti green. Da diversi anni, Vodafone offre ai suoi clienti soluzioni attente all'ambiente come le Eco Sim, l'Eco Rating per

valutare gli smartphone più sostenibili o le iniziative dedicate al recupero degli smartphone (Vodafone Smart Change). Anche per i suoi clienti business, Vodafone ha un ventaglio ampio di soluzioni che aiutino le imprese a erogare servizi nel rispetto della salvaguardia ambientale (es. attraverso le soluzioni IoT e la connettività 5G). Oltre ai servizi che offriamo, vogliamo presentare loro gli ambiziosi obiettivi di decarbonizzazione di tutte le emissioni – dirette e indirette – di Vodafone e, quindi, il vantaggio e il valore di avere un fornitore green come Vodafone.

- **Istituzioni, organi, agenzie** per rafforzare il rapporto di Vodafone Italia con gli organismi statali o europei, i comuni o le regioni. Diversi sono i progetti di Vodafone Italia in collaborazioni con la PA o specifici enti regionali. Durante l'emergenza Covid-19, per esempio, Vodafone ha messo a disposizione la piattaforma di Vodafone Analytics alle Regioni Italiane per supportarle a identificare mappe di contagio; collabora con il sistema SNPA delle Agenzie Regionali di Protezione dell'Ambiente sul tema delle emissioni elettromagnetiche dei propri impianti 5G; interviene con la Polizia di Stato per la prevenzione e il contrasto dei crimini informatici; lavora con i comuni di Milano e Genova per la sperimentazione delle potenzialità del 5G.

Con questo progetto vogliamo fornire a tutti gli stakeholder di Vodafone Italia gli strumenti necessari per conoscere e comprendere al meglio la nostra realtà. Il progetto può consistere in una campagna di comunicazione/sensibilizzazione, un evento formativo, un'attività in azienda/sul territorio, ecc. e prevedere un concept di comunicazione/promessa, proposta di comunicazione integrata su diversi canali. L'ingaggio degli stakeholder dovrà essere pensato in maniera originale e stimolante.

La Sustainability Challenge



I canali di comunicazione che possiamo attivare per raggiungere i diversi target sono:

- comunicazione interna (email, workplace, push notification newsletter) per i dipendenti
- push notification e Vodafone Stories sulla My Vodafone App per i clienti Vodafone
- SMS per i clienti Vodafone
- pagina Instagram/Linkedin di Vodafone Italia per tutti gli stakeholder esterni
- ufficio stampa di Vodafone Italia per stakeholder esterni (es. testate giornalistiche, organismi istituzionali)
- [pagina di sostenibilità](#) di Vodafone Italia
- Altro

È valutato positivamente un benchmark preliminare che metta a confronto iniziative simili pensate da aziende operanti nel settore "Telco" o altri settori. Ci interessa comprendere anche eventuali punti di forza e di debolezza, opportunità e ostacoli (SWOT analysis) della soluzione proposta.

Orizzonte temporale per la realizzazione

dell'idea progettuale

- 6 mesi - 1 anno

Geografia e mercati di riferimento per la Sustainability Challenge fornita

- Italia, ma replicabile anche all'estero

Destinatari del brief

- Team (max 3 persone)
- Singoli

Premio messo a disposizione del Partner per la migliore idea progettuale selezionata

Uno stage retribuito in Vodafone della durata minima di 3 mesi. Tutti i membri del team vincitore (max. 3 studenti) avranno la possibilità di partecipare alla selezione. Lo stage sarà riservato solo allo studente che supererà la selezione e partirà in data da definirsi (dopo la pausa estiva).

Per maggiori informazioni sul premio consulta il regolamento

[Clicca qui](#) per il form di partecipazione