



Bilancio di Sostenibilità
2016

Lettera del Presidente

Un detto piuttosto in voga recita:
“**Ci sono due modi per affrontare il cambiamento, subirlo o cavalcarlo**”.

Spronare persone e aziende a mettersi in gioco ricercando l'innovazione è sempre una buona cosa, ma a mio avviso questo motto può far passare l'idea che il cambiamento sia una specie di onda anomala pronta a travolgere chiunque.

Il cambiamento non è qualcosa a cui dover porre rimedio, non è una sventura. Il cambiamento è lo stato naturale delle cose e accade continuamente, senza sosta, da sempre. La cosa migliore che possiamo fare è intercettarlo e capirlo quel cambiamento, così da governarlo e farlo continuamente fruttare, percorrendo una strada nuova per una crescita economica sostenibile, una via che consenta di mantenersi al centro della nuova economia dell'innovazione, fonte di miglioramento continuo.

Solo se considerato da questa prospettiva, il Global Compact e gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'ONU che ci vedono da tempo impegnati, possono apparirci nel loro più compiuto significato. Non sono impegni che le aziende responsabili decidono di assumersi per un po', ma il nuovo modo di fare business dove, nella nuova economia di mercato, tutto è interconnesso e interdipendente.

I principi della sostenibilità umana, sociale e ambientale richiedono che il conseguimento del profitto avvenga nel **rispetto degli interessi** dei vari stakeholders.

leri come oggi, bisogna innanzitutto **essere** utili per poter **fare** utili: infatti tramite la Corporate Shared Value vogliamo proporre una misurazione certificata del nostro impegno che quest'anno si attesta a circa 14 miliardi di euro, quale somma del valore di business e sociale delle nostre attività domestiche.

La presenza e l'operatività di TIM si riconferma essenziale, solidale e calata nel sociale nelle emergenze che hanno colpito il territorio italiano nel 2016. In situazioni di emergenza, garantire le comunicazioni è fondamentale: la collaborazione con la Protezione Civile è stata come sempre strettissima: nuove linee, potenziamento del segnale mobile, wi-fi con accesso gratuito nei principali campi di accoglienza, copertura LTE nelle aree disastrate e potenziamento dei servizi nei diversi centri di coordinamento territoriali sono le azioni che ci hanno visto in prima linea. Inoltre TIM ha messo a disposizione la sua piattaforma di crowdfunding "With You We Do", a favore dell'iniziativa "Un aiuto subito" che ha aiutato ad aumentare la raccolta per le popolazioni colpite dal sisma.

Internamente abbiamo avviato un significativo processo di semplificazione organizzativa con una rinnovata attenzione ai nostri clienti per continuare a guardare il futuro negli occhi, senza paura, affrontando la quarta rivoluzione industriale con entusiasmo e ottimismo. Un ottimismo che nasce dalla fiducia in noi stessi, nei nostri valori, nelle nostre capacità e nelle nostre energie. Perché sono valori, capacità ed energie che vivono nelle comunità che abitiamo, di cui facciamo parte, di cui ci sentiamo responsabili. Ogni giorno con un po' più di consapevolezza.

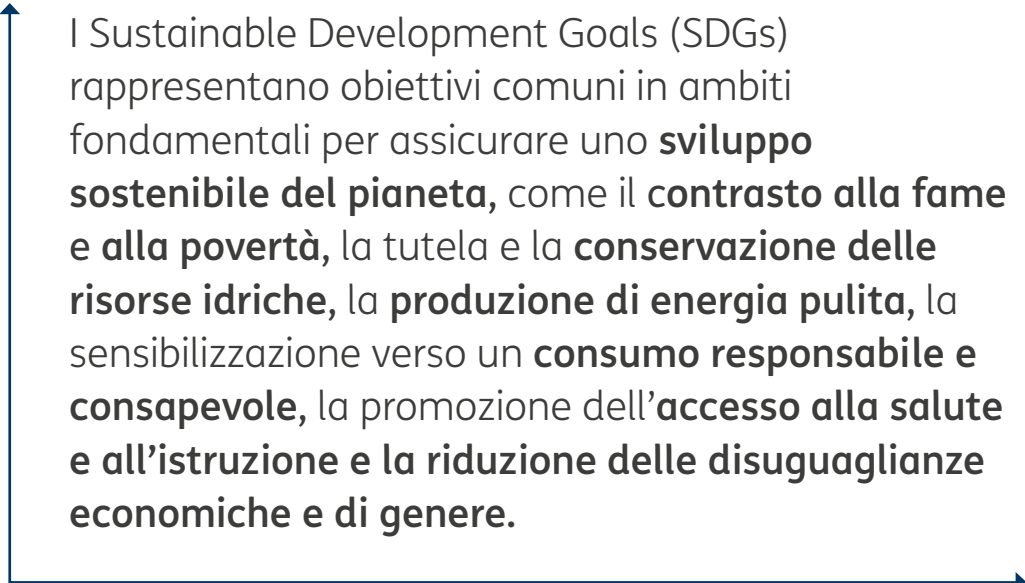
Ogni giorno con più voglia di **continuare a crescere e costruire, insieme, il migliore dei mondi possibili.**

Giuseppe Recchi



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS E I TEMI MATERIALI DI TIM

Il 25 settembre del 2015, a New York, i leader dei governi dei 193 Paesi membri dell'ONU hanno approvato la risoluzione "Trasformare il nostro mondo. L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile", documento programmatico che identifica 17 obiettivi globali (i Sustainable Development Goals), declinati in 169 target di dettaglio, da realizzarsi entro l'anno 2030.



I Sustainable Development Goals (SDGs) rappresentano obiettivi comuni in ambiti fondamentali per assicurare uno **sviluppo sostenibile del pianeta**, come il **contrasto alla fame e alla povertà**, la tutela e la **conservazione delle risorse idriche**, la **produzione di energia pulita**, la sensibilizzazione verso un **consumo responsabile e consapevole**, la promozione dell'**accesso alla salute e all'istruzione e la riduzione delle disuguaglianze economiche e di genere**.

"Obiettivi comuni" significa che tutti i Paesi e tutti gli individui sono chiamati a contribuire, unendo le proprie forze in ottica di collaborazione e di partnership. È quindi richiesto un ruolo attivo anche alle imprese, che con le proprie risorse e competenze possono incidere in maniera fondamentale sul raggiungimento degli obiettivi globali.

L'Agenda 2030 per lo sviluppo sostenibile riconosce che "la diffusione delle tecnologie per l'informazione e la comunicazione e le interconnessioni globali ha un grande potenziale nell'accelerare il progresso, nel superare il 'digital divide' e nello sviluppare la società della conoscenza". Ed è quanto emerge dallo studio "#SystemTransformation", pubblicato nel 2016 da Global e-Sustainability Initiative (GeSI) in partnership con Accenture.

L'analisi ha rivelato che a livello globale tutti i paesi presentano gap significativi al raggiungimento degli SDGs e i progressi ottenuti con gli attuali modelli di business non permetteranno al mondo di raggiungerli nei 15 anni previsti. Servono cambiamenti urgenti, con tassi di sviluppo esponenziali, con al centro le persone. Per questo il settore ICT e le soluzioni digitali sono cruciali: il tasso di diffusione e penetrazione delle soluzioni digitali è fino a 23 volte più veloce degli approcci tradizionali.

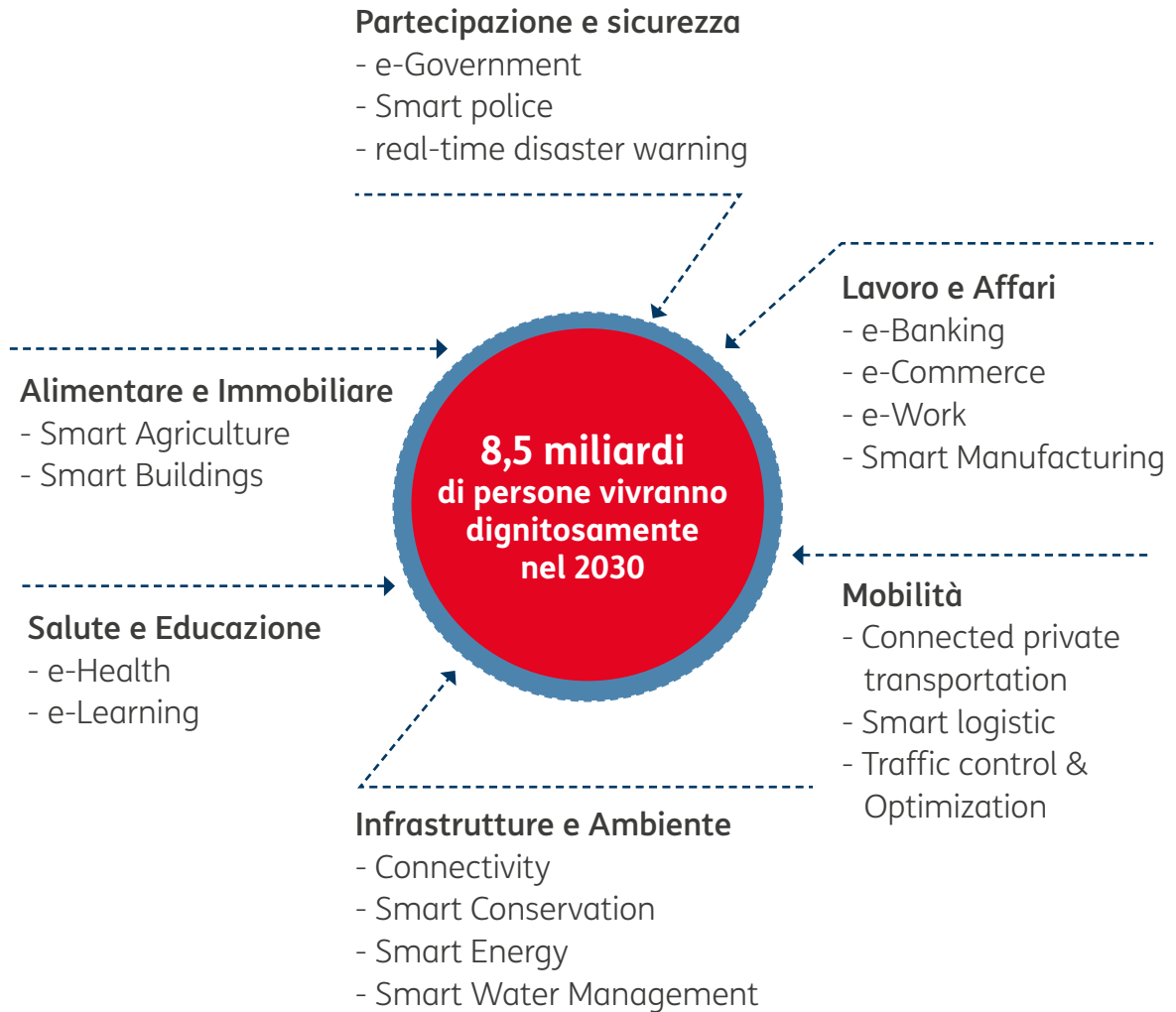
La ricerca ha infatti dimostrato che le soluzioni digitali possono avere un impatto positivo misurabile, sia direttamente sia indirettamente, in tutte e tre le dimensioni dello sviluppo coperte dagli SDG, fra cui esiste una forte correlazione: migliorare la qualità della vita delle persone, promuovere una crescita equa e proteggere l'ambiente.

DIMENSIONI DELLO SVILUPPO E SDGs



Lo studio ha evidenziato anche che il settore ICT è in grado di contribuire al raggiungimento di tutti i 17 SDGs e più della metà dei 169 obiettivi di dettaglio e che solo in partnership con le istituzioni e con gli altri settori dell'economia il potenziale rilevato potrà essere espresso pienamente.

ALCUNE SOLUZIONI DIGITALI UTILI AL RAGGIUNGIMENTO DEGLI SDGs



TIM, consapevole del ruolo che ha il settore dell'ICT per il raggiungimento degli obiettivi fissati per il 2030, ha risposto alla 'call to action' lanciata dalle Nazioni Unite. Nel corso del 2016, la funzione Corporate Shared Value ha avviato un'analisi sul contributo che l'Azienda può fornire per il raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile.

In seguito a tale analisi, sono stati ridefiniti i temi materiali per l'Azienda e per gli stakeholder di riferimento, in funzione dei SDGs più rilevanti per TIM.

Di conseguenza, la matrice di materialità del Gruppo riflette, oltre agli ambiti di impegno prioritari per TIM, anche i SDGs su cui l'Azienda ritiene di poter contribuire in misura maggiore.

Nello specifico i Goals rilevanti per TIM sono:

- n. 4: Istruzione e qualità
- n. 5: Uguaglianza di genere
- n. 8: Lavoro dignitoso e crescita economica
- n. 9: Industria, innovazione e infrastrutture
- n. 11: Città e comunità sostenibili
- n. 12: Consumo e produzione responsabili
- n. 16: Pace, Giustizia e Istituzioni forti

oltre al n. 3 "Buona salute" per gli impatti positivi delle soluzioni di e-health e al n. 13 "Combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze", per l'ineluttabilità e rilevanza del tema a livello mondiale.

In base a queste evidenze, TIM ha avviato una serie di progetti e di iniziative orientati alla creazione di valore condiviso, focalizzati sulle tre aree strategiche di intervento identificate come prioritarie nell'ambito del proprio modello di Corporate Shared Value: Innovazione Sociale, Tutela dell'Ambiente e Cultura Digitale. Attraverso questi progetti TIM crea valore condiviso tra l'Azienda e i propri stakeholder e contribuisce concretamente al raggiungimento dei SDGs di riferimento.

Nell'infografica che segue, i 22 progetti Italia che creano shared value sono ricondotti ai SDGs rilevanti per il Gruppo.



Obbiettivi SDGs	Impegno di TIM	Progetti	Area strategica
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING 	TIM, insieme a partner esterni e con attività di ricerca, come quella del JOL WHITE, offre soluzioni innovative di e-health (ad esempio Nuvola IT Home Doctor, Cassiel 2.0) orientate al miglioramento della sanità italiana e dell'efficacia delle cure sanitarie.	<ul style="list-style-type: none"> Sanità Digitale Sicurezza Digitale - Soluzione NUE 	
4 QUALITY EDUCATION 	TIM promuove diverse iniziative di alfabetizzazione e inclusione digitale nella scuola sostenendo l'innovazione della didattica, leva importante per lo sviluppo sociale e tecnologico del Paese. Il progetto biennale "A scuola di digitale con TIM" in collaborazione con il MIUR coinvolge i docenti delle scuole di ogni ordine e grado in 18 regioni italiane.	<ul style="list-style-type: none"> TIM College Partnership con la scuola e il mondo accademico Programma il Futuro TIM ACADEMY A scuola digitale con TIM 	
5 GENDER EQUALITY 	TIM ritiene che la sostenibilità economica e sociale si basi su azioni che promuovano l'inclusività di genere e tra queste ha realizzato 20 asili nido aziendali e 1 scuola materna per un valore sociale di oltre 1,3 milioni di euro ; #TIMgirlsHackathon per contribuire a colmare i gap di genere nell'ambito della cultura scientifica, per un valore sociale di 260.000 euro .	<ul style="list-style-type: none"> TIMGIRSLHACKATHON Asili Nido 	
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH 	TIM contribuisce a produrre l'1% del valore aggiunto del PIL italiano con un impatto occupazionale di circa 106mila posti di lavoro diretti e indiretti, con un valore sociale di 8.311 milioni di euro. TIM sostiene la crescita economica attraverso TIM #WCAP Accelerator con più di 9 mila progetti di innovazione digitale raccolti, 294 startup supportate e attraverso TIM Venture con 2,4 milioni di euro investiti nelle migliori startup che hanno sviluppato 2,5 milioni di euro di fatturato e raccolto 7 milioni di euro in capitale di rischio.	<ul style="list-style-type: none"> Impatto occupazionale TIM #Wcap e TIM Ventures 	
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE 	Attraverso la Digitalizzazione del Paese , TIM ha generato, nel 2016, circa 4,1 miliardi di euro in Business Value e quasi 2,8 miliardi di euro di valore sociale, con oltre 26.000 posti di lavoro attivabili grazie alla costruzione e al deployment della rete UltraBB. Con i JOL crea un proficuo modello collaborativo di Open Innovation tra università e industria generando quasi 700.000 euro di valore sociale .	<ul style="list-style-type: none"> Digitalizzazione del Paese Brevetti JOL WithYouWeDo 	
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES 	TIM integra l'offerta di connettività BB e UBB fissa e mobile con soluzioni innovative per città e comunità più sostenibili, sicure, efficienti, assicurando la business continuity nelle emergenze. Con lo smartworking TIM ha coinvolto 9.000 impiegati con un risparmio di 250.000 euro per costi sociali evitati, 7,5 milioni di Km non percorsi (pari a 1.000 Ton di emissioni risparmiate).	<ul style="list-style-type: none"> SMARTWORKING (Le persone di TIM) Smart Services Infomobilità e Smart City 	
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION 	Tramite l' efficienza energetica TIM riduce i propri impatti ambientali e propone soluzioni tecnologiche per ottimizzare i consumi di privati, imprese e PA. Nel 2016, sono stati misurati 80 milioni di euro di valore condiviso per l'ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> Efficienza energetica 	
13 CLIMATE ACTION 	Studi del GeSI dimostrano che le soluzioni ICT possono ridurre del 20% le emissioni globali al 2030. Con il Programma Digital Life , un insieme di soluzioni per la sicurezza, l'ambiente e la gestione ottimale dell'energia, TIM promuove un modello di Smart City a basso impatto ambientale, permettendo un risparmio energetico di oltre il 50%.	<ul style="list-style-type: none"> Programma Digital Life TIM Soluzioni Olivetti 	
16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS 	Attraverso l'iniziativa Joint Audit Cooperation (JAC) , di cui TIM è partner promotore dal 2009, nel 2016 si sono condotti 69 audit in impianti produttivi di fornitori e subfornitori in Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell'Est per verificarne il livello di sostenibilità e il rispetto dei diritti umani.	<ul style="list-style-type: none"> www.jac-initiative.com 	

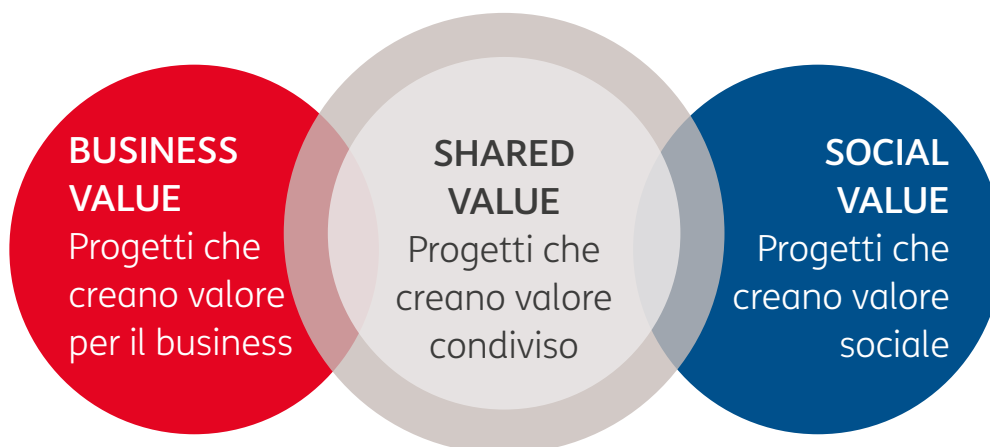
TIM CORPORATE SHARED VALUE MODEL

Le imprese sono sempre più consapevoli dell'importanza della Corporate Social Responsibility come leva strategica per il loro successo di lungo periodo. Negli ultimi anni, l'esigenza che si avverte è quella di avvicinare e di integrare la responsabilità sociale nelle attività di business, in modo da valorizzarla come opportunità di creazione di valore, non solo per la società, ma anche per il business stesso.

Allo stesso tempo, è anche necessario disporre di strumenti che consentano agli stakeholder, compresi gli azionisti, di percepire il contributo che la sostenibilità può dare sia ai risultati economici aziendali sia alla comunità in termini di valore sociale e di tutela delle risorse naturali.

In tale contesto, negli ultimi anni, le best practice hanno evidenziato un processo evolutivo verso il concetto di Corporate Shared Value. Il punto di arrivo di questo processo è l'integrazione dell'approccio di sostenibilità convenzionalmente adottato dalle imprese all'interno dell'intera strategia aziendale, rendendolo veicolo per la creazione di valore economico e sociale.

Da un paio di anni TIM ha intrapreso proprio questo percorso per indirizzare le scelte strategiche aziendali e misurarne le performance finanziarie e non finanziarie al fine di rispondere alle richieste legittime degli stakeholder.



Per completare il passaggio al Valore Condiviso intrapreso nel 2014, nel corso di quest'ultimo anno la funzione CSV di TIM ha voluto verificare la maturità del proprio sistema di misurazione, al fine di permettere agli stakeholder di Gruppo di andare oltre i dati numerici e poter valutare l'affidamento delle informazioni fornite.

IL MODELLO DI CORPORATE SHARED VALUE DEL GRUPPO

TIM ha definito un modello di CSV (TIM Corporate Shared Value Model) che, a partire dall'analisi dei principali bisogni del Paese (Social Need) e dagli obiettivi posti dall'Agenda Digitale, ha identificato le aree di intervento in grado di dare una risposta a tali bisogni, attraverso tecnologie, competenze e specifiche progettualità. Le aree individuate sono:

- Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale: generato 13,912 milioni di euro di Economic Shared Value nel 2016;
- Tutela dell'ambiente: generato 83 milioni di euro di Economic Shared Value nel 2016;
- Cultura digitale: generato 16 milioni di euro di Economic Shared Value nel 2016;

Oltre alle attività dedicate ai dipendenti (Le persone di TIM) che hanno generato 1 milione di euro di Economic Shared Value nel 2016.

L'Economic Shared Value totale generato nel 2016 è stato pari a 14,012 milioni di euro.

Nel corso del 2016, oltre ad aumentare la gamma di indicatori per misurare e rendicontare rischi e prestazioni aziendali per consentire di prendere decisioni più consapevoli, internamente ed esternamente TIM ha deciso di validare il proprio sistema di reporting e di misurazione CSV sottoponendo il TIM Shared Value Model a verifica da parte di PwC, revisore del Gruppo. Per porre PwC nelle condizioni di svolgere le proprie valutazioni con riferimento al modello di misurazione CSV, è stato predisposto un documento che ne descrive il processo, il metodo e le logiche quantitative che sottendono alla misurazione del CSV.

Con tale riferimento, quindi, PwC ha potuto sviluppare la verifica sulle 3 aree che compongono il modello di CSV sopra definite che sono esaminate su sei dimensioni chiave:

- certezza della misurazione, (in che misura il modello di calcolo del CSV include elementi quantitativi che dipendono da stime, benchmark, dati statistici che possono influenzare il risultato della misurazione);
- reporting framework (in che misura gli indicatori utilizzati nel modello di CSV sono riconducibili a reporting framework noti, diversi dalla metodologia specifica sviluppata internamente per la valorizzazione dei risultati);
- integrità dell'informazione (in che misura i dati e le informazioni utilizzati per il calcolo del CSV sono ottenuti da processi e sistemi stabili e dotati di presidi di controllo);
- consistenza (in che misura il modello di calcolo del CSV su progetti pluriennali e su progetti della stessa natura è applicato in modo coerente negli esercizi e in che misura eventuali modifiche sono oggetto di *disclosure* sull'avvenuto *restatement* dei risultati);
- coerenza degli indicatori di performance (in che misura il modello di CSV valorizza elementi che sono coerenti con quelli utilizzati dal management per la gestione e l'indirizzo del business);
- validazione esterna (in che misura il modello di CSV attinge a dati e informazioni che sono oggetto di verifica esterna su altri ambiti gestionali).

Tale metodologia, innovativa, consente una gradazione delle valutazioni risultanti dalle attività di verifica condotte sulle diverse dimensioni, i cui risultati sono presentati in modo qualitativo per ciascuna di esse, fornendo ai destinatari informazioni utili a comprendere la maturità del modello di reporting e la sua evoluzione, o miglioramento, nel tempo. Essa, inoltre, fornisce tutti gli elementi utili a far sì che il revisore possa concludere circa il rispetto del modello di misurazione del CSV sviluppato da TIM.

Le conclusioni dell'attività di verifica da parte di PwC sono riportate nella Relazione emessa e allegata al presente rapporto.

Si specifica che, dal calcolo dell'Economic Shared Value, sono stati esclusi i KPI, riportati di seguito nelle schede dei progetti misurati, comuni a più progetti e il social value del progetto Numero Unico Europeo 112.



Progetto: DIGITALIZZAZIONE DEL PAESE

Social Need: ICT innovative e sicure

Business Value: oltre 4.000 milioni di euro

Social Value:

- 2.796 milioni di euro come contributo al PIL Italia 2016, derivante dagli investimenti nella costruzione e nel deployment della rete ultrabroadband fissa e mobile
- 26.477 posti di lavoro attivabili grazie alla costruzione e al deployment della rete ultrabroadband fissa e mobile

Scenario

Coerentemente con gli obiettivi fissati dall'Agenda Digitale 2020 e la Strategia della Banda Ultra Larga del Governo, il Piano investimenti di TIM è fortemente orientato a garantire la copertura del servizio a banda ultralarga fissa e mobile alla più ampia parte della popolazione italiana, riducendo il gap che ancora la separa dai paesi europei più evoluti, offrendo velocità di connessione sempre più elevate e sfruttando l'evoluzione della tecnologia.

Nel corso dell'anno è entrata a pieno regime la nuova Direzione Wholesale di TIM, con una modifica organizzativa che ha dato avvio alla realizzazione del Nuovo Modello di Equivalence. L'obiettivo è rafforzare ulteriormente le garanzie di parità di trattamento tra le direzioni commerciali retail di TIM e gli altri operatori, in una logica di efficienza, autonomia, qualità e trasparenza delle attività legate all'infrastruttura di accesso.

Alla base della strategia, una infrastruttura di rete di eccellenza, la cui realizzazione vedrà un'ulteriore accelerazione nell'arco di Piano. In particolare, gli investimenti previsti in Italia, dedicati all'accelerazione dello sviluppo delle reti ultra broadband, saranno pari a circa 5 miliardi. Il piano investimenti di TIM non riguarda solo i comuni che hanno sicuro ritorno economico, ma anche le aree territoriali più disagiate.

A fine 2019, TIM prevede di aumentare la copertura del Paese con reti di nuova generazione raggiungendo oltre il 99% della popolazione con la rete mobile LTE (4G) e il 95% della popolazione con la fibra ottica; in particolare, a fine Piano saranno 50 le maggiori città con connessione fino a 1Gbit. TIM si conferma così leader indiscusso nello sviluppo infrastrutturale e nella digitalizzazione del Paese, completando in autonomia e in poco tempo la copertura in banda ultralarga dell'Italia, grazie ad una combinazione di nuove tecnologie fisse e wireless che permetteranno, rispetto al passato, maggior efficienza e riduzione dei costi sfruttando al massimo il riutilizzo delle infrastrutture di sua proprietà.

La maggiore copertura favorirà una sempre crescente penetrazione dei clienti ultrabroadband, grazie anche alle numerose partnership strategiche con i maggiori Media Player sul mercato nazionale (SKY, MEDIASET, NETFLIX) per il servizio PayTV.

In ambito fisso, oltre all'espansione ed alla accelerazione delle soluzioni FTTx, TIM ha previsto l'introduzione capillare di nuove tecnologie di accesso che consentono di incrementare la velocità della connessione per ogni cliente che utilizza accessi FTTCab, arrivando a supportare offerte fino a 300 Mbit/s (tramite la tecnologia eVDSL).

In ambito mobile, sono inoltre previsti sviluppi della soluzione di Three Carrier Aggregation, con velocità fino a 300 Mbps e della voce nativa su rete LTE, grazie all'implementazione del "VoLTE" (Voice Over LTE). Si sta inoltre lavorando su nuove soluzioni che arricchiscano



la attuale “user experience” 4G che consentiranno di aumentare la qualità del servizio per gestire l’aumento del traffico e soddisfare le esigenze del cliente “everywhere and anytime”. Si prevede inoltre di coprire tramite small cell, aree di particolare interesse commerciali quali ospedali, stadi, centri turistici, stazioni, TAV e gallerie.

Il nuovo Piano 2017-’19 rafforza anche il processo di trasformazione strutturale della Rete. Gli investimenti innovativi e quelli dedicati al Decommissioning e alla Network Modernization agiranno sulle architetture di rete e sul modello operativo rendendo la rete più moderna, più capace (in termini di copertura ultrabroadband e intensità di traffico gestibile), e più efficiente nella gestione operativa (risparmi rilevanti lato energy, maintenance e delivery/assurance). L’incremento atteso in termini di clienti sarà supportato dalle offerte bundle (fisso\mobile, voce\dati\video) che premieranno l’utilizzo di internet da differenti device (PC, TV, Smartphone, Tablet) favorendo al contempo la sostituzione dei vecchi terminali con quelli di nuova generazione.

Il nuovo Piano 2017-19 rafforzerà quindi il processo di miglioramento della copertura e della qualità totale della Rete di TIM.



Progetto: IMPATTO OCCUPAZIONALE

Social Need: benessere economico

Social Value:

- 8.311 milioni di euro
- circa 106mila posti di lavoro diretti e indiretti

Scenario

Il mercato del lavoro è entrato in quella che i tecnici del settore non esitano a chiamare “quarta rivoluzione industriale”, ossia un insieme di trasformazioni che grazie alla robotica, all’intelligenza artificiale, alle nanotecnologie, alla stampa 3D, alla genetica e alle biotecnologie stanno modificando non solo il modello del business, ma anche il numero e le modalità di utilizzo della forza lavoro. Meno uomini e più macchine, macchine capaci di gestire autonomamente quasi l’intera filiera produttiva, sembra essere la strada intrapresa dall’industria mondiale.

Sono almeno tre i settori industriali in cui l’advanced manufacturing si va rivelando come una potente leva di ri-localizzazione di posti di lavoro: quello della nuova industria delle piattaforme smart di comunicazione, delle tecnologie informatiche, della robotica, delle biotecnologie, dei prodotti sanitari, dei nuovi materiali, delle nanotecnologie; quello della grande manifattura “strategica” che non si delocalizza mai: l’industria tecnologica della difesa, ad esempio, o dell’aerospaziale; quello dei servizi innovativi, in ogni settore in cui si esprime una domanda di prodotti nuovi: dalla sicurezza all’ambiente, all’intrattenimento, al marketing e alla finanza. Ed è proprio nell’area dei servizi innovativi che si colloca TIM, che rappresenta ad oggi, soprattutto per la realtà italiana, l’operatore di riferimento nel viaggio dell’innovazione e della digitalizzazione, dal momento che ha avviato quel processo di trasformazione tecnologica e dei processi organizzativi interni. Questa trasformazione condiziona non soltanto l’Azienda ma tutto l’indotto che ad essa fa riferimento.

Fra propri dipendenti e collaboratori dei propri fornitori, il Gruppo impiega in Italia oltre 100.000 persone.



Progetto: TIM VENTURES

Social Need: benessere economico - Innovazione Digitale

Business Value:

- 14 startup in portafoglio
- Fra i primi 40 più attivi investitori Corporate Venture Capital a livello globale nel 2015
- 7° posto tra le 25 aziende europee, unica italiana, che “dialogano” meglio con le startup

Social Value:

- euro 2,4 milioni investiti
- + euro 2,5 milioni il valore della produzione delle partecipate TIM Ventures
- + euro 7 milioni i capitali di rischio complessivamente accolti dalle partecipate TIM Ventures
- 87 i dipendenti delle partecipate TIM Ventures

Scenario

TIM Ventures, il corporate venture capital di TIM, è uno degli strumenti tramite cui TIM fa Open Innovation, fattore distintivo per l'innovazione digitale.

Il business e le sue regole del gioco cambiano a ritmi velocissimi. I prodotti e i servizi necessitano di continua ricerca. Il talento e le competenze si muovono.

E' quindi sempre più fattore critico di successo per un'azienda innovare. E in un contesto dinamico e digitale come quello in cui opera TIM, l'innovazione è necessariamente operata utilizzando non solo le risorse interne, i laboratori, i propri reparti R&D, ma anche rivolgendosi all'esterno, in ottica di "Open Innovation", un'espressione coniata nel 2003 dall'economista statunitense Henry Chesbrough, che dirige il Garwood Center for Corporate Innovation della Haas School of Business dell'Università della California Berkeley e che sul tema ha scritto numerosi libri.

L'innovazione di TIM passa anche tramite l'Open Innovation imprenditoriale. L'investimento in startup digitali in sinergia con la business strategy di TIM ha l'obiettivo di innestare e promuovere un circolo virtuoso mutuamente profittevole, in cui, da un lato, TIM si propone di cogliere le migliori innovazioni di prodotto e di servizio ottimizzando il time-to-market dell'innovazione, dall'altro, la startup trova in TIM un soggetto capace di sostenerne lo sviluppo e di proporsi come partner e riferimento industriale.

TIM Ventures è il corporate venture capital di TIM, che seleziona e supporta investendo direttamente nel capitale di rischio delle migliori startup digitali che operano in linea con la business strategy di Gruppo. TIM Ventures è attualmente specializzata ad investire nelle prime fasi di attività e sviluppo delle startup, effettuando investimenti di minoranza, cosiddetti “seed investment” e “early stage investment”.

TIM Ventures fa parte di un ampio network, rappresentato da TIM#Wcap – l'acceleratore d'impresa di TIM – e dai maggiori player della VC industry italiana ed europea.

“ TIM Ventures ha un ruolo importante nel sostenere le migliori startup, in ottica di Business e di Social Responsibility, per innovare e contribuire in maniera rilevante alla competitività economica e allo sviluppo sociale del paese”. – Con TIM Ventures, TIM è stata la prima in Italia ad avviare nel 2014 un programma di corporate venture capital, contribuendo a rendere più dinamico l'ecosistema dell'innovazione italiano ed europeo.



Progetto: TIM WCAP ACCELERATOR

Social need: benessere economico - Innovazione Digitale

Social Value:

- 6,6 milioni di euro assegnati alle startup.
- Oltre 4.000 mq dedicati all'innovazione con gli acceleratori di Milano, Bologna, Roma e Catania.
- Più di 9.000 progetti raccolti.
- 294 startup supportate.
- 12 startup accelerate da TIM #Wcap sono state oggetto d'investimento da parte di TIM Ventures.

Scenario

Il mercato e i modelli economici cambiano a ritmi velocissimi. Sono queste le premesse dell'Open Innovation, un'espressione coniata nel 2003 dall'economista statunitense Henry Chesbrough, che dirige il Center of the Open Innovation della Haas School of Business e che sul tema ha scritto vari libri.

Il paradigma elaborato dallo studioso americano prevede che le aziende facciano innovazione utilizzando non solo le risorse interne, i laboratori, i propri reparti R&D, ma anche rivolgendosi all'esterno. La sua visione ha avuto un'ampia accoglienza in tutto il mondo e anche nel nostro Paese le grandi società, così come le piccole e medie imprese, invece di concentrare tutti i loro sforzi innovativi all'interno, guardano anche a quanto si pensa e si realizza fuori dai loro uffici.

TIM è stata tra le prime aziende italiane ad adottare questo nuovo approccio attraverso una serie di iniziative: tra queste Working Capital, oggi TIM #Wcap Accelerator.

TIM #Wcap è l'acceleratore d'impresa di TIM che ogni anno seleziona, accelera e finanzia startup digitali.

Il progetto è partito nel 2009, con l'obiettivo di incentivare lo sviluppo digitale del Paese tramite il finanziamento di idee innovative. Nel tempo si è strutturato diventando uno dei più significativi programmi nel campo dell'innovazione digitale italiana. Nel 2013 è stata avviata l'apertura di 4 acceleratori per accogliere le startup periodicamente selezionate con una Call for Ideas.

Progressivamente, la mission si è evoluta nella direzione di individuare startup in linea con la strategia industriale del Gruppo per integrare le soluzioni da loro sviluppate nella catena del valore aziendale, con conseguenti benefici sia per TIM che per le giovani imprese che, diventando fornitori di TIM, hanno l'opportunità di crescere e consolidarsi. Oggi sono oltre 50 attività di collaborazione tra le startup e l'azienda.



Progetto: NUMERO UNICO EUROPEO 112

Social Need: benessere economico - Infrastrutture IT innovative e sicure

Business Value: € 7,72 Mni

Social Value: € 24,34 Mdi Costo anno sociale dell'incidentabilità stradale evitati (fonte Ministero delle Infrastrutture e Trasporti valorizzazione anno 2013)

Scenario

Il Numero Unico di Emergenza 112, introdotto dalla Direttiva Europea 2002/22/EC del 7 marzo 2002, è il numero per contattare i servizi di emergenza nell'Unione Europea. Componendo il 112, gratuitamente sia da rete fissa che mobile, il cittadino entra in contatto con una centrale operativa in grado di smistare la richiesta al servizio di soccorso pertinente. Il servizio è attivo in tutti i 28 paesi membri, anche se in alcuni paesi il servizio non copre ancora tutto il territorio nazionale.

Nel nostro Paese infatti, la sperimentazione del Numero Unico è partita nel 2010 a Varese per poi essere estesa, nel 2015, a tutta la Lombardia, insistendo su un bacino di raccolta pari a quasi 10 milioni di persone residenti.

Nel 2016, in occasione del Giubileo, è stata disposta l'attivazione del NUE 112 in Roma e provincia, insistendo su un bacino di raccolta pari ad oltre 4 milioni di persone residenti. Il piano di copertura nazionale prevede che sia attivato il servizio entro il primo semestre 2017 nelle regioni del Piemonte e Val d'Aosta, Liguria, Friuli Venezia Giulia, Trentino Alto Adige e la Sicilia orientale.

Migliorare la gestione dei servizi di emergenza (112, 113, 115 e 118), fornendo, in particolare, alla Centrale Unica di Risposta sia l'identità del chiamante che l'Operatore di Rete da cui è partita la chiamata, in modo da garantire il servizio di geolocalizzazione del chiamante.

TIM collabora, in primis, con il Ministero dell'Interno, la Polizia, i Carabinieri, i Vigili del Fuoco, le Regioni e le Aziende Sanitarie Locali per:

- Creazione di specifici Call Center NUE112 su cui vengono dirette le chiamate 112-113-115-118 del distretto di competenza
- Nelle sale operative NUE112, si effettuano le operazioni di Call Taking, Geolocalizzazione del Chiamante, Filtraggio Chiamate Improprie, Compilazione Scheda Contatto e inoltro in fonia e dati della chiamata alla Centrale Operativa di Il Livello piu' competente (PSAP2, Public Safety Answering Point di livello 2), per natura dell'emergenza e collocazione geografica dell'evento

I principali Benefici Attesi possono essere ricondotti a:

- Filtraggio chiamate improprie (scherzi, abbandoni, errori, ...) e quindi un minor carico di lavoro improprio degli operatori specialistici dei PSAP2 e loro concentrazione sulla gestione specifica dell'emergenza
- Miglior coordinamento tra le Forze di Pubblica Sicurezza poichè il SW del NUE112 è configurato con il Piano Coordinato di Controllo del Territorio (PCCT), definito dal Prefetto su ogni territorio, che consente di inviare l'emergenza di Pubblica Sicurezza al punto di risposta (Comando Provinciale CC / Comando Compagnia CC / Questura PdS



/ Commissariato PdS) piu' competente in quel luogo ed in quel momento (i PCCT sono spesso tempovarianti)

- Contribuire in maniera importante all'obiettivo del PNSS 2020 (Piano Nazionale della Sicurezza Stradale) per conseguire l'obiettivo generale di dimezzare il numero dei decessi sulle strade al 2020



Progetto: BREVETTI 2016

Social Need: ricerca e innovazione per le imprese

Business Value: oltre 2 milioni di euro

Social Value:

- oltre 540.000 euro
- 2° posto in Europa e 6° nel mondo fra aziende di telecomunicazione per numero di brevetti sviluppati in ambito mobile.

Scenario

La storia dell'evoluzione dell'uomo è un susseguirsi di scoperte e invenzioni, nate dalla genialità di alcuni, che sono diventate patrimonio di tutti. Dal punto di vista di una singola impresa, i brevetti sono uno strumento commerciale per proteggere i propri investimenti in ricerca e innovazione e per acquisire risorse economiche supplementari attraverso la gestione economica dei diritti di uso, dopo che il brevetto è stato concesso. In pratica, un brevetto determina un concreto arricchimento di un'azienda, oltre che accrescerne la posizione di forza sul mercato.

Tuttavia i brevetti rappresentano un patrimonio importante per un intero sistema Paese. Questo essenzialmente per due motivi:

- la brevettazione promuove una più ampia diffusione del sapere attraverso la pubblicazione;
- la brevettazione aiuta le imprese a monetizzare le loro innovazioni e a crescere.

La standardizzazione tecnica nel settore ICT è una sintesi chiara dei due fenomeni appena esposti.

Il progetto brevetti rappresenta per TIM un'attività continuativa che si articola in numerosi processi, che coinvolgono diverse funzioni aziendali, avvalendosi spesso, di collaborazioni con i maggiori poli universitari italiani (206 sono i brevetti depositati/concessi nati dalla collaborazione con università e istituti di ricerca), offrendo quindi stimolo alla produzione brevettuale anche in ambito nazionale.

A fine 2016 il portafoglio brevetti del Gruppo si è arricchito di 26 nuovi depositi e parecchie decine di ulteriori proposte in sede di valutazione, rafforzando un trend in crescita negli ultimi 3 anni. Le aree di brevettazione riguardano l'intero comparto ICT con punte di eccellenza nel comparto mobile.

Dal 2014 è stato inoltre avviato un nuovo processo di valorizzazione del portafoglio brevetti negli Standard, partendo dalla consapevolezza che l'attività di brevettazione e quella normativa possano interagire in sinergia generando valore sia alla collettività, grazie all'incremento del patrimonio di conoscenza, sia alle società detentrici dei brevetti. Grazie a tale processo ad oggi 14 brevetti risultano essere componenti essenziali di tecnologie standard.

Per fare innovazione TIM utilizza vari strumenti che fanno sinergia fra loro, con l'obiettivo di trasformare idee innovative in realtà.

Un caso di successo derivante dalla convergenza fra JOL, Brevetti, Star up e Spinoff è "Spin-up", che rappresenta un nuovo modello innovativo e sinergico di cooperazione tra industria ed accademia, generato da un accordo Tra TIM e la start up MovePlus, spinoff del Politecnico



TIM

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2016

DIGITALIZZAZIONE, CONNETTIVITÀ E
INNOVAZIONE SOCIALE

di Torino. L'accordo prevede la concessione a MovePlus di una licenza d'uso di un brevetto sviluppato e depositato nel 2014 dal Tim Jol Swarm di Torino, in collaborazione con le persone di MovePlus, in cambio di una partecipazione societaria.



Progetto: WithYouWeDo

Social Need: benessere economico

Business Value:

- Circa 260 uscite stampa
- Circa 500.000 page views

Social Value: 2,45 milioni euro

Scenario

WithYouWeDo (<http://withyouwedo.telecomitalia.com/>) è la piattaforma di crowdfunding di TIM che mette a disposizione uno strumento digitale, innovativo, facile ed efficace per le raccolte fondi promosse da singoli cittadini, imprese, istituzioni del mondo profit e no-profit che vogliono sviluppare un progetto digitale negli ambiti dell'innovazione sociale, della cultura digitale e della tutela ambientale.

Offre alcuni vantaggi tangibili rispetto alle altre piattaforme di crowdfunding già presenti sul mercato, tra cui l'assenza di costi per l'utilizzo della piattaforma e l'estrema convenienza delle commissioni per le transazioni applicate dai sistemi di pagamento. Per partecipare basta effettuare la registrazione al portale e caricare il proprio progetto. Il team di WithYouWeDo, composto di esperti dell'Azienda e specialisti di piattaforme di crowdfunding, verifica e seleziona quelli ritenuti più idonei per ciascuna delle aree proposte (Innovazione Sociale, Ambiente, Cultura Digitale). I progetti selezionati vengono quindi pubblicati online per una durata variabile di tempo, durante il quale si possono reperire i finanziamenti offerti dai donatori interessati. L'Azienda garantisce un forte supporto di comunicazione e visibilità alle iniziative, anche attraverso l'engagement delle numerose community di riferimento e iniziative speciali dedicate.

Per donare è sufficiente registrarsi sulla piattaforma fornendo la propria mail e una password, o utilizzando il proprio account Facebook, Google o LinkedIn. Le donazioni possono partire da 2 euro e raggiungere una soglia massima di 5.000 euro.

Nel corso del 2016, WithYouWeDo ha inoltre contribuito alla realizzazione di unaiutosubito.org, la piattaforma di crowdfunding dedicata alla raccolta fondi in favore delle vittime del terremoto che ha colpito il Centro Italia più volte a partire dal 24 agosto. Ideata in collaborazione con Corriere della Sera, TgLa7 e Starteed, la piattaforma unaiutosubito.org ha reso possibile sostenere le vittime del terremoto anche con la carta di credito in modo facile, veloce e sicuro. L'iniziativa ha riscosso un enorme successo, stabilendo il record mondiale per le raccolte di crowdfunding in favore delle vittime di un terremoto, e ha permesso nel corso dell'anno di consegnare alla popolazione di Arquata del Tronto una nuova scuola e di inaugurare i lavori per la costruzione di una mensa scolastica e cittadina e un villaggio del cibo ad Amatrice. Ulteriori progetti verranno realizzati nel 2017.



Progetto: JOINT OPEN LAB (JOL)

Social Need: Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale

Social Value: 575.000 euro

Coinvolti:

- 5 atenei italiani di eccellenza; 8 laboratori di ricerca applicata e di innovazione; 100 giovani, tra tesisti, assegnisti, dottorandi
- Oltre 1,5 milioni euro di finanziamenti a TIM da progetti europei e nazionali
- Circa 200.000 euro di finanziamenti da parte di TIM all'ecosistema universitario

Scenario

Il ruolo dell'innovazione diventa sempre più cruciale nelle dinamiche di crescita, di performance e di rinnovamento sostenibile di una azienda, in termini di trasferimento di tecnologie avanzate verso il mercato, di miglioramento sistematico del prodotto e del servizio, del cambiamento radicale di un business e delle sue regole del gioco. I fattori distintivi della competitività, soprattutto in periodi di crisi finanziaria e industriale, sono sempre più legati a quanto una azienda sia capace di innovare ed investire in innovazione. In questo nuovo contesto i Joint Open Lab ricoprono un ruolo chiave. Con il modello di "company on campus" incoraggiano una naturale osmosi tra mondo accademico ed industriale, in cui la co-progettazione ed il co-sviluppo delle soluzioni innovative diventano non il semplice risultato di un processo ma la sua fondamentale ragione di esistere.

Nel 2013, anno di nascita dei JOL, TIM ha lanciato l'innovativo modello di cooperazione, promuovendo la realizzazione di diversi JOL distribuiti sul territorio nazionale e localizzati all'interno delle università italiane.

In questo contesto le università svolgono un ruolo di terza missione, per favorire l'applicazione diretta, la valorizzazione e l'impiego della conoscenza e per contribuire allo sviluppo sociale, culturale ed economico della società.

Con i JOL, TIM è stata anticipatrice del paradigma della Open Innovation, in cui le nuove idee possano provenire da molteplici fonti, non sempre interne ai perimetri organizzativi classici. Una contaminazione diretta e continuativa, con un ecosistema allargato di attori, incoraggia una apertura del processo di creazione del valore che diventa veicolo indispensabile per sviluppare una intra-prenditorialità, che genera nuove opportunità per l'Azienda.

L'impronta multidisciplinare nelle partnership ha favorito, inoltre, un travaso di conoscenze e approcci al lavoro capaci di caratterizzare le nuove idee di business. Grazie ai risultati ottenuti, alla partecipazione e al coinvolgimento dell'ecosistema creato, il progetto JOL è stato rinnovato anche per il 2017. Ogni JOL svolge attività di ricerca e realizza progetti su temi specifici.

JOL di Torino: intelligenza distribuita e Internet of Things, ovvero come gli oggetti, le persone, i dati e i luoghi interagiscono fra loro grazie alle nuove tecnologie, Visual Intelligence, come i robot sfruttano le funzionalità di rete per interagire con l'essere umano, Realtà Aumentata e sviluppo di applicazioni per il mobile.

JOL di Milano: Smart Space, ovvero sul nuovo modo di interagire con gli spazi che ci circondano

JOL di Trento: Big Data, ovvero come utilizzare in servizi innovativi la gigantesca mole di dati digitali che viene generata ogni giorno.

JOL di Pisa: Health e Welbeing andando a studiare idee innovative che, attraverso l'utilizzo delle ultime tecnologie, migliorano salute e benessere e innalzando il livello di qualità della vita.

JOL di Catania: nuovi dispositivi intelligenti, smart devices e la loro interazione con IoT e la loro applicazione diretta sul territorio.



Progetto: BANDA LARGA MOBILE

Social Need: Infrastrutture IT innovative e sicure

Social Value*

- Quasi 6 miliardi di euro di impatto diretto sul PIL (0,4% del PIL brasiliano)
- Quasi 10.000 posti di lavoro generati (diretti)

* I dati sopra riportati sono una prima stima soggetta ad approfondimenti successivi.

Business Value: oltre 1,5 miliardo di euro di ricavi per la banda larga mobile

Scenario

TIM Brasil offre ai propri clienti soluzioni che permettono di rendere più efficienti i processi, migliorare l'innovazione tecnologica e aumentare la competitività ampliando contestualmente il numero dei posti di lavoro disponibili.

TIM Brasil influenza quindi positivamente lo sviluppo della società brasiliana. Tutti questi fattori generano un impatto positivo sul benessere e sulla crescita del prodotto interno lordo (PIL). Un autorevole studio "The Mobile Economy - Latin America 2014" condotto dalla GSM Association ha evidenziato che in tutto il Sud-America l'incidenza del settore della telefonia mobile sull'andamento del PIL complessivo è rilevante e in costante crescita; più precisamente:

- nel 2013 il mobile valeva il 4,1% del PIL complessivo.
- nel 2020 la percentuale salirà al 4,5%.
- il valore relativo al 2013 è composto per l'1,35% dall'impatto diretto e per il 2,75% dall'impatto indiretto; in altre parole, l'impatto indiretto è circa il doppio di quello diretto.
- l'impatto sulla società che ne deriva è notevole. In particolare, il settore mobile impiega circa 2,2 milioni di persone, di cui circa 1 milione di posti di lavoro diretti e circa 1,2 milioni indiretti (rapporto 1:1,27).

TIM Brasil in particolare contribuisce a produrre circa lo 0,4% del PIL brasiliano (calcolando solo l'impatto diretto; considerando anche l'indiretto, si arriva ad un valore complessivo di 1,1%). Le attività dell'Azienda generano lavoro diretto per quasi 10.000 persone in Brasile, mentre si stima che l'impatto indiretto in termini di posti di lavoro generati sia di oltre 12.500 unità (superiore alla media Sud-America).

Nel 2016 gli sforzi di TIM Brasil si sono concentrati su:

- espansione: incremento della capacità delle antenne esistenti, installazione di nuove antenne e ampliamento della rete in fibra ottica;
- increment sia dei clienti che del traffico 4G;
- forte controllo dei costi con obiettivi di saving affiancati ad investimenti tecnologici mirati;
- increment sia dei clienti che del traffico da loro generato soprattutto in tecnologia 4G.

TIM ha investito in Brasile, solo negli ultimi 5 anni, oltre 23 miliardi di reais, con un focus prevalentemente indirizzato alla realizzazione delle infrastrutture di nuova generazione e contribuendo fattivamente alla modernizzazione del Paese.

Negli ultimi anni, TIM ha ulteriormente rafforzato la propria infrastruttura per meglio supportare la crescita dei dati, concentrandosi in particolare sulla tecnologia 4G, che offre una migliore qualità del servizio. Gli importati investimenti hanno consentito a TIM di rafforzare la propria leadership nel 4G, sia in termini di percentuale della popolazione raggiunta che nel numero di città coperte. A fine 2016 TIM copre circa il 95% della popolazione urbana brasiliana, con una presenza in oltre 3.460 città; più in particolare l'89% della popolazione urbana con la tecnologia 3G e il 74% con il 4G.



Progetto: EFFICIENZA ENERGETICA

Social Need: Tutela dell'ambiente e del paesaggio; Ricerca e innovazione per le imprese
Risultati: risparmio di 231 GWh e di circa 90.000 Ton di Co2 grazie ai progetti di efficienza energetica TIM

Economic Shared Value: 80 milioni di euro

Business Value: 62 milioni di euro

Social Value: oltre 18 milioni di euro

Scenario

Il concetto di efficienza attiene al rapporto fra gli input di un processo produttivo e gli output che quel processo ricerca. Efficienza energetica nel contesto ICT implica rilevanza economica e ambientale in termini di gestione dell'energia necessaria. Il fabbisogno ed il conseguente consumo energetico della BU Domestic è attestato all'incirca in 2,2 TWh annui e TIM è il secondo consumatore a livello nazionale di energia elettrica.

Il tema dell'efficienza energetica occupa una posizione di centralità nell'ambito della sostenibilità ambientale della nostra azienda e il relativo progetto è in grado di generare valore economico per il Gruppo (Business Value) e valore sociale per la comunità (Social Value) espresso in termini di Tutela dell'ambiente e di Capacità d'innovare.

Proteggere l'ambiente, migliorare l'efficienza energetica e offrire servizi in grado di ridurre le emissioni di gas ad effetto serra ed altri inquinanti sono le direttrici di intervento fondamentali del Gruppo TIM per favorire lo sviluppo sostenibile nelle proprie aree di influenza. Sono perciò state messe in atto azioni specifiche finalizzate a ridurre i propri impatti ambientali e a proporre soluzioni tecnologiche rivolte alle persone, imprese e pubbliche amministrazioni per realizzare una società digitale, più inclusiva e vivibile. Questi i principi fondamentali a cui si ispirano tutte le società del Gruppo: ottimizzazione dell'utilizzo di fonti energetiche e altre risorse naturali; ricerca continua del miglioramento della performance energetica/ambientale, minimizzando gli impatti negativi e massimizzando i positivi; adozione di politiche di acquisto con i fornitori sensibili alle tematiche ambientali; diffusione di un corretto approccio alle tematiche ambientali. TIM è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato in base alla norma ISO 14001. In alcune realtà l'SGA è integrato con quello per la Gestione della Qualità basato sulla norma ISO 9001 e con il sistema per la Gestione della Sicurezza basato sulla norma OHSAS 18001. Per alcuni siti è stata ottenuta la certificazione del sistema per la Gestione dell'Energia in base alla norma ISO 50001 che definisce i requisiti di un modello di organizzazione e gestione orientato al miglioramento continuo dell'efficienza energetica, e promuove le migliori pratiche di gestione dell'energia, supportando progetti e iniziative di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Il Gruppo misura la propria efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela in termini di bit trasmessi con l'impatto sull'ambiente rappresentato dai joule di energia consumati. Vengono presi in considerazione i valori di traffico dati e voce da rete fissa e mobile ed i consumi energetici industriali, civili e i consumi per autotrazione.

Anche nel corso del 2016 sono stati riconosciuti Titoli di Efficienza Energetica (TEE), per complessivi 10 progetti approvati, corrispondenti ad un valore economico stimato, su 5 anni, pari a 4 milioni di euro. I titoli, detti anche certificati bianchi, certificano il conseguimento di risparmi energetici negli usi finali di energia attraverso interventi di incremento dell'efficienza energetica virtuosi perché più performanti rispetto alla media nazionale. Il totale ricavi da TEE venduti nel 2016 è pari a ca. 19 milioni di euro.



Progetto: SANITÀ DIGITALE

Social need: Tutela dell'ambiente e del paesaggio; Ricerca e innovazione per le imprese

Business Value: euro 264.000

Social Value:

Documenti trattati con soluzione digitale TIM: euro 2,2 milioni

- 320.000 immagini diagnostiche
- 1.000.000 referti sanitari
- 1.000.000 documenti

110 tonnellate di emissione CO₂ evitate ad un valore di 2.23 milioni di euro.

Scenario

Il processo d'informatizzazione, nel panorama Medico-Sanitario Italiano, sta subendo un'enorme accelerazione negli ultimi tempi. Presidi Ospedalieri, Cliniche Private e Centri Radiologici adottano sistemi di diagnostica digitale, molte delle volte, però, in maniera non consona alle norme legislative vigenti.

I grandi vantaggi offerti da un'architettura informatizzata, rispetto alla semplice gestione cartacea dei flussi di lavoro, hanno per contro tutto ciò che riguarda la garanzia di integrità e di autenticazione dei documenti digitali. Mentre in uno scenario dove la carta fa da padrona, l'apposizione di una firma autografa e la conservazione del documento firmato in semplici archivi cartacei erano garanzia di integrità e di autenticazione, in un ambiente completamente digitalizzato nasce l'esigenza di identificare metodologie e strutture adeguate.

In tale scenario si colloca il servizio di archiviazione legale per la sanità, pensato in una logica di outsourcing, consente la gestione remota dell'archivio storico ex lege degli esami diagnostici (immagini, referti, dati anagrafici, ecc.) sgravando l'ente da un'operatività complessa e costosa.

Lo stato dell'arte della Radiologia IT in Italia presenta una situazione variegata in cui realtà tecnologicamente innovative si alternano a realtà in cui l'innovazione tecnologica è solo un miraggio. La distribuzione di tali realtà non è facilmente classificabile e prevede grandi eccellenze soprattutto nelle grandi città.

Il mercato di riferimento per la dematerializzazione di esami diagnostici e referti sul mercato italiano si può valutare in circa 50 milioni di esami diagnostici e altrettanti referti, generati da oltre 1.500 strutture di ricovero pubbliche e private (845 strutture di ricovero e cura pubbliche; 706 strutture private; 124 poliambulatori pubblici).

Con L'offerta Nuvola It Image Archiving - Plus TIM si pone l'obiettivo di fornire alle Strutture sanitarie pubbliche e private un servizio in grado di soddisfare le esigenze derivanti dalle disposizioni in materia di conservazione della documentazione sanitaria. E rappresenta la risposta all'esigenza di dematerializzazione e conservazione a norma di esami diagnostici (Esami DICOM digitali) e di documenti in ambito sanitario (referti, certificati...) per renderli disponibili nel tempo, garantendone l'autenticità e l'integrità.

Il servizio è erogato secondo il modello SaaS (Software as a Service) in Cloud, sulla base di tecniche e metodologie che garantiscono la conformità agli standard di mercato in ambito sanitario (DICOM, HI7, IHE).



L'accesso ai documenti da parte degli operatori sanitari avviene mediante autenticazione e profilazione, tramite un'interfaccia grafica semplice ed intuitiva.

Il servizio di Conservazione Digitale (Conservazione a Norma) per la documentazione sanitaria farà parte dei servizi "Saas" per le PA, che compongono il Lotto 1 del Contratto Quadro SPC Cloud.

Significativi e tangibili vantaggi economici/organizzativi:

- Riduzione dei costi
- Sgravio degli oneri legali
- Completa gestione tecnologica
- Sicurezza logica e fisica
- Costituzione di archivi storico/legali come richiesto da norme legislative vigenti
- "Esternalizzazione" delle procedure di conservazione a norma
- Garanzia di reperibilità/accessibilità del contenuto del documento per esibizione documentale e trasparenza amministrativa
- Creazione di workflow a supporto dei processi organizzativi interni agli Enti
- Scalabilità degli investimenti



Progetto: BIOSITE BRASILE

Social Need: Tutela dell'ambiente e del paesaggio; Ricerca e innovazione per le imprese

Business Value: Riduzione dei costi pari a 18.250.000 Reais (calcolati sui 100 Biosite installati ad oggi)

Social Value:

- Riduzione dell'impatto ambientale: un Biosite supporta più tecnologie (trasmissione dati, luce e videocamere).
- Impatto sulla comunità: miglioramento della sicurezza grazie all'installazione delle videocamere

Scenario

Il rapido incremento della popolazione brasiliana ha portato ad una crescente ricerca di spazi per l'installazione di antenne e apparati di telecomunicazione da cui è scaturita un'agglomerazione di antenne su tetti e facciate di edifici e su strutture metalliche.

Per regolamentare questa situazione, numerose città hanno definito delle proprie regole che hanno reso ancora più intricato il processo di concessione delle licenze. Ne è conseguito un rallentamento dell'espansione della rete.

L'Associazione brasiliana delle telecomunicazioni stima che ci siano più di 250 diverse legislazioni municipali sui permessi per le antenne.

Allo scopo di aggirare queste barriere, TIM Brasil ha lanciato il Biosite, un palo metallico capace di supportare tutto l'equipaggiamento necessario per l'installazione di una Stazione Radio Base all'interno della propria struttura.

Si tratta a tutti gli effetti di un macrosite, sviluppato e brevettato interamente da TIM Brasil, con una triplice funzionalità:

- basso TCO (Total Cost of Ownership)
- rapidità di installazione
- minimo impatto visivo

Il Biosite è una struttura multifunzionale che migliora la qualità della trasmissione dati e può essere contestualmente utilizzata per l'illuminazione pubblica e la videosorveglianza.

Inoltre, consuma meno energia e ha un ridotto impatto ambientale poiché utilizza il 99% di acciaio in meno rispetto ad una normale stazione base e necessita di minore spazio fisico non dovendo ricorrere a cabine esterne o strutture ausiliarie.

Il primo Biosite è stato installato nel Giugno 2014 a Curitiba (stato di Paraná). Attualmente sono stati installati oltre 500 Biosite in tutta la nazione. La tecnologia è presente a Rio de Janeiro, Brasilia e altre 92 città.



Progetto: #TIMGIRLSHACKATHON

Social Need: Accesso a cultura, istruzione e formazione. Riduzione delle disuguaglianze

Social Value: 260.000 euro

- 8 eventi
- 500 ragazze coinvolte
- 3,3 M di Reach su Twitter
- 37 M di Impression su Twitter
- 3 K di Tweet generati
- Sentiment sui social 100% positivo
- Risultati raggiunti al 100%

Scenario

TIMgirlsHackathon è un progetto di grande respiro in grado di coinvolgere giovani donne attratte dal mondo della tecnologia e dal desiderio di misurarsi su un terreno più spesso riservato ai loro coetanei maschi. #TIMgirlshackathon si inserisce all'interno del percorso di digital innovation targato TIM e si propone di avvicinare l'universo femminile al coding per contribuire a colmare i gap di genere nell'ambito della cultura scientifica e più in generale nelle materie STEM, senza dimenticare che tra i programmatori, e gli informatici più in generale, il tasso di disoccupazione è oggi vicino allo zero. Una maratona di circa 7 ore per avvicinare le ragazze ancora sui banchi di scuola al coding. La sfida è, in una sola giornata e senza competenza alcuna, realizzare una vera e propria App su un tema prestabilito. Una sfida possibile grazie a TIM e ai tutor che accompagnano le studentesse in questa avventura. Una giornata di formazione fuori dall'aula in un ambiente stimolante e sfidante nel quale poter conoscere Mentor eccezionali, testimonial di una leadership al femminile che ha saputo abbattere pregiudizi e vincoli culturali.

Il tema dei #TIMgirlsHackathon è il cyberbullismo e l'uso consapevole del web. La sfida quindi è non solo imparare a fare coding ma anche misurarsi e provare a trovare una soluzione ad un problema molto diffuso tra i giovani.

Nel 2016 si sono svolti 8 eventi nelle città di Venezia, Torino, Napoli, Catania, Padova, Firenze, Cagliari, Bari che hanno visto coinvolte circa 500 ragazze delle scuole superiori di secondo grado. In tutti gli eventi il 100% delle partecipanti è riuscita a portare a conclusione lo sviluppo di un prototipo di App.



Progetto: A SCUOLA DI DIGITALE CON TIM

Social Need: Accesso a Cultura, Istruzione e Formazione Permanente – Innovazione e trasformazione digitale

Social Value: 80.000 euro

- 406 docenti coinvolti nel Lazio
- 22 sessioni formative

Scenario

In continuità con l'impegno di TIM nella diffusione della cultura digitale, nell'anno scolastico 2016/2017 ha preso avvio il progetto A Scuola di Digitale con TIM realizzato in collaborazione con il MIUR.

Si tratta di un'iniziativa che offre agli insegnanti una visione d'insieme sui nuovi strumenti tecnologici che aggiungono valore e nuove opportunità alla didattica. Il progetto avrà una durata biennale – anni scolastici 2016/2017 e 2017/2018 - e coinvolgerà circa 7500 docenti italiani di tutte le scuole di ogni ordine e grado.

A Scuola di Digitale con TIM ha preso il via nella regione Lazio dove circa 500 docenti distribuiti nelle provincie di Roma, Viterbo, Frosinone, Latina e Rieti hanno già aderito all'iniziativa, per proseguire poi nelle restanti regioni italiane.

Il percorso di formazione si articola in due fasi: la prima in aula dove i docenti saranno affiancati da tutor qualificati per tre ore, ed una seconda online attraverso il portale scuoladigitale.tim.it dove i docenti potranno trovare ulteriore materiale didattico, approfondimenti e stimoli per proseguire il percorso formativo.



Progetto: SMART WORKING

Social Value:

- 250.000 euro di costi sociali risparmiati per riduzione emissioni CO₂
- circa 9.000 professionisti coinvolti
- 170.000 giornate di smartworking
- 250.000 ore circa di spostamenti casa-ufficio evitati
- + di 1.000 Ton CO₂ risparmiate per 7.500.000KM non percorsi
- 14 articoli
- 24.600 visualizzazioni sito internet TIM
- 12 interviste/articoli su stampa nazionale, locale, on line e tv

Scenario

La transizione ai nuovi modi di lavorare è indotta dalla trasformazione digitale, che è connotata da decremento dei costi transazionali ed incremento della flessibilità, perché domanda ed offerta di lavoro digitale s'incontrano su «piattaforme» a prezzi in competizione sul servizio (quindi, fuori dalla logica della contrattazione salariale). Questa tendenza interesserà anche le forme di lavoro “tradizionali”, che saranno sempre più incentrate su flessibilità ed autonomia individuali in cambio di maggiore responsabilizzazione verso i risultati (che sostituirà la mera esecuzione di compiti). Lo smart working ha precisamente queste caratteristiche di flessibilità, autonomia e responsabilizzazione e probabilmente proprio per questo suscita crescente interesse e sta uscendo dal dominio degli strumenti di welfare aziendale. In altri termini, l'introduzione dello smart working può essere un fattore abilitante la digital transformation. In questo scenario TIM sta implementando lo smart working con declinazioni inclusive del massimo numero possibile di figure professionali perché intende creare le condizioni che favoriscono la transizione all'organizzazione digitale in modo che avvenga a partire dalla sua storia e dalle sue caratteristiche, e non trascurandole o, peggio, a prescindere da esse. Infatti, se la transizione al digitale richiede competenze digitali, le persone sono il fulcro di questo cambiamento.

Per questo motivo in TIM l'approccio alla realizzazione dell'organizzazione digitale prevede di dare voce e ascolto alla trasformazione delle persone che ci lavorano, di far evolvere la intranet in una vera e propria piattaforma di lavoro collaborativo, di facilitare grazie allo smart working l'individuazione dei nuovi paradigmi organizzativi e dei nuovi modelli di gestione e di welfare, di tenere costantemente allineate strategie ed operatività.

Lo Smart Working in TIM, quindi, non è una scelta tattica per realizzare le opportunità di efficienza sul costo del lavoro (che, seppure lentamente si stanno concretizzando anche nell'ordinamento giuridico italiano), neppure solo una scelta di welfare per la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro; ma anche una leva per recuperare produttività individuale e di processo. In questa prospettiva si tratta di un percorso di change management «perpetual beta», che incrementa la produttività aumentando welfare e responsabilizzazione verso i risultati.

Relativamente alle fasi implementative, si è scelto di procedere prima (settembre 2015) con una survey sulle modalità lavorative (coinvolgendo oltre il 30% delle persone di TIM), quindi (ottobre e dicembre 2015) sono stati realizzati due stress test per misurare sia il bilanciamento vita-lavoro sia la produttività quando si lavora dalla propria abitazione o da una sede aziendale



diversa dalla propria, infine da marzo 2016 è stato avviato un pilot che consente di lavorare fuori dall'ufficio strutturato con orari di lavoro progettati per aumentare il bilanciamento vita-lavoro. Questo approccio consente di generare, raccogliere ed analizzare le reazioni adattative dell'organizzazione aziendale e così definire una policy di smart working che non sia funzionale solo al welfare ed alla produttività, ma soprattutto supporti la trasformazione digitale dei processi aziendali.

Questa chiara finalizzazione alla trasformazione digitale, inoltre, consente a TIM di operare le sue scelte in materia di dotazioni tecnologiche in modo da innovare il parco di macchine e servizi impiegati secondo criteri coerenti con la trasformazione stessa escludendo quanto non soddisfa questo requisito.

Questo approccio così focalizzato sulla trasformazione digitale mette TIM anche in condizione di fare sinergia con le offerte di servizi di smart working che propone alla sua clientela.



Progetto: TIM 60+

Social Need: Istruzione e formazione. Inclusione

Business Value: 10,04 milioni euro

Social Value:

- 102.922 over 60 inclusi
- + 50% di Customer base
- crescita degli user dati dal 45% al 79%
- raddoppio dello usage dati da 198MB a 405MB
- eventi di formazione digitale in 8 punti vendita TIM

Scenario

In un paese come l'Italia demograficamente anziano, TIM ha voluto dare ai senior delle nuove prospettive, favorendo e supportando la loro integrazione in una società altamente tecnologica dalla quale erano in parte esclusi; dedicando loro una tariffa vantaggiosa e una serie di iniziative volte ad aiutarli in questo inserimento per loro non facile e immediato. Questo li ha aiutati a farli sentire più vicini ai loro cari utilizzando strumenti tecnologici nuovi e a loro sconosciuti. Grazie a questo TIM ha curato un target altamente recettivo e desideroso di 'conoscenza'.

TIM ha pensato agli over 60 con ...

- assistenza h24 con un operatore del 119
- 3 mesi di TIM Entertainment senza consumo di GB
- per utilizzare al meglio il Giga previsto dall'offerta e per avvicinare le persone over 60 al mondo Internet e Social, abbiamo previsto degli eventi di formazione digitale dedicati agli over 60 non ancora alfabetizzati digitali. Gli eventi di formazione sono stati effettuati presso 8 punti vendita opportunamente selezionati tra centro e sud Italia



Progetto: TIM ACADEMY

Social Need: Istruzione e Formazione

Social Value:

Formazione

- Percentuale di digitalizzazione dei corsi 30% (+ 164% rispetto al 2015)
- 138.638 ore formazione digital e social
- 34.442 partecipanti - 202.458 partecipazioni

Social Network Indicator

- 201 conversazioni - 542 endorsement - 6.212 utenti abilitati

Smart Corner

- 80 eventi - 2.300 partecipanti - 11 città coinvolte
- 30 knowledge objects presenti online
- Community Pioneers
- 6 nuove capabilities proposte

Scenario

TIM Academy oggi rappresenta il nostro modello di Corporate University (scuola di formazione interna) e lavora su più filoni di attività: la definizione di nuovi contenuti di apprendimento a sostegno della strategia aziendale, l'utilizzo di nuovi format e nuove tecnologie digitali per l'apprendimento e la certificazione delle competenze e conoscenze acquisite.

TIM Academy ha inoltre una **Faculty** di docenti ed esperti composta sia dai formatori di HR Services che da molti colleghi che trasferiscono internamente il loro know-how attraverso incontri in presenza oppure soluzioni social e digital.

TIM Academy ha una piattaforma digitale dedicata che comprende una libreria di corsi online aperti a tutti - molti dei quali accessibili anche da device mobili - video su scenari tecnologici e di business, link a contenuti esterni, un ambiente social in cui aprire discussioni e scambiare contenuti e documenti con altri colleghi.

TIM Academy è Knowledge Management, promuove cioè un modello che rende fruibile la conoscenza tacita ed esplicita che ogni individuo in azienda possiede. Lo fa attraverso il coinvolgimento e la collaborazione delle persone e favorendo le esperienze di collaboration aziendale, la creazione di Communities di apprendimento e di Team Spaces, l'ideazione di iniziative per promuovere una cultura orientata alla collaborazione e alla condivisione.

TIM Academy è anche un modello di Partnership e Ricerca, aperto e in continua evoluzione, che coinvolge Università, Centri di Ricerca e di Formazione nazionali e internazionali, Peer e competitor, fornitori e Vendor, start-up e digital champion. In questo modo favorisce la contaminazione con realtà diverse e lo sviluppo di percorsi di co-innovazione.

TIM Academy rappresenta un grande passo in avanti nel campo dell'Education e della ricerca perché valorizza la creazione, lo scambio e l'utilizzo del know how aziendale in ogni sua forma, considerandolo la vera ricchezza della nostra azienda.

Il suo obiettivo si sintetizza in poche parole fondamentali: partecipare alla conoscenza.



In TIM, le attività formative sono articolate in quattro macro-categorie:

- management education
- evoluzione delle competenze di ruolo, specialistiche e new capabilities
- sviluppo e empowerment
- istituzionale e cultura d'impresa

Per ogni categoria, le modalità di apprendimento sono sempre più caratterizzate da modelli coerenti con il nostro stile di vita e con i nuovi format esistenti:

- **All Digital:** Web Based Training, Brevi Video, Webinar, Virtual learning
- **Social:** Interazione tra i partecipanti, co-produzione di contenuti in modalità autonoma ma al tempo stesso condivisa tra tutti i partecipanti (ruolo attivo)
- **Blended:** Soluzioni miste (Digital + formazione in presenza)
- **Gamification:** metodi e tecniche mutuati dai tipici scenari di gioco (competizione, tempi, punteggio, livelli).

Su TIM Academy sono disponibili più di 150 corsi aperti a tutti, con la possibilità da parte delle persone di costruire il proprio percorso di formazione. Nella pagina personale, invece, i dipendenti posso accedere direttamente al loro learning plan che contiene le attività formative dedicate al loro ruolo aziendale o al loro percorso di sviluppo.

Abbiamo inoltre lavorato per potenziare l'utilizzo sempre più estensivo di strumenti e piattaforme social e la nascita e il rafforzamento di comunità professionali aperte in grado di rafforzare i percorsi di apprendimento attraverso l'emersione e lo scambio delle competenze e delle esperienze dei partecipanti e dei docenti.



Progetto: TIM PROTECT

Social Need: Istruzione e formazione. Sicurezza.

Business Value: 0,8 milioni euro

Social Value: 181.821 persone sensibilizzate alla sicurezza su internet

Scenario

Internet offre tanti contenuti interessanti ai nostri figli e per la loro educazione, ma talvolta presenta elementi di rischio, soprattutto per coloro che non sono ancora in grado di riconoscere autonomamente i pericoli.

I nostri ragazzi guardano video online, chattano con gli amici e fanno acquisti. Ma più utilizzano i dispositivi, più sono esposti a tentativi di truffa, abuso di informazioni personali, cyberbullismo o furto d'identità:

- tra i 9 e 17 anni i telefonini sono il dispositivo principale per accedere alla Rete.
- 8 su 10 in rete con lo smartphone tra i 9 e i 17 anni
- tra i 9-10 anni il 75% accede a Internet da smartphone
- bambini già a 9 anni sui social network
- uno su cinque tra chi ha 9-10 anni e uno su quattro tra gli
- 11-12 anni finge di essere più grande quando si registra su Facebook
- tra i giovanissimi il 10% vittima di bullismo in Rete o via APP
- 9 su 100 sono stati vittima di cyberbullismo

Il servizio TIM Protect offre un modo semplice, sicuro e automatico per rispondere tempestivamente alle minacce del web senza rinunciare alle potenzialità della navigazione in internet. Le 4 aree di protezione di TIM Protect:

Antifurto e Localizzazione dispositivi: protegge il tuo smartphone e il tuo tablet in caso di furto o smarrimento, consentendoti di localizzare, bloccare facilmente il tuo dispositivo e, se vuoi, anche cancellare i dati.

Parental Control: protegge i tuoi bambini dai siti web indesiderati e ti consente di controllare la loro vita online.

Protezione Banking e Navigazione sicura: garantisce la protezione delle tue transazioni di online banking e verifica automaticamente l'attendibilità di un sito Web prima di accedervi.

Antivirus: garantisce una protezione completa e in tempo reale per tutti i tuoi dispositivi. Offre la protezione più all'avanguardia contro virus, spyware (programmi malevoli), attacchi hacker e furti di identità, bloccando nel contempo i siti web pericolosi e gli attacchi online mentre esplori il web.



Progetto: PARTNERSHIP CON LA SCUOLA ED IL MONDO ACCADEMICO

Social Need: ricerca e innovazione per le imprese

Social Value: 3,3 milioni euro

Scenario

Nella attuale “società della conoscenza” il sapere ha assunto una funzione centrale, sia dal punto di vista economico, che sociale e politico: alla base dello sviluppo di questo emergente tipo di società, sono la ricerca e l’innovazione. Un ruolo determinante viene svolto dalle Università e dalle Scuole affinché sostengano e facilitino l’applicazione diretta, la valorizzazione e l’impiego della conoscenza generata dalla formazione, attraverso una costante sinergia con le imprese e gli altri interlocutori locali.

Nel 2016 TIM ha definito un nuovo modello di relazione con l’ecosistema educativo (Mondo Accademico, Scuole, Business Schools, Enti istituzionali e sociali) così da abilitare ulteriormente la valorizzazione del talento per il trasferimento dell’innovazione. L’obiettivo è quello di rafforzare e accelerare la capacità del Gruppo di innovare e, allo stesso tempo, contribuire allo sviluppo dei giovani offrendo loro l’opportunità di acquisire nuove competenze ed esperienze. Sono state quindi attivate o consolidate partnership mirate a generare valore nel breve-medio periodo mettendo a disposizione il proprio know-how per lo sviluppo e la formazione dei giovani.

Il progetto “TIM-Network Scuola Impresa” nasce nel 2009 con il patrocinio del MIUR per trasferire le conoscenze chiave, gli scenari ed i trend evolutivi di settore agli studenti, promuovere l’immagine aziendale su tutto il territorio nazionale e valorizzare le competenze dell’Azienda favorendone la diffusione all’esterno. Dal 2009 al 2016 sono state realizzate 8 edizioni del Progetto TIM Network Scuola Impresa ed è ora in corso la IX edizione per l’anno scolastico 2016/2017 con il coinvolgimento di 24 istituti scolastici e 23 docenti di TIM, i Maestri di Mestiere. Inoltre nel 2016, nell’ottica di rafforzare ulteriormente i contatti con il mondo della scuola e contribuire al potenziamento delle competenze dei ragazzi delle scuole superiori, abbiamo scelto di aderire a un progetto sperimentale di Alternanza Scuola Lavoro con Assolombarda in 4 Licei milanesi.



Progetto: PROGRAMMA IL FUTURO

Social Need: accesso a Cultura, Istruzione e Formazione Permanente - Innovazione e trasformazione digitale

Business Value:

- 1.325.911 di studenti coinvolti nel progetto Programma il Futuro
- oltre 5.000 scuole coinvolte nel Progetto
- 427 volontari TIM
- 5.873 “like” su FB (su profilo Programma il Futuro)
- 2.404 follower su Twitter (su account Programma il Futuro)
- 72.774 impression su Twitter per TIM4Coding (su account TIM)

Social Value: 30.000 euro (budget investito)

Scenario

Il modo in cui i nativi digitali si accostano alle nuove tecnologie implica un cambiamento nei processi di apprendimento e nei percorsi educativi.

I nuovi media rappresentano in misura crescente una dimensione imprescindibile per i ragazzi fin dai primi anni di vita. Tuttavia, la facilità d’accesso, di produzione e di pubblicazione di contenuti non sempre è accompagnata da una crescita culturale e da una capacità riflessiva e critica. Istruire giovani utilizzatori, responsabili e consapevoli delle nuove tecnologie, ma anche reinventare il loro modo di studiare grazie al web, sperimentare un nuovo modo di stare a scuola che coniughi lo studio con la dimensione del gioco, è condizione essenziale per i bambini e i ragazzi di oggi.

Nel 2016 TIM ha aderito, in qualità di partner Fondatore Mecenate, per il terzo anno scolastico (2016/2017) a Programma il Futuro, l’iniziativa del MIUR e del CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per l’Informatica) finalizzata alla diffusione di una nuova cultura digitale nelle scuole attraverso l’introduzione dei concetti base dell’informatica e del pensiero computazionale, per dare ai giovani maggiore opportunità di accesso alle professioni innovative del domani. L’iniziativa ha coinvolto ad oggi oltre un milione di studenti per un totale di 10.637.284 ore di formazione, coinvolgendo circa 6.000 scuole.

A sostegno dell’iniziativa TIM ha attivato anche forze proprie attraverso il progetto TIM4Coding. Nella passata edizione, cioè l’anno scolastico 2015/2016, sono stati oltre 400 i dipendenti che volontariamente hanno guidato gli studenti, principalmente della scuola primaria, in una prima ora di coding mentre, all’inizio di questo terzo anno scolastico (2016/2017), TIM ha realizzato quattro eventi rivolti ai ragazzi con l’obiettivo di sperimentare i concetti base dell’informatica. Nelle città di Milano, Bologna, Catania e Roma presso gli acceleratori d’impresa TIM #Wcap sono stati circa 200 gli studenti delle scuole superiori coinvolti che attraverso strumenti semplici e divertenti, hanno vissuto un’esperienza formativa utile anche per aumentare le opportunità di accesso alle professioni innovative del domani. Ai ragazzi che hanno preso parte alle lezioni di codice è stato rilasciato l’attestato ufficiale di partecipazione a “Programma il Futuro”.



Progetto: PAPPANOINWEB

Social Need: Istruzione e formazione – Partecipazione ad attività culturali

Business Value:

- 5,77 milioni reach social
- 50 uscite stampa
- 117.000 page views
- 11.665 video streaming

Social Value: 220 mila euro

Scenario

Fondata ufficialmente nel 1585 e trasformatasi nei secoli in moderno ente concertistico sinfonico di fama internazionale, l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia di Roma unisce un corpo accademico composto di 100 membri fra i più illustri esponenti della cultura e dell'arte musicale a un'orchestra e un coro sinfonici fra i più accreditati in campo internazionale, svolge attività di alta formazione musicale e conserva un patrimonio storico ricchissimo, riflesso della sua storia plurisecolare.

Il progetto PappanoinWeb nasce dalla partnership consolidata fra TIM e l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia per promuovere la cultura grazie all'utilizzo innovativo del web, incoraggiando la diffusione dei contenuti di qualità e la socializzazione delle esperienze artistiche classiche, coinvolgendo pubblici e canali innovativi di distribuzione di contenuti.

Dal 2011 TIM si è rivolta al grande pubblico di internet per condividere i valori culturali del Paese, come quelli della musica classica. Tutti i concerti sono stati trasmessi in streaming live resi disponibili in modalità on demand su telecomitalia.com/pappanoinweb. Il progetto è rivolto sia ai giovani, che sono così messi in grado di accostarsi e apprezzare temi culturali come la musica classica, sia ai meno giovani che, attirati in rete dai contenuti culturali di loro interesse, si avvicinano alle tecnologie digitali comprendendone le potenzialità.

L'edizione 2016 di PappanoinWeb si è articolata in 4 appuntamenti con la partecipazione in diretta del pubblico del web che, grazie alla live chat dedicata, ma soprattutto grazie alla novità della WebArena, uno spazio privilegiato vicino all'orchestra, tecnologicamente allestito da TIM e riservato ad un pubblico di giovani sotto i 30 anni che hanno potuto assistere ai concerti usando per la prima volta, durante gli spettacoli, cellulari e tablet senza limiti per connettersi, condividere foto, selfie, brevi video, emozioni ed esperienze reali. Nei suoi sei anni di programmazione PappanoinWeb è stato seguito da oltre 200.000 utenti connessi in streaming generando forti interazioni sui social network.

Dal 2015 la user experience online si è arricchita, inoltre, di nuovi punti di vista grazie alle potenzialità delle tecnologie di ripresa "panoramica 360°" che offrono visioni ravvicinate dell'Orchestra e del Direttore, dando così allo spettatore del web la sensazione di essere realmente presente in sala.



Progetto: TIM COLLEGE

Social Need: Istruzione e formazione – Partecipazione ad attività culturali e benessere economico

Business Value: 754.385 euro (ricavi dalla vendita)

Social Value: 40.700 euro (bonus distribuiti per l'acquisto di libri scolastici)

Economic shared value: 795.085 euro

Scenario

L'offerta TIM College esprime l'impegno di TIM a portare la tecnologia all'interno della scuola italiana. L'offerta è dedicata agli under 30, con un focus sul target studenti di 14-18 anni, con l'obiettivo di dare impulso alla scuola digitale mettendo a disposizione un valido strumento che possa aiutare i giovani nello studio e nella formazione. Il Pack si compone di un tablet, contenuti digitali per studiare a casa e un bundle di connettività mensile. TIM è stato il primo operatore di telefonia a lanciare sul mercato italiano un'offerta di questo tipo interamente dedicata agli studenti nel maggio 2014.

L'offerta commercializzata prevede, oltre al tablet (l'ultimo modello del tablet Samsung Galaxy TAB A 10.1 ed. 2016), la connettività 4G con un bundle di traffico dati da 5 GB al mese e una serie di contenuti didattici in formato digitale dedicati ai ragazzi di età compresa tra i 14 e i 18 anni, tra cui un corso di lingua De Agostini a scelta tra inglese, francese, spagnolo e tedesco e un corso di matematica di Redooc; entrambi per la durata di 30 mesi. Completano l'offerta 21 classici della letteratura italiana, 3 manuali, un bonus di 50 euro per l'acquisto di libri scolastici in digitale sul sito scuolabook.it.

Nel corso del 2016 TIM ha ampliato la sua offerta per la scuola digitale, affiancando alla proposizione studenti una esclusivamente dedicata agli Insegnanti, cogliendo l'opportunità della Carta del Docente, il bonus di 500 euro che il MIUR ha messo a disposizione dei docenti italiani per la loro formazione e l'aggiornamento professionale. A marzo 2016 è nato il TIM College Pack Speciale Insegnanti. Il pacchetto in vendita nei negozi TIM si compone di: un tablet a scelta tra alcuni modelli Android disponibili, contenuti digitali per la formazione professionale (libri, una rivista di settore e un corso on line di e-learning con rilascio di crediti formativi) e un bundle dati di connettività in omaggio per 3 mesi.

Durante il 2016 sono stati venduti in totale 944 pack.

Le offerte Scolastiche digitali proposte da TIM in questi anni hanno contribuito alla diffusione della tecnologia nell'ambito della scuola digitale, per cercare di spingere verso un nuovo approccio allo studio e alla formazione attraverso metodologie più moderne.

L'adozione di testi scolastici digitali, oltre a favorire la digitalizzazione del mondo della scuola, ha portato anche ad un risparmio di circa 8.655 tonnellate di carta con conseguenti riduzioni delle emissioni di CO₂, derivanti dal ciclo di produzione della carta e ad un risparmio di circa 261 mila tonnellate di acqua.



Progetto: START! LA VITA A PORTATA DI APP

Social Need: Innovazione e trasformazione digitale

Social Value: 369.000 euro

- 10 puntate
- 644K AMR medio a settimana
- 12,2 M di Reach su Twitter per l'hashtag #Start16
- 6,9 M di Impression su Facebook su fanpage TIM
- Sentiment 100% positivo sui Social
- +19% Brand Familiarity
- +28% Brand Trust
- +36% Intention to Buy
- 76% gradimento del programma

Scenario

Un programma televisivo che racconta come il digitale e l'innovazione possono contribuire concretamente a migliorare la vita delle persone. È un programma di factual entertainment, dal taglio leggero, condotto da Francesco Mandelli e Federico Russo. Durante le 10 puntate i conduttori hanno incontrato e intervistato diverse start up e presentato in maniera originale i loro servizi.

La prima edizione, andata in onda su Rai Due in seconda serata da marzo a giugno 2016, ha riscontrato un grande successo di pubblico, con più di 600k telespettatori a settimana e uno share medio del 6,4%.



Progetto: TIM TEC

Social Need: istruzione e formazione

Business Value: miglioramento della reputazione

Social Value: circa 21 milioni di reais , così composto:

- risparmio generato, grazie alla gratuità dei corsi, di circa 19 milioni di reais
- circa 1,7 milioni di reais di investimenti effettuati dall'Istituto TIM per sostenere il progetto
- riduzione dell'impatto ambientale: riduzione delle emissioni di CO₂ grazie ai mancati spostamenti degli studenti

Scenario

Ampliare l'offerta di corsi di educazione professionale e tecnologica è una delle priorità del Governo Brasiliano. Nel 2011 il governo ha dato il via al PRONATEC - Programma Nazionale di Accesso all'Educazione Tecnica e all'Impiego - che attualmente registra circa 6 milioni di iscritti. Una delle iniziative del PRONATEC è la Rete e-TecBrasil, che offre gratuitamente corsi tecnici e di formazione o qualificazione professionale a distanza.

L'Istituto TIM, condividendo gli ideali di PRONATEC ha creato TIM Tec, una piattaforma per corsi a distanza che usa il concetto del MOOC (Massive Open Online Courses). Questi corsi, realizzati e resi disponibili gratuitamente sulla piattaforma, sono destinati agli studenti delle scuole superiori e degli istituti tecnici.

Chiunque può registrarsi per seguire i corsi che insegnano a programmare le lingue, i database, i siti web, la progettazione dei giochi e molte altre cose ancora. Ci sono anche corsi destinati agli insegnanti delle scuole elementari e a migliorare le capacità considerate basilari per la formazione di qualsiasi professionista, come ad esempio scrivere testi.

La tecnologia e i contenuti della piattaforma TIM Tec sono condivisi con gli Istituti Federali di Educazione, Scienza e Tecnologia con l'appoggio della Segreteria di Educazione Professionale e Tecnologica del Ministero dell'Educazione (SETEC/MEC).

Il codice sorgente del sistema sviluppato per la piattaforma può essere scaricato su GitHub, cosicché le Istituzioni didattiche lo possano utilizzare gratuitamente adattandolo alle proprie esigenze. L'Istituto TIM supporta gli Istituti Federali nel processo di installazione e utilizzo della piattaforma.

Il primo corso pilota è stato organizzato per gli studenti del Centro di Formazione Culturale della Città di Tiradentes a San Paolo e dell'Istituto Federale Sul-Rio-Grandense (Ifsul).

Con TIM Tec, l'Istituto TIM conferma il proprio impegno verso l'educazione professionale e tecnologica nel Paese grazie ad un investimento di circa 10 milioni di reais nel periodo 2013-2016 per la realizzazione di questo progetto.



Progetto: ASILI NIDO E SCUOLA MATERNA

Social Need: benessere economico, qualità del lavoro

Business Value:

- sensibile riduzione delle assenze delle lavoratrici madri con bambini da 0-3 anni in sedi con asili nido, con la conseguente riduzione dei costi legati all'assenteismo
- mancata fruizione dell'intero periodo di congedo parentale o il ricorso al part time da parte dei genitori che hanno beneficiato del servizio

Social Value: oltre 1,36 milioni euro

Risultati: 489 posti disponibili in 20 asili nido

Scenario

Gli Asili MioNido, dedicati ai bambini figli di colleghi (o inseriti nel nucleo familiare) da 3 mesi a 3 anni, sono strutture interne alle sedi aziendali che, con tariffe uguali sul territorio e turni in base alle diverse esigenze, mirano a favorire la conciliazione vita-lavoro e la qualità del vivere in Azienda.

Sono attivi 9 asili nido aziendali nelle sedi di Torino, Milano, Firenze, Ancona, Roma (2), Napoli, Catanzaro, Palermo e 11 asili nido privati in convenzione: Torino, Padova (2), Trento, Bologna, Roma (5), Caltanissetta. Queste strutture offrono diverse fasce orarie di permanenza dei bambini per consentire di venire incontro alle esigenze del personale, soprattutto per chi lavora in turnazione. La scelta dell'ubicazione di un asilo avviene sulla base di valutazioni relative alla tipologia della popolazione aziendale (età media dipendenti, numero di figli tra 0 e 3 anni, presenza di lavoratrici) e alla sede lavorativa (difficoltà logistiche, presenza di call center, ecc.).

I 9 asili nido aziendali e gli 11 asili nido in convenzione rendono disponibili i posti non coperti dai colleghi anche a società esterne (Poste Italiane, Banca Intesa, Assicurazioni Generali, etc) che, a loro volta, mettono a disposizione di TIM dei posti nei propri asili nido.

Per l'anno educativo 2016-2017 sono attivi 20 asili nido e si sta sperimentando, come prima azienda italiana, il servizio di scuola materna presso la sede aziendale di via Oriolo Romano a Roma, dove è già presente l'asilo nido.



Progetto: CITTADINI SENZA FRONTIERE

Social Need: qualità del lavoro

Business Value: miglioramento dei rapporti con le amministrazioni locali e reputazione del brand

Social Value: 36.000 reais

Scenario



Partendo dalla convinzione che insieme si possa costruire un mondo migliore, TIM Brasil incoraggia i propri dipendenti a partecipare ad iniziative di volontariato e di solidarietà allo scopo di fare del bene aiutando gli altri.

Grazie al programma “Cittadino senza frontiere” (Cidadão Sem Fronteiras), i dipendenti di TIM Brasil possono scegliere personalmente le organizzazioni cui prestare il proprio servizio oppure possono partecipare ad azioni solidali promosse all’interno dell’Azienda.

Tutti i dipendenti possono utilizzare un’intera giornata lavorativa all’anno da dedicare ad attività di volontariato verso bambini, giovani, anziani ed intere famiglie attraverso il supporto ad organizzazioni assistenziali. Questo tipo di lavoro concorre alla realizzazione dell’obiettivo annuale di volontariato di TIM Brasil.

Nel 2016, 140 dipendenti di TIM Brasil hanno aderito al programma “Cittadino senza Frontiere”.

Indice

	Gruppo TIM	03
	Il profilo del Gruppo TIM	04
	Il sistema di Corporate Governance	06
	I principali dati di performance economica e valore economico generato e distribuito	19
	Il contesto di riferimento	22
	Essere sostenibili in TIM	33
	Diritti Umani	34
	Opportunità e rischi socio-ambientali delle operazioni del Gruppo	41
	L' Enterprise Risk Management system	42
	Il sistema di gestione della Business Continuity	44
	Corporate Shared Value: l'approccio strategico alla sostenibilità di TIM	46
	Governance della sostenibilità	51
	Posizionamento negli indici e altri riconoscimenti	52
	Stakeholder engagement	53
	L'analisi di materialità	63
	Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale	68
	Un Gruppo di rilevanza strategica	69
	Clienti	77
	Ricerca e sviluppo e servizi innovativi	93
	La sostenibilità lungo la catena di fornitura	107
	Tutela dell'ambiente	115
	Cambiamento climatico	119
	Performance ambientale	125
	TIM eco-friendly	137

Indice



Cultura digitale

Rapporti con le comunità locali

139

142



Le persone di TIM

Le persone di TIM: i numeri di sintesi

Equità di genere

People caring

Sviluppo e nuove competenze

Comunicazione interna

Tutela della salute e della sicurezza

Relazioni industriali

Politica di remunerazione

Segnalazioni pervenute tramite la procedura per il controllo interno

Appendice – Tabelle di dettaglio

148

150

153

155

158

168

169

172

174

176

177



Fondazione TIM

188

Appendice

Risultati 2015 e 2016

Obiettivi 2017 e pluriennali

192

193

196

Nota metodologica

199

Relazione della società di revisione sul Bilancio di Sostenibilità

200

Relazione della società di revisione sui risultati dell'applicazione del TIM Shared Value Model

203

GRI Content Index

214



Gruppo TIM



IL PROFILO DEL GRUPPO TIM

[G4-3] Il Gruppo TIM offre servizi di comunicazioni fisse e mobili e soluzioni ICT¹. In Italia, il Gruppo gestisce la più grande infrastruttura di rete fissa, per voce e dati, diffusa in modo capillare su tutto il territorio, e fornisce una delle piattaforme di rete mobile più estesa e avanzata del Paese. **[G4-6]** La leadership domestica è accompagnata da una significativa presenza internazionale in Brasile. **[G4-17a]** Per il dettaglio dei Paesi in cui TIM è attiva si rimanda alla Nota 45 del Bilancio Consolidato del Gruppo nella quale sono anche elencate le imprese del Gruppo suddivise per modalità di consolidamento. **[G4-13]**, **[G4-22]** Nel corso del 2016 non si sono registrate variazioni significative nelle operazioni e nel perimetro di consolidamento; per un dettaglio delle variazioni intervenute si rimanda alle Note 1 e 3 del Bilancio Consolidato del Gruppo. Nell'arco dell'ultimo triennio tra le principali variazioni si segnalano l'iscrizione tra le discontinued operations e la successiva cessione del Gruppo Sofora – Telecom Argentina, la creazione di INWIT S.p.A., quotata alla Borsa Valori di Milano, che opera nel settore delle infrastrutture per le comunicazioni elettroniche, nello specifico in quelle dedicate all'ospitalità di apparati di trasmissione radio per le reti di telefonia mobile sia di TIM sia di altri operatori.

[G4-8] [G4-9] Tutte le attività del Gruppo sono riconducibili alle seguenti Business Unit:

- **“Domestic”** opera prevalentemente in Italia, nell'ambito dei servizi di fonia e dati su rete fissa e mobile per i clienti finali (retail) e altri operatori (national wholesale) oltre che nel settore dei prodotti e servizi per l'information technology in ambito domestico. La Business Unit, oltre alla gestione dei multiplex digitali attraverso Persidera S.p.A.², comprende anche le attività di INWIT S.p.A. e, in campo internazionale, le attività relative allo sviluppo delle reti in fibra ottica (international wholesale) in Europa, nel Mediterraneo e in Sud America;
- **“Brasile”** (Gruppo TIM Brasil) offre servizi di telecomunicazioni mobili. Inoltre, con le acquisizioni di alcuni operatori fissi, offre servizi di trasmissione dati su fibra ottica e servizi di banda larga residenziali;
- le **“Altre attività”** comprendono le imprese finanziarie e le altre società minori non strettamente legate al “core business” del Gruppo.

I PRINCIPALI BRAND DEL GRUPPO

[G4-4] [G4-8] I principali brand commercializzano servizi e prodotti in ambito fonia/dati e nell'information technology, per clienti residenziali, business, Pubblica Amministrazione, operatori nazionali e internazionali. Inoltre, il Gruppo fornisce capacità trasmissiva e soluzioni tecnologiche per gli operatori del settore televisivo.

TIM è il brand unico del Gruppo che opera nel mercato domestico offrendo servizi di telefonia fissa e mobile, internet, contenuti digitali e servizi cloud. TIM accompagna l'Italia verso il traguardo della piena digitalizzazione, grazie alla realizzazione delle infrastrutture di rete ultrabroadband e alla diffusione dei servizi di ultima generazione. In **Brasile** TIM commercializza servizi mobili e di internet in mobilità oltre che servizi fissi.

Tramite il brand **Sparkle**, il Gruppo offre soluzioni voce, dati e internet internazionali agli operatori di telecomunicazioni fissi e mobili, agli Internet Service Provider/Application Service Provider, content e media player e alle aziende multinazionali.

¹ **[G4-3]** Per informazioni di carattere generale sulla forma del Gruppo, si veda il Bilancio Consolidato del Gruppo TIM.

² Persidera S.p.A. nasce dalla joint venture tra gli operatori di rete Telecom Italia Broadcasting (TIMB) e Rete A, di proprietà del Gruppo Editoriale L'Espresso. La società possiede cinque multiplex digitali nazionali ed è il fornitore di riferimento dei principali editori televisivi operanti in Italia.



Il brand **Olivetti** commercializza prodotti e servizi legati all'information technology per clientela residenziale e business.

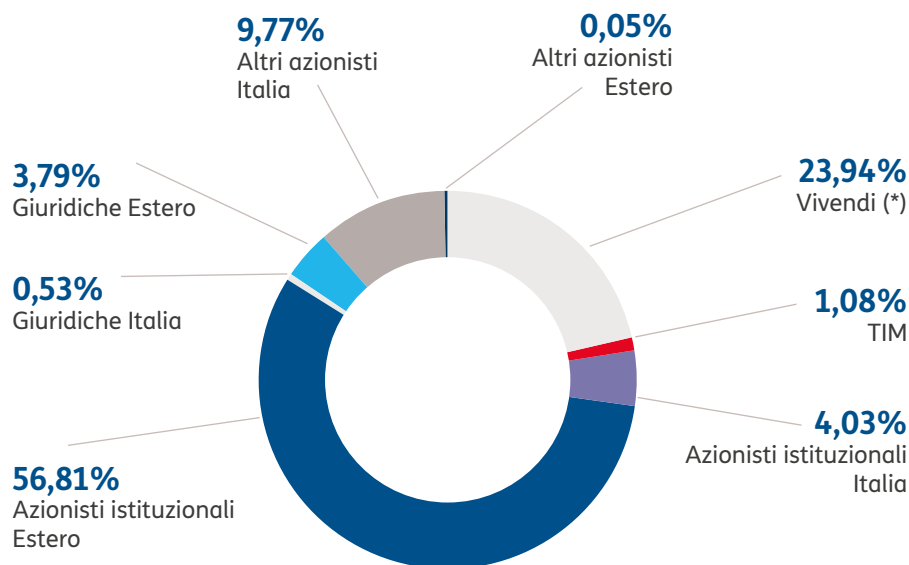
Persidera offre capacità trasmissiva in tecnica digitale terrestre e soluzioni tecnologiche ai principali editori televisivi operanti nel mercato domestico.

Infine **INWIT** è la tower company del Gruppo.

I PRINCIPALI AZIONISTI DI TELECOM ITALIA S.P.A.

[G4-7] Telecom Italia è una società per azioni organizzata secondo l'ordinamento giuridico della Repubblica Italiana¹, **[G4-5]** dove ha sede la Capogruppo. **[G4-7]** L'azionista di riferimento al 31 dicembre 2016, risulta essere Vivendi S.A. con il 23,94% del capitale ordinario, **[G4-13]** La composizione azionaria non ha subito rilevanti cambiamenti nel corso del 2016, dopo l'ingresso, nel 2015, dell'azionista francese Vivendi. La struttura del Patrimonio Netto e il numero di azioni in circolazione sono riportati nella Nota 14 del Bilancio Consolidato del Gruppo. Per maggiori informazioni su segnalazioni effettuate alla Consob riguardo a possessori azionari rilevanti si rimanda alla Relazione sulla gestione del Gruppo TIM.

Si riporta di seguito la composizione del capitale azionario al 31 dicembre 2016².



[G4-13] L'esame della composizione del capitale azionario nel periodo 2014-2016 evidenzia nel 2016, oltre all'incremento della partecipazione di Vivendi S.A. (+2,6pp) rispetto al 2015, un lieve incremento della partecipazione degli investitori istituzionali esteri e italiani, rispettivamente pari a +2,3pp e + 0,5pp. La quota posseduta dalle persone giuridiche estere, nel periodo, si è leggermente incrementata (dal 3,0% del 2014 al 3,8% del 2016) mentre la partecipazione delle persone giuridiche Italia si è lievemente ridotta, passando dallo 0,8% del 2014 allo 0,5% del 2016.

Circa le categorie altri azionisti Italia e altri azionisti esteri, infine, continua anche nel 2016 la riduzione del possesso nel triennio; il movimento è marcato per gli altri investitori italiani (-4,8pp), lieve per gli altri investitori esteri.

¹ **[G4-7]** Si veda anche il Bilancio Consolidato del Gruppo TIM.

² Fonte: Libro dei Soci al 31 dicembre 2016 integrato da comunicazioni ricevute e da altre informazioni a disposizione.



IL SISTEMA DI CORPORATE GOVERNANCE

Sono di seguito brevemente illustrati alcuni aspetti della Corporate Governance del Gruppo particolarmente rilevanti (materiali) per la rendicontazione di sostenibilità secondo le linee guida GRI-G4. Per una descrizione più approfondita ed esaustiva si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari dell'esercizio 2016 (d'ora in avanti "RGS"), alla Relazione sulla Remunerazione (d'ora in avanti "RR"), allo Statuto e alle procedure di Governance del Gruppo, disponibili sul sito telecomitalia.com.

[G4-34], [G4-35], [G4-40] Il Consiglio di Amministrazione del Gruppo è nominato dall'Assemblea degli Azionisti sulla base di liste presentate da aventi diritto di voto che complessivamente posseggano almeno lo 0,5% del capitale ordinario (ovvero la diversa misura richiesta dalla disciplina regolamentare emanata dalla Consob). L'attuale Consiglio di Amministrazione è stato nominato dall'Assemblea del 16 aprile 2014. Nel mese di dicembre 2015 il numero di Consiglieri è passato da 13 a 17 con la nomina di 4 Consiglieri su richiesta dell'azionista di riferimento Vivendi S.A.. Nel corso del 2016 il numero dei membri si è ridotto di 1 unità per l'uscita del precedente Amministratore Delegato del Gruppo.

[G4-38], [G4-40] L'unico stakeholder rappresentato in Consiglio è quindi l'azionariato. L'attribuzione (e la revoca) delle deleghe agli Amministratori è riservata al Consiglio, che ne definisce l'oggetto, i limiti e le modalità di esercizio.

[G4-40] Lo Statuto del Gruppo richiede che gli esponenti del genere meno rappresentato siano almeno un terzo del totale dei consiglieri, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità superiore. L'indipendenza di un numero minimo di consiglieri è richiesta dalla legge (Testo Unico della Finanza) sulla base della composizione complessiva del Consiglio; la stessa legge e il Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana definiscono anche i criteri di indipendenza degli Amministratori. Con modifica introdotta nel maggio 2015, nello statuto di TIM è stato inserito un principio di indipendenza, in sede di rinnovo del Consiglio di Amministrazione, di almeno la metà dei candidati e degli eletti di ciascuna lista. Il riferimento è fatto alternativamente ai requisiti di indipendenza legali o del Codice di autodisciplina redatto dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana, al quale TIM aderisce.

[G4-40] Nell'esprimere il proprio parere di orientamento ai soci, in vista dell'Assemblea di rinnovo dell'organo amministrativo, avvenuto con l'assemblea del 16 aprile 2014, il Consiglio di Amministrazione uscente si era espresso su alcuni desiderata relativi al nuovo Consiglio, tra cui:

- le competenze di cui si riteneva opportuna la presenza erano la conoscenza del settore telecomunicazioni e/o information technology (anche sotto il profilo della regolazione), o comunque di business contigui, l'indirizzo strategico, la finanza, la comunicazione e l'organizzazione, la gestione dei rischi e il controllo interno. In termini di background professionale, si reputava da prediligere l'estrazione manageriale (in primis: CEO o CFO di aziende di dimensioni importanti), ma era giudicato utile anche il contributo di accademici esperti di finanza e fiscalità, rischi, diritto o del settore tecnico di operatività del Gruppo;
- era auspicata un'apertura internazionale, mediante l'inserimento in lista di candidati non italiani, ovvero di soggetti che avessero maturato un'esperienza professionale all'estero;
- delle varie componenti andava assicurato un mix equilibrato, in quanto la compresenza di competenze ed esperienze diversificate assicura la complementarietà dei profili professionali e favorisce la dialettica e l'efficiente funzionamento del Consiglio, nella consapevolezza che le competenze specialistiche possono essere contribute dalle strutture interne ovvero, in caso di necessità, da consulenti esterni, e che le complessità delle dinamiche da gestire suggeriscono piuttosto una preventiva esperienza dei candidati all'interno di organi consiliari di società quotate. (cfr. *Proposte Deliberative - Assemblea degli Azionisti del 16 aprile 2014*, disponibile sul sito telecomitalia.com)



[G4-38] Il Consiglio di Amministrazione in carica è composto da 16 membri, di cui 9 indipendenti. Dei componenti del Consiglio, 6 sono donne e il genere femminile è l'unico sottogruppo sociale rappresentato. La tabella 2 "Struttura del Consiglio di Amministrazione e dei Comitati e altri incarichi ricoperti" contenuta in RGS, indica, per ciascun amministratore, la durata dell'incarico, i comitati di appartenenza, il numero e la natura di altri incarichi (intendendosi per tali gli incarichi di amministratore o sindaco ricoperti dal soggetto interessato in altre società quotate in mercati regolamentati, anche esteri, in società finanziarie, bancarie, assicurative o di rilevanti dimensioni), la lista di appartenenza (indicando "LSGR" in caso di nomina con voto di lista e candidatura da parte della Lista SGR e Investitori Istituzionali, indicando "LT" in caso di nomina con voto di lista e candidatura da parte della Lista Telco ovvero "T" in caso di originaria candidatura nella Lista Telco ma nomina a parte dell'Assemblea con modalità di voto ordinaria, indicando "V" in caso di nomina di candidati proposti dal socio Vivendi S.A., avvenuta nel corso dell'Assemblea degli azionisti del 15 dicembre 2015), l'eventuale indipendenza, l'esecutività/non esecutività. I curricula di ciascun amministratore sono disponibili sul sito telecomitalia.com canale *Il Gruppo*, sezione *Organi Sociali/Consiglio di Amministrazione/Membri*. Le competenze in campo economico dei Consiglieri spaziano dall'insegnamento universitario, agli studi universitari e post universitari, alla preparazione specifica nel settore fusioni e acquisizioni, ad esperienze presso l'Autorità di vigilanza del mercato borsistico e all'apice di grandi aziende. Un amministratore ha dichiarato inoltre di aver seguito progetti su temi attinenti alla sostenibilità. Maggiori dettagli sono disponibili sul sito telecomitalia.com canale *Il Gruppo*, sezione *Organi Sociali/Consiglio di Amministrazione/Membri*.

[G4-47] Nel 2016 si sono tenute 14 riunioni del Consiglio di Amministrazione.

[G4-43] I Consiglieri partecipano a specifici incontri con il management o con consulenti esterni, finalizzati a fornire un'adeguata conoscenza del settore di attività in cui opera l'Azienda, delle dinamiche aziendali e della loro evoluzione. Si organizzano colazioni di lavoro, workshop sulle nuove tecnologie, incontri formativo-informativi in vista delle riunioni strategiche. L'aggiornamento rispetto al quadro normativo di riferimento è oggetto di specifiche note informative. Come accaduto nel 2016, anche per il 2017 sono previsti incontri specifici sulla sostenibilità.

[G4-34], [G4-40] Attualmente i comitati costituiti all'interno del Consiglio sono il Comitato Strategico, il Comitato per il Controllo e i Rischi e il Comitato per le Nomine e la Remunerazione. L'eventuale conclusione di operazioni rilevanti con parti correlate è soggetta all'istruttoria del Comitato per il Controllo e i Rischi in caso di operazioni di minore rilevanza, ovvero di un Comitato composto da tutti gli Amministratori indipendenti in caso di operazioni di maggiore rilevanza. Il processo di selezione e nomina dei membri del comitato, così come i requisiti di indipendenza e di competenza, sono descritti nel Regolamento Comitato Nomine e Remunerazione e nel Regolamento Comitato Controllo e Rischi, disponibili sul sito telecomitalia.com.

[G4-44a] Per l'esercizio 2016 il processo di autovalutazione della dimensione, della composizione e del funzionamento del Consiglio e dei suoi Comitati, è stato effettuato con il supporto del consulente Egon Zehnder. La *board review* viene effettuata (dal 2005) con cadenza annuale.

[G4-44b] Maggiori informazioni sulle modalità e le risultanze dell'assessment sono illustrate in RGS. Nell'autovalutazione del 2016 non sono state affrontate tematiche di sostenibilità.

[G4-35], [G4-36], [G4-39], [G4-42] L'Assemblea del 16 aprile 2014 ha nominato Presidente Giuseppe Recchi e nella successiva riunione del Consiglio di Amministrazione del 18 aprile Marco Patuano è stato nominato Amministratore Delegato. Successivamente, in data 22 marzo 2016, Marco Patuano ha rassegnato le dimissioni ed il Consiglio di Amministrazione, in data 30 marzo 2016, ha nominato Amministratore Delegato il consigliere Flavio Cattaneo.



Sempre in data 30 marzo 2016, il Consiglio ha aggiornato le deleghe attribuite ai due Amministratori Esecutivi.

Tra le deleghe e i poteri attribuiti al Presidente Esecutivo si menzionano:

- l'identificazione delle linee guida dello sviluppo del Gruppo, d'intesa con l'Amministratore Delegato, con poteri di individuazione e analisi di operazioni straordinarie;
- la supervisione dell'elaborazione dei piani strategici, industriali e finanziari, della loro realizzazione e del loro sviluppo nonché la verifica dell'attuazione delle delibere consiliari;
- la supervisione della definizione degli assetti organizzativi e il potere di organizzazione e dimensionamento del personale e delle risorse necessarie per l'esercizio delle proprie funzioni, avvalendosi direttamente della funzione Human Resources & Organizational Development che riporta all'Amministratore Delegato;
- la supervisione dell'andamento economico e finanziario della società e del Gruppo;
- la supervisione del processo di esame e definizione delle linee del sistema di controllo interno;
- la supervisione in materia di security e sulla società TISparkle;
- la rappresentanza della società e del Gruppo nei rapporti esterni con tutte le Autorità, le Istituzioni italiane e internazionali e gli investitori (fermo restando che la funzione Investor Relations riporta all'Amministratore Delegato);
- la responsabilità delle seguenti funzioni a suo diretto riporto:
 - Brand Strategy & Media;
 - Institutional Communication (ferma la facoltà dell'Amministratore Delegato di avvalersi dell'Ufficio Stampa per il necessario supporto nella gestione operativa coordinandosi con il Presidente Esecutivo);
 - Legal Affairs (ferma la facoltà dell'Amministratore Delegato di avvalersi della funzione Legal Affairs per il necessario supporto nella gestione operativa);
 - Public Affairs;
- la responsabilità della funzione Corporate Shared Value (CSV) **[G4-48]** inclusa la responsabilità della redazione del Bilancio di sostenibilità e il governo della Fondazione TIM.

[G4-35], [G4-36], [G4-42] Tra le deleghe e i poteri attribuiti all'Amministratore Delegato si menzionano:

- la responsabilità delle attività di amministrazione (ivi inclusa la redazione del Bilancio d'Esercizio) di finanza ordinaria e straordinaria, fiscalità, controllo di gestione e Investor Relations;
- la responsabilità di definire, proporre al Consiglio di Amministrazione e quindi attuare e sviluppare i piani strategici, industriali e finanziari;
- la responsabilità di definire gli assetti organizzativi, le politiche del personale e le relazioni con le organizzazioni sindacali;
- tutte le responsabilità organizzative per garantire la gestione e lo sviluppo del business in Italia e in Sud America;
- la responsabilità della disclosure al mercato, con riferimento alla società;
- la responsabilità di "datore di lavoro" ai fini della responsabilità per la sicurezza e la salute dei lavoratori sui luoghi di lavoro, con riferimento alla società;
- la responsabilità e i poteri in materia di trattamento e protezione dei dati personali, con riferimento alla società.

[G4-35], [G4-36] Il sistema di deleghe dei poteri da parte degli amministratori esecutivi (Presidente Esecutivo e Amministratore Delegato) alle funzioni a loro riporto è oggetto di una apposita procedura aziendale che stabilisce le modalità attraverso cui tale sistema deve essere implementato (Conferimento e Revoca Procure). Le deleghe sono di norma conferite ai riporti diretti degli amministratori esecutivi e, in particolare, per le questioni di carattere economico-finanziario, sono delegati i riporti dell'Amministratore Delegato che si occupano



di tali materie, mentre per la sostenibilità è delegato il riporto del Presidente Esecutivo a capo della funzione CSV. I riporti diretti possono a loro volta delegare determinati poteri a specifiche funzioni; **[G4-37]** in particolare, sono conferite in questo modo le deleghe per la consultazione degli stakeholder (clienti, fornitori, Pubblica Amministrazione, dipendenti ecc., descritti nel paragrafo *Stakeholder Engagement* nel capitolo *Corporate Shared Value*).

[G4-41] La procedura aziendale per l'effettuazione delle operazioni con parti correlate, redatta in ottemperanza al Regolamento Consob n. 17221 del 12 marzo 2010, è sistematicamente aggiornata (l'ultima revisione è del 17 marzo 2016) ed è illustrata in RGS, cfr. *Interessi degli amministratori e operazioni con parti correlate*. La disclosure delle eventuali operazioni con parti correlate nel periodo di riferimento è inserita nella Relazione Finanziaria Annuale, capitolo *Operazioni con parti correlate*¹.

[G4-45], [G4-46], [G4-14] Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è costituito dall'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire - attraverso un adeguato processo di identificazione, misurazione, gestione e monitoraggio dei principali rischi - una conduzione dell'impresa sana, corretta e coerente con gli obiettivi prefissati. Il Consiglio di Amministrazione, in quanto responsabile del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, definisce le linee di indirizzo del sistema, verificandone l'adeguatezza, l'efficacia e il corretto funzionamento, così che i principali rischi aziendali (tra l'altro, quelli operativi, di Compliance, economici, di natura finanziaria) siano correttamente identificati e gestiti nel tempo.

L'istituzione e il mantenimento del sistema di controllo interno sono affidati agli Amministratori Esecutivi, ciascuno rispetto all'area delegata, e al Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili della Società per l'ambito di competenza, così da assicurare l'adeguatezza complessiva del sistema e la sua concreta funzionalità, in una prospettiva di tipo risk based, che viene considerata anche nella definizione dell'agenda dei lavori consiliari. Il coordinamento tra i soggetti coinvolti nel sistema di controllo interno e di gestione dei Rischi è illustrato in RGS.

Il sistema di controllo interno si completa con il c.d. "Modello Organizzativo 231", vale a dire un modello di organizzazione e gestione, adottato ai sensi del d.lgs. n. 231/2001 volto a prevenire la commissione dei reati che possono comportare una responsabilità della Società.

[G4-45], [G4-46], [G4-14] Il Gruppo ha adottato un Modello Enterprise Risk Management (di seguito ERM) che consente di individuare, valutare e gestire i rischi in modo omogeneo all'interno delle società del Gruppo, evidenziando potenziali sinergie tra gli attori coinvolti nella valutazione del Sistema di Controllo Interno. Particolare focus è posto sulla relazione tra il processo ERM e il processo di pianificazione industriale, in particolare nella proposizione del livello accettabile per il Gruppo (*Risk Appetite*) nonché nella sua declinazione nei livelli di scostamento accettabili sui principali obiettivi aziendali (*Risk Tolerance*).

Il processo è diretto dallo Steering Committee ERM che è presieduto e coordinato dal CFO. Lo Steering Committee assicura il governo della gestione dei rischi di Gruppo, finalizzato a garantire la continuità operativa del business monitorando l'efficacia delle contromisure adottate. Il processo ERM è progettato per individuare eventi potenziali che possano influire sull'attività di impresa, per ricondurre il rischio entro limiti accettabili e per fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi aziendali. Per maggiori dettagli si rimanda al capitolo *Essere sostenibili in TIM*, paragrafo *L'Enterprise Risk Management system*.

¹ Per "parte correlata" e "parti correlate" di TIM si intendono i soggetti definiti come tali dal Regolamento Consob. A prescindere dalla loro qualificabilità come parti correlate ai sensi dei principi contabili, la Procedura si applica anche ai partecipanti a patti parasociali rilevanti ai sensi dell'art. 122 del Testo Unico della Finanza che disciplinano la candidatura alla carica di Consigliere di Amministrazione della Società, là dove dalla lista presentata dai partecipanti ai patti parasociali sia risultata tratta la maggioranza dei Consiglieri nominati.



[G4-49], [G4-50], [G4-58] Dal mese di novembre 2015 è in vigore in TIM la nuova procedura segnalazioni (“Procedura *Whistleblowing*”), che prevede la gestione accentrata, a cura della Direzione Audit, di tutte le segnalazioni - comprese quelle di competenza del Collegio Sindacale, anche nel suo ruolo di Organismo di Vigilanza 231 - tramite un applicativo informatico, al quale i segnalanti possono accedere dalla intranet aziendale. Da febbraio 2016, tale canale di segnalazione è accessibile anche dal sito internet di Gruppo. Le segnalazioni possono essere effettuate da qualsiasi dipendente, collaboratore, consulente, prestatore di lavoro, nonché terzo in rapporti d'affari con il Gruppo. Per ciascuna segnalazione il sistema assegna un codice identificativo univoco, che consente al segnalante di verificarne lo stato di lavorazione, in modo anonimo.

[G4-57], [DMA Labor Practice Grievance Mechanisms] Come evidenziato nell'art. 4 del Codice Etico e di Condotta di Gruppo, richieste di chiarimenti sulla correttezza di comportamenti propri o altrui - ai fini della piena osservanza del Codice e dei suoi valori - devono essere indirizzati al responsabile della Direzione Audit di TIM S.p.A. o al responsabile della funzione Audit della società estera del Gruppo direttamente interessata, nel rispetto di specifiche procedure interne.

[G4-58] Alle stesse figure, avvalendosi dell'apposita procedura *Whistleblowing*, i destinatari del Codice e quanti vi hanno aderito devono segnalare tempestivamente:

- eventuali violazioni, richieste o induzioni alla violazione di norme di legge o regolamento, di prescrizioni del Codice, di procedure interne, con riferimento alle attività e prestazioni di interesse del Gruppo;
- ogni irregolarità o negligenza nella tenuta della contabilità, nella conservazione della relativa documentazione, nell'adempimento degli obblighi di reportistica contabile o gestionale interna delle società del Gruppo.

Nessuna conseguenza negativa deriva in capo a chi abbia in buona fede effettuato una segnalazione.

È in ogni caso assicurata la riservatezza dell'identità dei segnalanti secondo apposite procedure interne, fatti salvi gli obblighi di legge. Nessun destinatario del Codice, collaboratore o terzo in rapporti di affari con il Gruppo, può essere soggetto a sanzioni o, comunque, può essere discriminato qualora rifiuti il compimento di atti o l'adozione di comportamenti ritenuti in buona fede in violazione del Codice, anche se tale rifiuto abbia determinato la perdita di un affare o altra conseguenza pregiudizievole per il business aziendale e/o di Gruppo. Anche la controllata brasiliana TIM Participações utilizza un sistema di ricezione delle segnalazioni basato su un form, accessibile anche dal sito internet della società, che consente di acquisire la segnalazione su una casella di posta elettronica, dotata di sistemi di sicurezza informatica, per la successiva gestione della medesima.

[G4-50] Nel 2016, attraverso la procedura *Whistleblowing* sono arrivate 219 segnalazioni in Italia e 518 in Brasile. Il paragrafo *Diritti Umani* del capitolo *Essere sostenibili in TIM* e il paragrafo *Segnalazioni* del capitolo *Le persone di TIM* illustrano le segnalazioni pervenute relative a presunte violazioni dei diritti umani e del lavoro¹.

[G4-50] Nella Relazione del Collegio Sindacale viene indicato il numero di segnalazioni pervenute al Collegio Sindacale e viene fornito un resoconto sugli accertamenti svolti dal Collegio stesso con il supporto del Group Compliance Officer (cfr. *Relazione Finanziaria Annuale 2016*). Nel corso del 2016 è pervenuta all'Organismo di Vigilanza una sola segnalazione, comunque non pertinente a Codice Etico, Diritti Umani e Modello Organizzativo 231.

¹ In particolare, il paragrafo Diritti Umani contiene una dettagliata descrizione della procedura e delle tipologie di tutte le segnalazioni effettuate tramite la procedura.



[G4-51], [G4-52] La politica sulla remunerazione dei componenti del Consiglio di Amministrazione è definita in linea con le norme di legge e le previsioni statutarie in base alle quali:

- **[G4-53]** l'Assemblea degli azionisti determina il compenso globale annuo lordo del Consiglio di Amministrazione (non anche degli amministratori muniti di particolari cariche: Presidente Esecutivo e Amministratore Delegato); si esprime sulla prima sezione della Relazione sulla Remunerazione (RR); delibera in merito ai piani di compensi basati sull'attribuzione di strumenti finanziari;
- il Consiglio di Amministrazione delibera sul riparto del compenso determinato dall'Assemblea (quando stabilito in un importo complessivo per l'organo nella sua collegialità); definisce la politica di remunerazione degli Amministratori Esecutivi e dei dirigenti con responsabilità strategiche; determina la remunerazione degli Amministratori che ricoprono speciali cariche.

Il Consiglio di Amministrazione è inoltre responsabile della formulazione di proposte all'Assemblea sui piani di compensi basati sull'attribuzione di strumenti finanziari nei confronti di Amministratori e dipendenti e della predisposizione della Relazione sulla Remunerazione (RR).

[G4-52] Al fine di assicurare che le scelte effettuate in materia di remunerazione siano adeguatamente istruite, conformi alle regole di trasparenza e di rigorosa disciplina dei potenziali conflitti di interesse, il Consiglio di Amministrazione si avvale del supporto del Comitato per le Nomine e la Remunerazione. Per lo svolgimento delle proprie funzioni, il Comitato (alle cui riunioni interviene il Presidente del Collegio Sindacale o altro Sindaco di volta in volta da questi designato) si avvale della collaborazione delle competenti strutture della Società e può avvalersi del supporto di consulenti esterni che non si trovino in situazioni tali da comprometterne l'indipendenza di giudizio. Anche per l'esercizio 2016, il Comitato si è avvalso dell'assistenza e del supporto forniti da Mercer Italia.

[G4-51] Fatta eccezione per il Presidente Esecutivo e l'Amministratore Delegato, gli Amministratori percepiscono esclusivamente compensi fissi. La Tabella 1 "Compensi corrisposti ai componenti dell'Organo di Amministrazione e di Controllo e ai Dirigenti con Responsabilità Strategiche" in RR indica per ciascun consigliere tutte le tipologie e l'ammontare dei compensi attribuiti. I dettagli delle componenti della remunerazione fissa e variabile (inclusa l'eventuale componente di stock option), dei benefit e del trattamento di severance attribuiti all'Amministratore Delegato, al Presidente e ai dirigenti con responsabilità strategiche, così come gli obiettivi per la componente variabile della remunerazione dell'Amministratore Delegato, sono illustrati in dettaglio in RR. In particolare, per gli Amministratori esecutivi, gli obiettivi assegnati per il 2016 sono prevalentemente di natura finanziaria e riguardano gli indicatori di EBITDA di Gruppo, di Net Financial Position di Gruppo e di Service Revenues di Gruppo (con esclusione del First Quarter 2016 per l'Amministratore Delegato). A questi si aggiungono un set di obiettivi di tipo qualitativo, che per l'Amministratore Delegato riguardano le iniziative strategiche 2016 (rappresentate dal nuovo piano di turnaround del mercato domestico, dall'aggiornamento del piano di turnaround per il Brasile, dall'aggiornamento del piano broadband e dalla voce "Rates and Authority"), mentre per il Presidente contemplano un obiettivo relativo ai Media ed uno concernente la valutazione, a cura del Board, dell'efficacia nella gestione delle attività del Consiglio di Amministrazione.

RIFERIMENTI

Il Gruppo agisce nella convinzione che le attività di business debbano essere svolte tenendo in considerazione le aspettative degli stakeholder, in linea con i principi stabiliti dagli standard



riconosciuti a livello internazionale. Nella definizione e attuazione della strategia e dei programmi di sostenibilità, il Gruppo si ispira alle linee guida emanate dai principali organismi mondiali di indirizzo e standardizzazione sulla Corporate Responsibility. Il sistema di gestione della sostenibilità tiene conto anche delle normative e dei principali standard internazionali, in particolare:

- direttive, raccomandazioni e comunicazioni della Commissione Europea;
- linee guida dell'OCSE destinate alle imprese multinazionali;
- certificazioni ISO 9001 e ISO 14001 per i sistemi di gestione della qualità e dell'ambiente;
- principi delle convenzioni dell'International Labour Organization (ILO) per il rispetto dei diritti fondamentali dei lavoratori;
- standard del Social AccountAbility 8000 (SA 8000), finalizzato a favorire il rispetto dei diritti umani e delle condizioni di lavoro da parte delle aziende e della loro filiera di fornitura;
- Sustainability Reporting Guidelines del GRI, versione G4, opzione comprehensive;
- AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS 2008) elaborato da Accountability, organizzazione internazionale che promuove la collaborazione tra gli stakeholder e la definizione di standard e linee guida in materia di sostenibilità;
- sistema di gestione ISO 26000, rivolta alle organizzazioni private e pubbliche di qualunque dimensione.

[G4-15], [G4-16] TIM da tempo aderisce a numerose organizzazioni ambientali e sociali, a livello nazionale e internazionale, per diffondere valori universalmente riconosciuti quali il rispetto dei Diritti Umani e del lavoro e la tutela dell'ambiente. Di seguito si riportano le principali associazioni a cui partecipa il Gruppo e alcune delle carte e codici sottoscritti:

- Global Compact, principale riferimento a livello mondiale lanciato nel 2000 dall'ONU, a cui TIM ha aderito fin dal 2002. TIM è membro del Global Compact Network Italia;
- ITU (International Telecommunication Union), la principale agenzia delle Nazioni Unite per le Telecomunicazioni e l'Informazione, nonché punto di riferimento per governi e settore privato nello sviluppo di reti e servizi. TIM partecipa al gruppo di lavoro Environment and Climate Change (Study Group 5);
- ETSI (European Telecommunications Standards Institute), la principale organizzazione europea di standardizzazione per le telecomunicazioni. TIM partecipa ai seguenti comitati tecnici e gruppi di interesse concernenti l'ambiente: TC ATTM (Access, Terminals, Transmission and Multiplexing) e TC EE (Environmental Engineering);
- GSM Association, e in particolare il gruppo di lavoro GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content, per tutte le iniziative tecnologiche e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile;
- ICT Coalition for Children Online e Better Internet for Kids (ex CEO Coalition), per la definizione e l'implementazione dei principi e delle tecnologie necessarie a rendere internet un luogo più sicuro per i minori;
- GRI, l'organismo fondato nel 1997 dal CERES, Coalition for Environmentally Responsible Economies, con l'obiettivo di sviluppare le linee guida, applicabili globalmente, per la stesura del Report di Sostenibilità;
- GeSI (Global e-Sustainability Initiative), una partnership globale di società ICT per promuovere lo sviluppo sostenibile delle nuove tecnologie. TIM è rappresentata nell'Assemblea Generale e partecipa ai gruppi di lavoro dell'iniziativa, in particolare nell'Industry Responsibility Committee che segue i progetti legati alla valutazione della performance dei fornitori e all'assessment della sostenibilità dei prodotti e dei servizi. Dalla metà del 2012 alla metà del 2014 TIM ha anche fatto parte del Board of Directors, ricoprendo il ruolo di tesoriere;
- ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association), un'associazione di settore che ha tra i suoi obiettivi lo sviluppo di un mercato europeo delle TLC competitivo ed efficiente attraverso il coordinamento tra gli operatori e il dialogo con le Istituzioni. TIM fa parte dell'Executive Board, di cui ha avuto la presidenza dal 2011 al 2014 e ha aderito alla Corporate Responsibility Charter of the European Telecommunications Network



Operators' Association. Le problematiche legate alla corporate responsibility sono gestite attraverso un gruppo di lavoro, di cui TIM ha la presidenza dal 1997, che ha anche - fra i suoi mandati - la promozione e la verifica degli obiettivi assunti attraverso la Corporate Responsibility Charter dell'Associazione. A questo gruppo di lavoro risponde una task force sull'energia, coordinata da TIM, che si occupa di valutare e mettere a fattor comune le migliori prassi e le soluzioni più avanzate nel campo dell'efficienza energetica oltre ad una task force sulla protezione dei minori online;

- Joint Audit Cooperation, iniziativa congiunta tra operatori di telecomunicazioni per effettuare audit di sostenibilità presso gli stabilimenti produttivi dei rispettivi fornitori nelle aree geografiche che presentano un elevato livello di rischio dal punto di vista sociale e ambientale. TIM è stato uno dei tre soci fondatori ed è rappresentata nella Leadership Assembly (che ha funzione di indirizzo e verifica ed è costituita da rappresentanti di alto livello delle rispettive funzioni Acquisti e CSR dei membri) ed ha la vice-presidenza dell'Operational Committee, che sviluppa le strategie da proporre alla Leadership Assembly, definisce procedure e strumenti e coordina l'attività di audit dei fornitori;
- Joint Research Center, il centro di Ricerca della Commissione Europea che ha sviluppato, con l'ausilio degli operatori TLC, tra cui TIM, i Codici per l'efficienza energetica dei data center e per i consumi energetici degli apparati a larga banda, entrambi sottoscritti da TIM;
- FOSI, Family Online Safety Institute, un'organizzazione non profit internazionale il cui scopo è quello di rendere il mondo della rete più sicuro per i ragazzi e le loro famiglie, individuando le migliori strategie nel rispetto della libertà del web. Il FOSI favorisce inoltre il dialogo fra i capi di governo, il mondo dell'industria e il settore non profit nella ricerca di nuove soluzioni per la sicurezza dei bambini nel mondo del Web 2.0. TIM è la stata la prima azienda italiana ad aderire a questa importante istituzione.

TIM è inoltre associata a ANIMA e Sodalitas (entità che si occupano di sostenibilità nell'ambito di associazioni di categoria italiane), CSR Europe, una rete di aziende europee per lo sviluppo della sostenibilità nelle aziende e a FSG (Foundation Strategy Group), tramite la quale TIM partecipa alle attività della Shared Value Initiative, comunità globale che condivide temi e progetti che generano business value rispondendo a bisogni sociali.

Tra gli altri codici rilevanti per la sostenibilità sottoscritti da TIM, si menzionano la Carta delle pari opportunità, il Codice di Autoregolamentazione per i servizi mobili, il Codice di Condotta per i servizi a sovrapprezzo e il Codice di Autodisciplina per la comunicazione commerciale (disponibili sul sito telecomitalia.com).

CODICI, POLICY E CARTE DEL GRUPPO

[G4-56] Gli impegni assunti dal Gruppo si articolano in un sistema di Carte, Policy e Codici disponibili sulla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

Nel convincimento che il successo dell'impresa non possa prescindere dall'etica nella conduzione degli affari, il Codice Etico e di Condotta e la Policy per il Rispetto dei Diritti Umani nel Gruppo TIM indicano gli obiettivi e i valori informativi dell'attività dell'Azienda con riferimento ai principali stakeholder con i quali il Gruppo interagisce.

Le Carte dei Servizi, che intendono semplificare e rendere sempre più diretto il rapporto con la clientela, espongono i principi di comportamento e gli impegni assunti da TIM in materia di qualità dei servizi offerti; forniscono inoltre indicazioni per quanto riguarda il miglioramento continuo degli standard di qualità e dei canali di contatto a disposizione dei clienti. Le Carte dei Servizi sono disponibili anche sui siti commerciali del Gruppo (tim.it, impresasemplice.it).

Le Condizioni Generali di abbonamento e di contratto, che disciplinano i rapporti con la



clientela abbonata e si affiancano alle relative Carte dei Servizi, sono pubblicate sui siti tim.it, impresasemplice.it e nuvolaitaliana.it. Le Condizioni Generali di abbonamento per la telefonia fissa sono pubblicate anche all'interno degli elenchi telefonici.

Inoltre, in adempimento a quanto previsto da varie delibere emanate dall'Autorità per le Garanzie delle Comunicazioni in materia di qualità, sui siti web di riferimento sono pubblicati gli obiettivi prefissati per ogni anno dei singoli servizi (servizi di telefonia vocale fissa e mobile, servizi di accesso a internet, servizi di call center per l'assistenza alla clientela). Una selezione degli obiettivi e dei relativi livelli di raggiungimento è riportata in *Appendice*.

Gli altri impegni assunti dal Gruppo sono contenuti nei seguenti documenti, disponibili sulla sezione di sostenibilità del sito internet:

- *Rispettare i Diritti Umani nel Gruppo TIM*, che ribadisce come il settore delle TLC sia strategico in tema di Diritti Umani poiché produce impatti sull'accessibilità alla tecnologia e ai servizi (inclusione digitale geografica e sociale) in particolare per i soggetti più vulnerabili, oltre al diritto alla privacy, alla protezione dei dati personali e alla libertà di espressione in particolare quella on-line;
- *Responsabilità sociale nel Gruppo TIM*, sul rispetto degli standard di lavoro all'interno del Gruppo, con particolare riferimento a lavoro infantile, lavoro obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione, discriminazione, procedure disciplinari, orario di lavoro e retribuzione;
- *Rapporti con i fornitori nel processo di acquisto del Gruppo TIM*, che disciplina l'eticità negoziale del Gruppo (trasparenza, separazione dei ruoli, correttezza, tracciabilità) e i requisiti che TIM chiede ai propri fornitori in merito a standard di lavoro e ambiente;
- *Policy di Green Procurement*, che ha lo scopo di minimizzare gli impatti ambientali direttamente attribuibili all'Azienda e ai propri fornitori nell'ambito del processo d'acquisto;
- *Linee guida del Gruppo TIM per i contributi volontari alla Comunità* che disciplina le modalità con cui il Gruppo effettua gli investimenti a favore delle comunità in cui opera;
- *Codice di comportamento per la riservatezza dei dati relativi agli OLO (Other Licensed Operator)* che assicura il corretto trattamento e la riservatezza dei dati da parte delle divisioni aziendali che erogano servizi agli altri operatori;
- *Linee guida del Gruppo TIM per il marketing responsabile* che delinea i principi seguiti dal Gruppo per assicurare pratiche commerciali corrette, trasparenti e leali, aggiuntivi rispetto a quelli contenuti nelle Carte e nei Codici sopra ricordati.

Il Codice Etico e di Condotta di TIM sottolinea alcuni principi fondamentali per tutte le persone che lavorano nel Gruppo:

Eccellenza del servizio

Perseguiamo l'eccellenza del servizio verso i nostri clienti, creando valore per l'azionista e le comunità in cui operiamo

Etica e Compliance

Operiamo nel rispetto delle leggi e dei principi etici di universale accettazione, ispirati a trasparenza, correttezza e lealtà

Competizione

Promuoviamo una competizione leale, funzionale all'interesse dei clienti e di ciascun attore del mercato

Risorse umane

Valorizziamo le risorse umane del Gruppo, nel rispetto delle reciproche diversità, in un quadro di lealtà, di osservanza dei valori etici e di fiducia

Comunicazione

Assicuriamo la trasparenza della nostra azione nei rapporti con i clienti, il mercato, gli investitori, la comunità, i collaboratori e in genere tutti gli stakeholder

Comunità

Contribuiamo al benessere economico e alla crescita delle comunità nelle quali operiamo, nel rispetto dell'ambiente e dei diritti delle generazioni future

Salute e Sicurezza



Tuteliamo la sicurezza e la salute nei luoghi di lavoro, assicurando il rispetto dell'integrità fisica e morale, dei diritti e della dignità dei lavoratori

LOTTA ALLA CORRUZIONE

[G4-SO3a] La corruzione è ampiamente riconosciuta come uno dei principali fattori che mettono a repentaglio la crescita socio-economica e il benessere delle popolazioni. La prevenzione della corruzione è sempre stata una parte importante del sistema di controllo interno di TIM in tutte le sue società. Nel corso del tempo, i sistemi di presidio e controllo si sono evoluti e il perimetro delle sue società è cambiato. Qui ci concentreremo sull'attuale perimetro del Gruppo, che è composto dalle Business Unit Domestic (che comprende tutte le attività domestiche commerciali e tecniche di telefonia e media, Sparkle, INWIT e Olivetti) e Brasile (cfr. *Il Gruppo TIM/Il profilo del Gruppo*).

[G4-DMA Anti-corruption] Lo strumento di Gruppo per l'identificazione, la prevenzione e il controllo dei rischi di corruzione è il "Modello Organizzativo 231", un programma di compliance per la prevenzione dei reati ex D. Lgs 231/2001 che potrebbero comportare responsabilità amministrative per la Società ai sensi del Decreto Legislativo 231/2001. Risulta altresì adottata, nel dicembre 2012, la Policy Anti-corruzione di Gruppo, richiamata dal Modello Organizzativo 231. Nel Modello Organizzativo di Gruppo e nel Modello Organizzativo del Brasile sono identificati i processi a rischio reato corruzione tra cui: gestione dei rapporti con i soggetti pubblici (ad es. gestione ispezioni e procedimenti, rappresentazione della posizione dell'Azienda presso le Authority, richiesta di autorizzazioni, gestione finanziamenti agevolati, bandi di gara), negoziazione con i clienti (trattative commerciali, bandi gara), individuazione e gestione delle controparti nell'ambito rapporti commerciali, partnership, join venture, acquisizione partecipazioni, acquisti di beni e servizi, consulenze e prestazioni professionali. Nel 2016 è stata finalizzata l'adozione della due diligence per la valutazione delle controparti con riferimento alle aree sensibili individuate dalla Policy Anti-corruzione. Per quanto attiene al Brasile la due diligence risulta adottata nell'ambito del processo di acquisto (fornitori di beni e servizi/consulenze e prestazioni professionali).

Il Modello Organizzativo 231 si articola:

- nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo TIM, dove vengono indicati i principi generali (trasparenza, correttezza, lealtà) cui si ispira la Società nello svolgimento e nella conduzione degli affari;
- nei "principi generali del controllo interno", quale riferimento per il raggiungimento degli obiettivi di efficienza ed efficacia operativa, affidabilità delle informazioni finanziarie e gestionali, rispetto delle leggi e dei regolamenti, salvaguardia del patrimonio sociale anche contro possibili frodi;
- nei "principi di comportamento" che consistono in regole specifiche per i rapporti con i soggetti terzi, nonché gli adempimenti e le attività di natura societaria;
- negli "schemi di controllo interno", nei quali vengono descritti i processi aziendali a rischio reato, i reati presupposto associati ai medesimi, gli elementi di controllo e le indicazioni comportamentali a prevenzione delle condotte illecite.

Gli schemi di controllo interno sono stati elaborati nel rispetto dei seguenti principi: (i) la separazione dei ruoli nello svolgimento delle principali attività inerenti ai processi aziendali; (ii) la tracciabilità delle scelte, per consentire l'individuazione dei punti di responsabilità e la motivazione delle scelte stesse; (iii) l'oggettivazione dei processi decisionali, in modo che, in sede di assunzione delle decisioni, si prescindano da valutazioni meramente soggettive, facendo invece riferimento a criteri precostituiti.



[G4-SO3b] Le aree identificate a rischio di corruzione sono:

- omaggi e spese di rappresentanza
- eventi e sponsorizzazioni
- liberalità/quote associative/no profit
- consulenze, intermediazioni, rapporti con business partner e fornitori
- joint venture, acquisizioni e cessioni

e inoltre:

- vendita beni e servizi
- rapporti con Istituzioni/Authority
- autorizzazioni e concessioni
- finanza agevolata
- procedimenti giudiziari e arbitrali
- adempimenti per la tutela della salute e sicurezza del lavoro
- adempimenti in materia di tutela ambientale
- selezione e assunzione del personale
- operazioni svolte dal Vertice Aziendale

[G4-DMA Anti-corruption] E' in particolare vietato ricevere, pretendere, corrispondere, offrire e autorizzare, direttamente o indirettamente, compensi di qualunque natura, regali, vantaggi economici o altra utilità da, o a, un soggetto pubblico o privato e/o l'ente da esso direttamente o indirettamente rappresentato che: (a) eccedano un modico valore e i limiti di ragionevoli prassi di cortesia e, comunque, (b) siano suscettibili di essere interpretati come volti a influenzare indebitamente i rapporti tra le Società del Gruppo e il citato soggetto e/o l'ente da esso direttamente o indirettamente rappresentato, a prescindere dalla finalità di perseguimento, anche esclusivo, dell'interesse o del vantaggio della singola Società o del Gruppo.

Neppure sono ammessi i "facilitation payment", cioè i pagamenti di modico valore non ufficiali, effettuati allo scopo di velocizzare, favorire o assicurare l'effettuazione di un'attività di routine o comunque prevista nell'ambito dei doveri dei soggetti pubblici o privati con cui le società del Gruppo si relazionano.

I suddetti principi sono richiamati da specifica Policy di Gruppo sulla lotta alla corruzione che rivolge particolare attenzione a donazioni, elargizioni e/o partecipazioni a organizzazioni benefiche, fondazioni, enti no profit, prevedendo l'elargizione di eventuali contributi esclusivamente in favore di enti di provata affidabilità e riconosciuta reputazione, sottoposti a due diligence e nel rispetto di un budget redatto in base a criteri di economicità e ragionevolezza.

[G4-DMA Anti-corruption] Le aree di cui sopra costituiscono i criteri in base ai quali decidere se i processi o le attività sono a rischio (ogni processo/attività è a rischio se include tali aree¹). Il Modello Organizzativo si completa con l'Organismo di Vigilanza, che ha il compito di vigilare sul funzionamento e osservanza del Modello e di curarne il relativo aggiornamento. In base a quanto previsto dal D. Lgs 231/01 art. 6 c.4bis, le funzioni di Organismo di Vigilanza sono state attribuite al Collegio Sindacale nominato dall'Assemblea degli Azionisti del 15 maggio 2012. Gli interventi modificativi al Modello sono elaborati da un comitato manageriale di Gruppo denominato Steering Committee 231, istruiti dall'Organismo di Vigilanza e approvati dal Consiglio di Amministrazione quando di significativa entità.

Per fornire supporto operativo agli Organismi di Vigilanza delle Società appartenenti al Gruppo, all'interno della Direzione Compliance di TIM è presente una struttura dedicata (Compliance

¹ Inoltre, le procedure di TIM per le operazioni con parti correlate specificano tutte le misure da adottare al fine di mitigare il rischio legato a tali operazioni (le procedure sono approvate dal Consiglio di Amministrazione e sono pubblicate su <http://www.telecomitalia.com/tit/en/about-us/governance-system/procedures.html>).



231) con il compito di gestire le segnalazioni di violazioni del Modello Organizzativo e di effettuare specifici interventi di compliance, anche sulla base delle evidenze ricevute per il tramite dei flussi informativi istituiti all'interno del Gruppo.

[G4-SO3a] Il Modello Organizzativo 231 attualmente copre tutte le Business Unit del Gruppo, ed **[G4-SO4]** è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di TIM S.p.A. nel 2003 (in seguito sono state approvate le successive modifiche). Il 30 settembre 2016 il Consiglio di Amministrazione di TIM S.p.A. ha approvato la versione aggiornata della Policy Anticorruzione di Gruppo che prevede, tra l'altro, inserimento del processo "Finanza Agevolata" nelle "Aree Sensibili" e nuovi richiami relativamente alla validazione delle controparti (anti-corruption due diligence), ai provvedimenti disciplinari nonché alla procedura Whistleblowing di Gruppo. E' prevista altresì l'adozione della nuova versione della policy da parte dei Consigli di Amministrazione delle società controllate nazionali ed estere interessate. Inoltre, ad agosto 2014, il Consiglio di Amministrazione di TIM Participações ha approvato il Modello Organizzativo in applicazione alla legge anti-corruzione locale (Ley 12846/13) e alle previsioni al riguardo richieste a livello di Gruppo. In data 6 ottobre 2016 il Consiglio di Amministrazione di TIM Participações ha approvato una nuova versione del Modello Organizzativo risultando individuati specifici riferimenti ai fini dell'estensione di applicazione del Modello ai soggetti privati. In precedenza, in Brasile, risultano adottate procedure di prevenzione della corruzione, inclusa una Policy Anticorruzione del maggio 2013.

[G4-SO4] Per quanto riguarda le società italiane, il Modello Organizzativo 231 e la policy anticorruzione sono stati comunicati a tutti i dipendenti mentre i partner commerciali devono esprimere l'adesione ai principi ivi previsti. In Italia, nel 2015, è stata completata la formazione e-learning sul Modello Organizzativo 231 e aspetti anticorruzione. Si segnala che nell'ambito della formazione on-boarding per risorse neo-inserite in TIM S.p.A. sono stati effettuati specifici interventi su ambiti anticorruzione. Nel 2016 1.208 risorse hanno completato la fruizione di un modulo di apprendimento digitale su gestione delle informazioni privilegiate sulle postazioni di lavoro (Market Abuse). In generale le campagne formative non hanno necessariamente cadenza annuale, dipendono invece dalle novità introdotte nel Modello o da altre esigenze organizzative.

Nel 2016, è stato sviluppato un modulo di apprendimento digitale su tematiche relative alla nuova versione Policy Anticorruzione e Whistleblowing indirizzato ai dipendenti di TIM S.p.A. e società controllate nazionali. La relativa formazione è prevista nel 2017.

Campagne di formazione in e-learning effettuate in Italia*

	2016	2015	2014
Dirigenti	211	42	718
Quadri	420	185	3.787
Altri	577	10.828	33.877

*Unità di misura: persone

In Brasile la comunicazione su tematiche anticorruzione, a dipendenti e partner, è stata avviata nel 2014 e nel corso del 2015 sono state erogate attività formative in aula indirizzate ai focal point delle funzioni, alle risorse che gestiscono i rapporti con i soggetti pubblici e ai consulenti legali. Si segnala, infine, nell'ambito delle attività di sensibilizzazione sui temi anticorruzione, l'attività di diffusione del Codice Etico. In particolare, per quanto attiene TIM Participações, nel 2016 risulta completato da parte dei dipendenti (c.a. 100% del target - 10.000 risorse) il relativo corso di e-learning.

[G4-DMA Anti-corruption] I dipendenti vengono formati ogni volta che il Modello

¹ I partner commerciali comprendono i fornitori con ordini superiori a 3.000 euro, joint ventures, consulenti.



Organizzativo subisce modifiche sostanziali. TIM ha reso disponibile il modulo di formazione e-learning sul Modello Organizzativo 231 e aspetti anticorruzione agli organi sociali delle società controllate nazionali.

[G4-SO5] Negli ultimi 3 anni nessun episodio di corruzione è avvenuto nelle società del Gruppo, né sono stati avviati procedimenti legali per motivi di corruzione contro società del Gruppo nello stesso periodo. Ne consegue che nessuna società del Gruppo ha registrato sanzioni o concluso patteggiamenti in relazione a episodi di corruzione negli ultimi 3 anni. Per quel che riguarda i fornitori, negli ultimi 3 anni TIM non ha mai interrotto un contratto per motivi riconducibili a corruzione. Solo in un'occasione, nel 2014, TIM ha sospeso le nuove attività di un fornitore perché era stato accusato di corruzione.

[G4-DMA Anti-corruption] TIM è membro del Gruppo di Lavoro "231 e Legalità" organizzato nell'ambito delle iniziative di Confindustria e partecipa ai gruppi di lavoro istituiti presso il B20 per l'implementazione delle raccomandazioni formulate a livello di G20/B20 su tematiche anticorruzione. In questo ambito, è stata predisposta versione internazionale di un Educational Toolkit anticorruzione indirizzato alle PMI. Al riguardo è prevista la definizione di una versione italiana del toolkit indirizzata alle PMI associate a Confindustria. Nell'ambito del gruppo di lavoro "Legalità/231" l'adozione del toolkit è prevista nel corso del 2017. Inoltre, è in corso di definizione un progetto di formazione anticorruzione indirizzato alle scuole primarie e secondarie (1^a e 2^a grado). Sono in corso i contatti con il MIUR per finalizzare l'avvio del progetto pilota in alcune scuole secondarie in Piemonte.



I PRINCIPALI DATI DI PERFORMANCE ECONOMICA E VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

Il Gruppo TIM si pone l'obiettivo di raggiungere l'equilibrio tra le tre dimensioni della sostenibilità:

- ambientale: mantenere la funzionalità dei sistemi ecologici, garantendo l'equilibrio tra l'utilizzo di risorse naturali e le attività aziendali;
- sociale: promuovere il principio di equità sia fra generazioni diverse, sia all'interno della stessa generazione;
- economica: mantenere il capitale e incrementarlo.

[G4-9] La rendicontazione di quanto il Gruppo fa per raggiungere quest'obiettivo avviene attraverso il Bilancio di Sostenibilità, che si sofferma soprattutto sulla sostenibilità ambientale e sociale e su quegli aspetti che hanno contemporaneamente valenza sociale e economica (ad esempio, la cura del cliente o la gestione dell'innovazione) e la Relazione Finanziaria Annuale, che discute in dettaglio della performance economica del Gruppo. Per fornire una visione completa della sostenibilità del Gruppo, di seguito sono riportati alcuni dati di sintesi della performance economica desumibili dalla Relazione Annuale.

Gruppo TIM - Principali dati economico-finanziari consolidati

(milioni di euro)	Ricavi			EBITDA			Investimenti industriali			Personale a fine periodo (unità)		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Domestic	15.006	15.001	15.303	6.698	5.567	6.998	3.709	3.900	2.783	51.280	52.644	53.076
Brasile	4.047	4.637	6.245	1.325	1.451	1.773	1.167	1.289	2.195	9.849	13.042	12.841
Altre attività	11	131	71	(18)	(14)	13	-	8	6	100	181	108
Rettifiche ed elisioni	(39)	(50)	(45)	(3)	2	1	-	-	-	-	-	-
Totale consolidato	19.025	19.719	21.574	8.002	7.006	8.785	4.876	5.197	4.984	61.229	66.867	66.025

[G4-9] La distribuzione dei ricavi per prodotti e servizi è riportata nella Nota 25 del Bilancio Consolidato del Gruppo TIM.

Gruppo TIM - Altri dati economico-finanziari consolidati

(milioni di euro)	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
Totale Patrimonio Netto	23.553	21.249	21.584
- attribuibile ai Soci della Controllante	21.207	17.554	18.068
- attribuibile alle partecipazioni di minoranza	2.346	3.695	3.516
Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile ai Soci della Controllante	1.808	(70)	1.351
Utile (perdita) dell'esercizio attribuibile alle Partecipazioni di minoranza	158	731	610
Indebitamento finanziario netto contabile	25.955	28.475	28.021



[G4-9] L'andamento della capitalizzazione e del debito del Gruppo è riportato nella Relazione sulla Gestione del Gruppo TIM.

[G4-9] La seguente tabella mostra uno dei principali dati gestionali del Gruppo, l'andamento delle linee d'accesso ai servizi di telefonia fissa e mobile.

Gruppo TIM - Principali dati operativi delle Business Unit

(migliaia)/Dati fine periodo	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
FISSO DOMESTICO			
Accessi fisici	18.963	19.209	19.704
Accessi BroadBand	9.206	8.890	8.750
MOBILE DOMESTICO			
Consistenza linee	29.617	30.007	30.350
BRASILE			
Consistenza linee	63.418	66.234	75.721

[G4-EC1] Di seguito si riporta il valore economico prodotto e distribuito agli stakeholder. Dal 2008 è stata adottata la modalità di presentazione raccomandata dal GRI, con opportuni adattamenti.

Gruppo TIM – Valore economico prodotto e distribuito

(milioni di euro)	2016	2015*	2014*
Valore economico prodotto direttamente			
a) Totale ricavi e proventi operativi	19.336	20.006	21.975
b) Interessi attivi e dividendi incassati	159	216	228
c) Plusvalenze (minusvalenze) da realizzo di attività non correnti	14	336	29
d) Valore economico prodotto direttamente (a+b+c)	19.509	20.558	22.232
Valore economico distribuito			
e) Costi operativi	8.128	9.295	9.953
f) Costi del personale	3.106	3.589	3.119
g) Azionisti e finanziatori	1.729	2.291	2.259
h) Imposte e tasse	949	534	854
i) Valore economico distribuito (e+f+g+h)	13.912	15.709	16.185
Valore economico non distribuito (d-i)	5.597	4.849	6.047

* I dati relativi al 2015 e 2014 sono stati rivisti per tenere conto di alcune variazioni effettuate dalla BU Brasile

(milioni di euro)	2016	2015	2014
Salari e stipendi	2.116	2.296	2.202
Oneri sociali	770	834	801
Altri oneri	220	459	116
Costi del personale	3.106	3.589	3.119



(milioni di euro)	2016	2015	2014
Acquisti di materie e servizi	7.793	8.532	9.432
Altri costi operativi	983	1.375	1.057
Variazione delle rimanenze	(9)	44	52
Attività realizzate internamente	(639)	(656)	(588)
Costi operativi	8.128	9.295	9.953

(milioni di euro)	2016	2015	2014
Dividendi distribuiti	191	262	319
Interessi passivi	1.538	2.029	1.940
Azionisti e finanziatori	1.729	2.291	2.259

(milioni di euro)	2016	2015	2014
Imposte dirette	849	418	736
Imposte indirette e tasse	100	116	118
Imposte e tasse	949	534	854
- di cui relative alla BU Domestic	876	381	724
- di cui relative alla BU Brasile	84	123	124
- di cui relative ad attività estere/altro	(11)	30	6

Gruppo TIM – Contributo alla comunità

(milioni di euro)	2016	2015	2014
Ripartizione del contributo			
Liberalità	0,1	0,3	0,9
Investimenti nella comunità	19,2	17,6	7,1
Iniziative per la comunità	6,1	9,4	14,5
Totale	25,4	27,3	22,5

Il contributo alla comunità è calcolato secondo le linee guida del London Benchmarking Group (LBG). Il calcolo è stato effettuato utilizzando dati gestionali, in parte oggetto di stime. Il LBG, fondato nel 1994, è un'associazione a cui aderiscono oltre 150 grandi società internazionali e rappresenta lo standard di riferimento a livello mondiale per la classificazione dei contributi volontari delle aziende a favore della comunità.

In coerenza con il modello LBG, per misurare e rappresentare l'impegno del Gruppo nei confronti della comunità, i contributi erogati sono stati suddivisi in tre categorie: liberalità, investimenti nella comunità, iniziative per la comunità. Nella prima prevale lo spirito di liberalità, la terza include le iniziative in cui, al beneficio verso la comunità, si affianca un interesse commerciale dell'Azienda. Per ulteriori informazioni sul modello LBG e sui relativi criteri di classificazione degli investimenti nei tre livelli, si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com e al sito lbg-online.net



IL CONTESTO DI RIFERIMENTO

IL CONTESTO NORMATIVO E COMPLIANCE

Le attività del Gruppo sono condotte nel pieno rispetto delle leggi vigenti negli Stati in cui opera e dei principi etici di universale accettazione ispirati a trasparenza, correttezza e lealtà.

[G4-DMA Public Policy], [G4-DMA Compliance] Le principali variazioni nella normativa di riferimento per il Gruppo sono regolarmente esposte nella Relazione sulla Gestione del Gruppo TIM (cfr *Capitolo Principali variazioni del contesto normativo*), mentre le attività di engagement con le pubbliche amministrazioni sono descritte nel presente Bilancio. Le relazioni intrattenute dal Gruppo e dai suoi dipendenti con le PA sono attentamente regolamentate e controllate tramite il Modello Organizzativo 231, brevemente presentato in questo capitolo.

[G4-SO6] In particolare, il Codice Etico vieta esplicitamente erogazioni in via diretta o indiretta, contributi, vantaggi o altre utilità a partiti o movimenti politici e alle organizzazioni sindacali dei lavoratori, o a loro rappresentanti o candidati.

[G4-DMA Grievance Mechanisms for Impacts on Society], [G4-SO11] Tramite i principali meccanismi di segnalazione aziendali, descritti nel capitolo *Il Gruppo TIM/Il sistema di Corporate Governance*, nell'ultimo triennio non sono pervenute segnalazioni relative a presunti danni verso la comunità attribuibili a TIM, comprendendo, in questa accezione, danni di natura ambientale, di discriminazione di popolazioni in termini di copertura, di corruzione.

[G4-DMA Compliance], [G4-EN29] Il Gruppo pone molta attenzione, nei suoi sistemi di gestione ambientale, al rispetto della normativa dei Paesi in cui opera. Nell'ultimo triennio non ci sono state sanzioni significative in materia.

CONCORRENTI

[G4-DMA Anti-competitive Behavior] TIM promuove una competizione leale, considerata funzionale ai propri interessi e a quelli di tutti gli operatori di mercato, dei clienti e degli stakeholder in genere, promuovendo e partecipando a iniziative e progetti in collaborazione con i concorrenti, alla gestione di tavoli tecnici e alle attività delle associazioni di categoria.

In questo ambito i nostri interlocutori sono:

- gli Operatori Alternativi;
- l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM);
- l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM);
- le associazioni, le federazioni e le associazioni di categoria nazionali e internazionali.

TIM gestisce i rapporti associativi e coordina le attività di rappresentanza nei confronti di Confindustria e delle altre associazioni di categoria.

Le iniziative, a livello nazionale e locale, consistono nello svolgimento di azioni e incontri relativi allo sviluppo del business e nel presidio degli interessi aziendali sui temi economici, normativi, sindacali e del lavoro. Tali iniziative si basano sul dialogo e confronto delle rispettive posizioni al fine di individuare, ove possibile, una posizione comune di settore da rappresentare in sede istituzionale nazionale e comunitaria.

Il Gruppo aderisce a oltre 100 associazioni territoriali tra cui, in particolare, CD Confindustria Digitale e Associazione delle società di TLC. Dal 2010 TIM ha aderito ad Assinform, l'Associazione nazionale delle principali aziende di information technology operanti sul mercato italiano, che



svolge un ruolo di collegamento tra le principali forze economiche, politiche e istituzionali per lo sviluppo dell'Italia come sistema Paese, attraverso il ricorso all'innovazione e alle nuove tecnologie.

Insieme ad altri operatori TIM partecipa alla Fondazione Ugo Bordoni (FUB), il cui scopo è la realizzazione di ricerche e studi nel settore delle comunicazioni e dell'informatica per promuovere il progresso scientifico e l'innovazione tecnologica. La Fondazione, in cui la PA esercita funzioni di gestione e controllo, svolge attività di consulenza nei confronti del Parlamento, del Governo e delle Autorità amministrative indipendenti.

TIM partecipa anche al Distretto dell'Audiovisivo e dell'ICT, un consorzio di oltre 20 imprese che operano nei settori dell'informatica, telecomunicazioni e media. Patrocinato dal Comune di Roma, Unione degli Industriali e Camera di Commercio di Roma, il Distretto ha l'obiettivo di esprimere e rappresentare, nel proprio ambito, le attività industriali e i servizi che operano nella nuova area economica della grande convergenza o multimedialità.

Al fine di monitorare il posizionamento competitivo, periodicamente vengono svolte ricerche quantitative su un campione rappresentativo della popolazione italiana adulta per misurare l'efficacia della pubblicità per i servizi di telecomunicazione. Le indagini rilevano per tutti i gestori l'andamento della notorietà, la conoscenza spontanea e sollecitata della pubblicità, il ricordo attinente, il gradimento della pubblicità e la propensione a sottoscrivere un contratto. L'azienda si è dotata, ormai da anni, di un servizio di monitoraggio globale della reputazione (MediaMonitor) su tutti i tipi di media (stampa cartacea e online, radio, tv, social web). Lo strumento analizza e verifica nello scenario competitivo la presenza di TIM e dei suoi principali competitor. Il MediaMonitor permette di posizionare quantitativamente (numero passaggi e visibilità) e qualitativamente (argomenti positivi/negativi, sentiment, profilo di immagine) TIM nel panorama competitivo, evidenziando le aree di positività e negatività dei singoli media. È stato inoltre attivato un servizio di alerting su argomenti che possono impattare sulla reputazione del Gruppo.

Dal 2014 è stato avviato un sistema di monitoraggio con periodicità annuale per valutare nel tempo l'impatto del marchio TIM, unico logo commerciale, sul mercato delle telecomunicazioni. Viene inoltre misurata la forza competitiva individuando i motivi della performance di TIM rispetto ai concorrenti.

Servizi agli Operatori Alternativi

Wholesale Market (WM) è la Direzione di TIM che, in ambito Wholesale, opera come punto di riferimento commerciale per gli altri operatori (inclusi gli ISP) per la fornitura di infrastrutture di rete e servizi, finalizzata alla successiva commercializzazione, da parte degli stessi operatori di servizi di comunicazione elettronica, alla propria clientela. WM cura le fasi di progettazione pre e post-vendita, la raccolta delle esigenze e definizione dell'offerta, la contrattualizzazione, la vendita, l'assistenza e fatturazione dei prodotti/servizi forniti.

La separazione organizzativa e amministrativa tra le direzioni Retail di TIM e WM, che annualmente viene certificata da un ente esterno, assicura il rispetto dei principi di parità di trattamento e di non discriminazione, sanciti dalla vigente normativa regolatoria e in particolare dalla Delibera 152/02/CONS.

WM definisce e propone annualmente le offerte di riferimento per i vari servizi wholesale regolamentati. L'iter di approvazione di ciascuna offerta di riferimento prevede approfondimenti congiunti e revisioni svolte a seguito di chiarimenti richiesti da AGCOM, che ne approva i contenuti e controlla l'operato di WM a garanzia della tutela della concorrenza.



AGCOM è anche il Garante e l'Autorità di riferimento nelle cause promosse dagli Operatori/ISP e dagli utenti finali in materia regolamentare.

Oltre ai servizi regolamentati, WM dispone di un'offerta di infrastrutture e capacità trasmissiva, accesso e trasporto dati, ospitalità di apparati di TLC, outsourcing e tutti i servizi a valore aggiunto che consentono di "virtualizzare" le reti degli operatori.

Ogni operatore ha un rapporto diretto con il proprio account manager di riferimento nella funzione Sales di WM che acquisisce le richieste del cliente di propria competenza e personalizza i relativi strumenti contrattuali di offerta nel rispetto degli obblighi regolamentari vigenti. In particolare, i contratti relativi ai servizi regolamentati includono clausole che stabiliscono un monitoraggio costante delle diverse fasi di fornitura del servizio, prevedendo che alcuni dei principali indicatori siano oggetto di periodica comunicazione all'AGCOM.

Il presidio del cliente avviene in modo continuativo ed è formalizzato tramite lo svolgimento di conference call, videoconferenze e incontri in cui vengono coinvolte tutte le funzioni aziendali interessate.

Per ulteriori informazioni sulle iniziative di dialogo e di coinvolgimento, nonché sulle iniziative di caring e rilevazione della soddisfazione degli Operatori Alternativi, si rinvia al sito Wholesale di TIM: wholesale.telecomitalia.com.

Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM)

TIM interagisce con AGCOM per contribuire al governo del processo regolamentare sui temi ritenuti materiali per l'accrescimento del valore dell'Azienda. In quest'ottica persegue un dialogo leale e un confronto continuo con le Autorità e le Istituzioni allo scopo di pervenire a una regolamentazione semplice, efficace e simmetrica. Inoltre il Gruppo mette a disposizione le proprie conoscenze partecipando a consultazioni pubbliche, audizioni istituzionali, convegni, incontri pubblici, presentando apposite memorie e istanze. Il confronto costante con AGCOM e le Istituzioni fa sì che TIM ne acquisisca le opinioni, fornendo risposte trasparenti e affidabili e anticipi gli eventi creando e cogliendo le migliori opportunità per l'Azienda. Per ulteriori informazioni sui riferimenti normativi che regolano consultazioni pubbliche, analisi di mercato, indagini conoscitive e risoluzione di controversie tra operatori si rinvia alla sezione di sostenibilità del sito www.telecomitalia.com.

TIM fornisce le risposte dovute (ad esempio, consultazioni pubbliche, memorie difensive, fornitura dati e informazioni di varia natura, ecc.) garantendo sempre la completezza e l'affidabilità del contributo.

In caso di procedure d'infrazione TIM presenta memorie, perizie e altri scritti difensivi, chiedendo di essere sentita dal responsabile del procedimento sui fatti oggetto di contestazione. L'Azienda, inoltre, valuta l'opportunità di presentare una proposta, previa cessazione della condotta contestata, finalizzata a migliorare le condizioni della concorrenza nel settore rimuovendo le conseguenze anti competitive attraverso idonee e stabili misure.

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM)

Nell'ambito della tutela della concorrenza e del consumatore TIM interagisce con l'Antitrust sia in via preventiva (richieste di informazioni o presentazione di denunce) sia in occasione dei procedimenti da questa avviati.

In caso di apertura di procedimenti di contestazione, il Gruppo fa valere le proprie ragioni nelle sedi opportune, in alcuni casi presentando all'Autorità impegni che fanno venir meno i



presunti profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria. L'Autorità, valutati tali impegni, può renderli obbligatori e chiudere il procedimento senza irrogare alcuna sanzione pecuniaria.

All'interno dell'Azienda esistono controlli preventivi sui processi con impatti potenzialmente rilevanti ai fini Antitrust come, per esempio, la predisposizione dei piani di marketing, l'evoluzione della contrattualistica, le condizioni di offerta dei servizi di telecomunicazioni, l'evoluzione dei sistemi informativi aziendali. I controlli mirano ad assicurare che la gestione operativa dei processi tenga in considerazione tali impatti potenziali.

Per sensibilizzare e diffondere un corretto approccio al tema, a seguito del programma di formazione online avviato nel 2010, nel 2013 è stato proposto al management uno specifico corso formativo in aula riguardante l'applicazione della normativa sulla concorrenza. Nel 2014 l'attività formativa è proseguita nei confronti del personale appartenente alla funzione National Wholesale Services.

Tra la fine del 2015 e l'inizio del 2016, è stata realizzata una nuova edizione del corso online, erogato e fruito da circa 3.000 dipendenti selezionati tra varie funzioni aziendali (prevalentemente funzioni tecniche e commerciali).

Da aprile a dicembre 2016 i circa 3.000 dipendenti già fruitori del corso online sono stati coinvolti in un percorso formativo Antitrust che si è articolato in un corso in aula della durata di 4 ore seguito da una verifica di apprendimento. Il corso in aula è stato erogato con docenza interna (funzione National Antitrust) ed esterna.

[G4-DMA Anti-competitive Behavior] La Commissione Europea ed alcune autorità di concorrenza nazionali (tra cui AGCM) hanno mostrato di approvare gli sforzi delle società che decidono di dotarsi di un programma di compliance efficace. In Italia, la crescente attenzione ai programmi di compliance è confermata dall'adozione di "Linee guida sulla modalità di applicazione dei criteri di quantificazione delle sanzioni amministrative pecuniarie irrogate dall'Autorità in applicazione dell'articolo 15, comma 1, della legge n. 287/90", in cui l'AGCM ha inserito tra le circostanze attenuanti da valutare in sede di applicazione di sanzione per illecito antitrust anche "l'adozione e il rispetto di uno specifico programma di compliance, adeguato e in linea con le best practice europee e nazionali".

Per questo motivo TIM ha deciso di avviare uno specifico programma di compliance antitrust a completamento delle azioni formative già intraprese.

L'attività, iniziata nel marzo 2015 e terminata a ottobre 2016 si è articolata nelle seguenti fasi:

- interviste a personale apicale previamente individuato;
- verifica di documenti contenuti nei personal computer di un determinato numero di dipendenti preventivamente selezionati al fine di effettuare una raccolta oggettiva di tali documenti;
- training di formazione antitrust;
- redazione di un Codice di Condotta Antitrust;
- redazione di una procedura interna.

[G4-SO7] I principali contenziosi del Gruppo in materia sono elencati e descritti nella Nota 24 (Passività potenziali, altre informazioni, impegni e garanzie) del Bilancio Consolidato, in particolare nel paragrafo Principali contenziosi e azioni giudiziarie pendenti.

[G4-SO8] La stessa Nota contiene una descrizione di tutti gli altri contenziosi del Gruppo.



Iniziative regolamentari relative alla rete di accesso

Nel dicembre 2008 l'AGCOM ha approvato con la Delibera 718/08/CONS gli impegni volontari presentati da TIM per rafforzare le garanzie di parità di trattamento interna-esterna tra le Divisioni Retail di TIM e gli altri Operatori. Sempre nel 2008 è stato costituito l'Organo di Vigilanza con il compito di verificare la corretta esecuzione degli impegni, di monitorare gli indicatori di parità di trattamento e il raggiungimento degli obiettivi di qualità del servizio.

Il 5 novembre 2015, il CdA del Gruppo ha approvato un nuovo modello di equivalence (NME), finalizzato a rafforzare ulteriormente l'efficienza e l'efficacia dei processi di attivazione e manutenzione dei servizi di accesso wholesale alla rete fissa di TIM forniti alle proprie direzioni commerciali e agli Operatori, in linea con i più recenti orientamenti regolamentari.

Tale modello di equivalence pone sullo stesso piano le divisioni commerciali di TIM e gli altri Operatori assicurando piena parità di trattamento interna-esterna. Il 22 dicembre 2015 AGCOM ha pubblicato la Delibera 623/15/CONS contenente la richiesta a TIM di formulare una proposta per rafforzare ulteriormente le garanzie di parità di trattamento e due proposte relative alla disaggregazione ed esternalizzazione dei servizi connessi alle attività di provisioning ed assurance.

A fronte di tale delibera, nel febbraio 2016 TIM ha comunicato ad AGCOM le suddette proposte in coerenza con i contenuti del NME approvato dal CdA del 5 novembre 2015.

Successivamente, a maggio 2016, AGCOM ha pubblicato la Delibera 122/16/CONS avviando una consultazione pubblica, conclusasi a metà giugno 2016, sulle proposte di TIM e sulle valutazioni preliminari di AGCOM, risultate in larga parte positive.

Il processo di approvazione da parte di AGCOM delle misure per rafforzare le garanzie di parità di trattamento, connesse sia alla Delibera 623/15/CONS che alla 122/16/CONS si concluderà nei primi mesi del 2017.

In linea col modello di equivalence, da fine 2015 la struttura organizzativa della società ha portato Open Access e National Wholesale Services ad essere gerarchicamente dipendenti dallo stesso responsabile della Direzione Wholesale, come descritto nel paragrafo Servizi agli Operatori Alternativi.

Relazioni con le Autorità per la regolamentazione e la concorrenza in Brasile

TIM Brasil mantiene relazioni partecipative e collaborative con ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) e CADE (Conselho Administrativo de Defesa Econômica), le autorità che si occupano, rispettivamente, di regolamentazione nel settore delle telecomunicazioni e concorrenza e mercato.

Con ANATEL TIM Brasil coopera per lo sviluppo del dibattito su un quadro regolatorio delle telecomunicazioni che faciliti la crescita del settore e dell'intera economia. Il dialogo è volto principalmente all'identificazione dei temi più rilevanti e alla riduzione delle barriere tipiche del settore, in particolar modo per lo sviluppo di importanti testi regolatori su temi come la gestione dello spettro delle frequenze, la qualità del servizio, l'interconnessione e la condivisione della rete, la copertura delle aree rurali.

TIM Brasil ha una relazione trasparente e collaborativa con CADE, verso il quale ha l'obbligo di notificare fusioni, acquisizioni e accordi e di fornire per tempo l'informativa richiesta. Inoltre, l'Azienda promuove dibattiti e studi e coopera con le Istituzioni accademiche per sostenere la ricerca sulle politiche in merito al mercato e alla competizione.



ENTI E ISTITUZIONI

[G4-DMA Public Policy] TIM intende mantenere un rapporto collaborativo e trasparente con le Istituzioni nazionali e sovranazionali con l'obiettivo di facilitare il dialogo sui temi di interesse comune e assicurare una corretta rappresentazione della posizione del Gruppo.

I nostri interlocutori in questo ambito sono:

- le Istituzioni nazionali centrali: Parlamento, Governo, Ministeri, PA;
- le Istituzioni locali e loro associazioni;
- AGCOM, AGCM, il Garante per la protezione dei dati personali, l'Authority per l'energia elettrica, il gas e il sistema idrico;
- le Istituzioni europee e internazionali: la CE, il Consiglio e il Parlamento Europeo, il BEREC¹, l'OCSE², l'ONU³, il Global Compact, l'UNEP⁴, l'UNFCCC⁵, l'ITU⁶ e altre agenzie dell'ONU.

Istituzioni nazionali e centrali

L'attività di relazione avviene principalmente con i parlamentari componenti le Commissioni di Camera e Senato coinvolti su temi di possibile impatto aziendale come, per esempio, quelli di natura economico-finanziaria, privacy, telecomunicazioni, internet e TV. Anche la partecipazione alle audizioni parlamentari rappresenta un modo per approfondire tematiche specifiche e creare opportunità di confronto su temi oggetto di dibattito parlamentare.

Nei confronti delle Istituzioni, l'attività di presidio legislativo si concretizza spesso nella predisposizione e presentazione di proposte emendative ai singoli provvedimenti.

TIM fornisce inoltre il proprio supporto informativo ai Ministeri (prevalentemente al Ministero dello Sviluppo Economico) per l'attività relativa al sindacato ispettivo (interrogazioni parlamentari) nei confronti del Gruppo.

L'attività legislativa nazionale oggetto di specifica attenzione e presidio da parte di TIM nel corso del 2016 ha riguardato principalmente i disegni di legge all'esame delle Camere e i decreti legge e decreti legislativi varati dal Governo in carica, di possibile impatto sul comparto delle comunicazioni elettroniche.

In particolare, è stato monitorato e seguito l'iter dei seguenti provvedimenti legislativi:

- legge n. 11 del 28.01.2016 (deleghe al Governo per l'attuazione delle direttive 2014/23/UE, 2014/24/UE e 2014/25/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 26 febbraio 2014, sull'aggiudicazione dei contratti di concessione, sugli appalti pubblici e sulle procedure d'appalto degli enti erogatori nei settori dell'acqua, dell'energia, dei trasporti e dei servizi postali, nonché per il riordino della disciplina vigente in materia di contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture): la legge reca talune disposizioni in materia di cambi di appalto dei call center;
- decreto legislativo n. 33 del 15/02/2016 (attuazione della direttiva 2014/61/UE del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 15 maggio 2014, recante misure volte a ridurre i costi dell'installazione di reti di comunicazione elettronica ad alta velocità): il provvedimento introduce misure volte a facilitare l'installazione delle suddette reti, promuovendo l'uso condiviso dell'infrastruttura fisica esistente e consentendo un dispiegamento più efficiente

¹ Body of European Regulators for Electronic Communication

² Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico

³ Organizzazione per le Nazioni Unite

⁴ United Nations Environment Programme

⁵ United Nations Framework Convention on Climate Change

⁶ International Telecommunication Union



- delle infrastrutture fisiche nuove per abbattere i costi dell'installazione;
- legge costituzionale del 12 aprile 2016 (disposizioni per il superamento del bicameralismo paritario, la riduzione del numero dei parlamentari, il contenimento dei costi di funzionamento delle istituzioni, la soppressione del CNEL e la revisione del titolo V della parte II della Costituzione): la riforma, in particolare, supera la c.d. "potestà legislativa concorrente" tra Stato e Regioni (lo Stato stabilisce i principi generali mentre le Regioni legiferano in base ai predetti principi), riportando molte materie, tra cui l'ordinamento della comunicazione, nella potestà esclusiva dello Stato. In tal modo, viene superato il previgente impianto normativo che ha ostacolato lo sviluppo delle reti di comunicazioni elettroniche, fisse e mobili;
 - decreto ministeriale dell'11/05/2016 (Istituzione del SINFI - Sistema Informativo Nazionale Federato delle Infrastrutture): il decreto del MISE, attua le disposizioni del decreto legislativo n. 33 del 2016;
 - decreto legislativo n. 185 del 24.09.2016 (disposizioni integrative e correttive dei decreti legislativi 15 giugno 2015, n. 81 e 14 settembre 2015, nn. 148, 149, 150 e 151, a norma dell'articolo 1, comma 13, della legge 10 dicembre 2014, n. 183): il decreto reca disposizioni integrative e correttive della disciplina, in materia di lavoro, introdotta dal "Jobs act";
 - decreto legislativo n. 179 del 26/08/2016 (modifiche ed integrazioni al Codice dell'amministrazione digitale, di cui al decreto legislativo 7/03/2005, n.82, ai sensi dell'articolo 1 della legge 7/08/2015, n. 124, in materia di riorganizzazione delle amministrazioni pubbliche): nel provvedimento, per quanto di interesse, è stato fissato il diritto dell'utenza di utilizzare il credito telefonico per i micropagamenti elettronici verso la PA e i gestori di pubblici servizi.
 - Sono state svolte attività preparatorie e di confronto con i referenti istituzionali in occasione di audizioni presso le competenti Commissioni parlamentari, quali quelle relative ai nuovi assetti societari di TIM e alla posizione aziendale in merito alla Strategia governativa per lo sviluppo delle reti a banda ultra larga, così come sono state seguite e monitorate le indagini conoscitive parlamentari afferenti al settore delle comunicazioni elettroniche, tra cui si evidenzia l'indagine su "Industria 4.0", avviata nel mese di febbraio 2016 e finalizzata ad acquisire elementi informativi utili circa l'individuazione del modello da applicare al tessuto industriale italiano per favorire la digitalizzazione delle imprese.

Istituzioni nazionali locali

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] A livello locale TIM dialoga costantemente con le Istituzioni su tematiche di carattere generale relative al settore delle comunicazioni elettroniche, con particolare riferimento allo sviluppo delle reti e ad altre tematiche di interesse per il business aziendale. L'obiettivo è quello di risolvere i problemi rilevati, indirizzare la produzione normativa locale al rispetto del quadro di riferimento nazionale, promuovere l'immagine del Gruppo e rappresentarne la posizione al riguardo. Il dialogo si svolge sia direttamente con gli enti locali sia con le loro associazioni rappresentative: ANCI e UPI.

Il monitoraggio e l'interazione costante con i centri decisionali delle istituzioni locali avvengono per mezzo di audizioni, anche attraverso la presentazione di documenti di posizionamento relativi alla produzione normativa locale, partecipazioni ai workshop, ai lavori delle commissioni regionali e ai tavoli di lavoro specialistici. Inoltre TIM organizza frequentemente iniziative di comunicazione su tematiche specifiche di interesse locale.

Fondamentale è il coordinamento con le funzioni aziendali operanti a livello territoriale per acquisire informazioni riguardo alle istanze e alle aspettative provenienti dalle istituzioni locali e predisporre le soluzioni idonee.



Tra i temi principali, oggetto del dialogo con gli enti locali nel corso del 2016, si evidenzia:

- lo sviluppo delle nuove reti ultra broadband (NGAN- Next Generation Access Network) e del nuovo standard LTE (Long Term Evolution);
- la copertura territoriale e la riduzione del digital divide;
- la verifica dell'incidenza del contributo, anche lato domanda, sulla redditività degli investimenti in larga banda sui distretti industriali;
- la stipula di protocolli con gli Enti Locali per favorire l'utilizzo di tecniche non invasive (minitrincee) nei lavori di scavo, anche per accelerare lo sviluppo della copertura delle reti di accesso di nuove generazione;
- le proposte di leggi regionali e di regolamenti comunali in materia di installazione di impianti di telefonia mobile e campi elettromagnetici (tra le altre: Linee Guida attuative della Legge Umbria, Proposta di Legge della Regione Marche, Protocollo Comune di Genova), al fine di rappresentare le esigenze aziendali (anche attraverso la presentazione di osservazioni, emendamenti e la partecipazione ad audizioni) consentendo un'equa coesistenza dei diversi interessi coinvolti, nell'ottica di semplificare la normativa e omogeneizzarla alle disposizioni nazionali di riferimento;
- le proposte di regolamento scavi, per uniformare l'iter autorizzatorio e la relativa disciplina a quanto previsto dalle norme di riferimento nazionali, anche in ottica di ulteriore semplificazione a livello locale;
- la rimozione di impianti di telefonia pubblica (cabine telefoniche) per la quale è stata anche prevista una fase d'ascolto dei cittadini nell'ambito della procedura concordata con AGCOM;
- la promozione di iniziative di digital inclusion di TIM per favorire l'apprendimento delle nuove tecnologie e il loro corretto uso, anche attraverso la ricerca di forme di collaborazione con i Comuni, partnership e rilascio di patrocini;
- la diffusione dell'innovazione e della cultura digitale anche promuovendo la realizzazione di accordi/partnership con le pubbliche amministrazioni;
- la promozione del sistema dei servizi digitali di TIM per la realizzazione di smart cities e in particolare il sostegno alle città di Genova, Torino, Milano, Napoli, Firenze, Benevento. Al riguardo si segnala: la partecipazione alle attività, in qualità di soci fondatori dell'associazione Genova Smart City; la partecipazione in qualità di socio fondatore alla Fondazione Torino Wireless (distretto tecnologico ICT che vede il coinvolgimento di istituzioni nazionali e locali, università e centri di ricerca, imprese e istituti finanziari); la collaborazione con il Comune di Torino e la Fondazione Torino Smart City per la presentazione di progetti collaborativi attivabili nell'ambito delle iniziative Smart City;
- la realizzazione di una sperimentazione di didattica digitale presso alcune scuole della Regione Lombardia, che segue la stipula di un protocollo con l'USR Lombardia;
- le attività di ricerca, in collaborazione con l'Università Bocconi, finalizzate allo studio delle Agende Urbane in otto Comuni italiani: Bergamo, Cuneo, Ferrara, Belluno, Pescara, Ancona, Taranto, Siracusa;
- la verifica della finanziabilità dei costi per il risparmio energetico aziendale con nuovi strumenti nazionali e territoriali;
- la redazione di 20 Policy Report regionali finalizzati a rappresentare lo stato dell'arte e sull'evoluzione delle politiche regionali in materia di servizi digitali, infrastrutture di rete, agenda digitale e smart cities, anche con riferimento alla nuova politica di programmazione dei fondi comunitari 2014-2020. Consistenti ampliamenti sono stati introdotti nella quarta edizione 2016 con l'introduzione di nuovi capitoli contenenti informazioni relative ai Piani di sviluppo regionale di natura strategica ed economica, ai Programmi operativi regionali (POR) e nazionali (PON) afferenti alle tematiche ICT aventi ricadute sul territorio. L'edizione 2016 è stata completata e diffusa agli interlocutori interni ed esterni all'azienda nel Marzo 2016; attualmente è in corso l'aggiornamento delle informazioni riportate nei documenti - ove disponibili - sino all'ultimo trimestre 2016.



Istituzioni comunitarie e internazionali

Le relazioni con le Istituzioni comunitarie e sovranazionali sono sia di tipo istituzionale (per esempio partecipazione a piattaforme di discussione, consultazioni pubbliche, *workshop*, riunioni delle Commissioni parlamentari) sia di tipo collaborativo (incontri con la Commissione UE, con i Rappresentanti Permanenti degli Stati Membri presso la UE, con il Parlamento Europeo, con Agenzie o gruppi di lavoro e studi specialistici sotto l'egida delle istituzioni UE quali, ad esempio, il Center for the European Policy study, ecc.). Il posizionamento verso il BEREC e la Commissione avvengono attraverso azioni individuali e/o con la partecipazione degli altri operatori.

Tra le tematiche affrontate a livello europeo, oggetto dei principali atti normativi/regolamentari d'interesse del Gruppo, si citano, a titolo non esaustivo, la Review del quadro regolamentare che comporta la revisione degli obblighi di accesso alle reti e delle regole consumeristiche di settore, la riforma del servizio universale, la revisione dell'assetto istituzionale dei poteri della Commissione e del BEREC nella implementazione del nuovo quadro. La revisione comporta un complesso processo di adozione che coinvolge Parlamento e Consiglio per l'adozione di nuove regole verso il 2020. TIM partecipa attivamente alle numerose consultazioni pubbliche lanciate dalla Commissione Europea e dal BEREC sulla base della Strategia del Mercato Unico Digitale (e della Strategia sul Mercato Unico), in particolare le consultazioni sulla revisione del Quadro telecomunicazioni, sulle piattaforme online e il ruolo degli intermediari, sul ruolo degli OTT e sulla regolamentazione dei servizi IoT.

TIM ha partecipato al tavolo di lavoro lanciato dalla Commissione Europea per l'elaborazione dell'Action Plan 5G, teso ad accelerare lo sviluppo della nuova tecnologia per consentire all'Europa di tenere il passo con l'Asia e gli Stati Uniti e di valorizzare l'approccio europeo, focalizzato alla digitalizzazione delle industrie verticali.

TIM è inoltre particolarmente attiva sui tavoli europei e internazionali relativi alla distribuzione dei contenuti digitali e la protezione dei diritti, in particolare su temi quali la revisione del *copyright* nello scenario digitale (oggetto di future iniziative europee), la revisione della Direttiva europea su radiodiffusione via satellite e ritrasmissione via cavo, le discussioni e le proposte relative alla responsabilità degli operatori/ISP, in particolare quelle relative alle azioni degli hosting providers per il contrasto delle attività illecite online, la riforma della direttiva europea sui servizi media audiovisivi. Con riferimento alla tutela dei minori, TIM partecipa attivamente a un'iniziativa particolarmente rilevante a livello UE volta ad accrescere la sicurezza dei minori quando navigano in internet: si tratta dell'ICT Coalition for children online, tavolo delle industrie ICT europee, che prevede semestrali momenti di confronto con le istituzioni europee e gli stakeholders di riferimento (es. ONG). L'attività della piattaforma "Better Internet for Kids" lanciata dalla Commissaria Kroes nel 2011, e a cui partecipa TIM, verrà rilanciata nei prossimi mesi su sollecitazione dell'attuale Director General della DGConnect. TIM segue con attenzione gli sviluppi dei diversi accordi commerciali (es. TTIP, TiSA) che l'Europa sta negoziando con altre realtà geografiche.

Per quanto riguarda i rapporti con l'ONU, particolare rilievo assumono le attività svolte nell'ambito del Global Compact (GC) che si sostanziano nella partecipazione al gruppo di lavoro sui Diritti Umani organizzato dal GC Network Germania e alle molteplici attività del Network Italiano della stessa organizzazione. TIM e TIM Brasil, le due società del Gruppo che hanno aderito al Global Compact, compilano annualmente la "Communication on Progress", il documento che riporta i progressi registrati dalle aziende nella promozione e nell'applicazione concreta dei dieci principi del Global Compact. La CoP redatta da TIM nell'estate 2016 e relativa all'intero 2015 le riconosce lo status di "Active" e il livello di "Advanced" (conformità ai ventuno criteri richiesti). Per ulteriori informazioni a riguardo si rimanda al paragrafo Diritti



Umani e al sito telecomitalia.com.

TIM partecipa attivamente in qualità di sector member all'ITU (agenzia internazionale dell'ONU per le telecomunicazioni), nei tre settori in cui è suddiviso (ITU Radiocommunication Sector, ITU Telecommunication Standardization Sector, ITU Telecommunication Development Sector). E' parte dell'ITU COP, piattaforma dell'ITU in materia di protezione dei minori.

Partecipa, inoltre, regolarmente agli eventi maggiormente significativi dell'ITU.

TIM segue attivamente i lavori dell'OCSE, attraverso il BIAC (associazione che raggruppa una serie di aziende dei paesi membri) e la Rappresentanza Permanente dell'Italia presso l'OCSE, e quelli dei Comitati competenti su materie di rilevanza per l'Azienda tra cui il CDEP (Comitato per l'economia digitale) e i rispettivi Gruppi di lavoro, come il Working Party (di seguito WP) per le Politiche delle Infrastrutture e dei Servizi della Comunicazione, il WP per la Sicurezza e la Privacy, il Comitato per la competitività, il Comitato sulla politica dei consumatori, nonché il Comitato in materia di governance e anti-corruzione. Le questioni trattate durante il 2015 hanno riguardato le discussioni e i lavori preparatori alla riunione Ministeriale OCSE tenutasi nel maggio 2016 a Cancun, (Messico), la revisione delle raccomandazioni OCSE in materia di commercio elettronico, la revisione delle raccomandazioni OCSE su International Mobile Roaming, la raccomandazione sulla sicurezza digitale e il risk management, la convergenza digitale, nonché il tema degli accordi bilaterali di investimento e, in particolare, la questione delle clausole ISDS.

TIM si interfaccia con le istituzioni, in particolare quelle sovranazionali, in via individuale e in qualità di membro di associazioni di rilievo attive sulla scena europea e internazionale, quali ad esempio ETNO, GSMA, Business Europe, TABC.

I rapporti con le Istituzioni in Brasile

TIM Brasil ha instaurato relazioni eccellenti con tutte le Istituzioni governative e parlamentari e con le autorità regolatorie. Il dialogo, frequente e costruttivo, si basa su proposte oggettive e posizioni il cui scopo spesso va oltre gli interessi aziendali e coinvolge l'intero settore.

A livello federale, le relazioni con il Governo avvengono principalmente con il Ministero delle Comunicazioni e anche con i dipartimenti rilevanti della Presidenza del Consiglio e dei ministeri che si occupano di sviluppo economico, giustizia, formazione, ricerca ed enti locali. TIM ha inoltre sviluppato un fitto dialogo con i membri dei Comitati parlamentari che hanno pertinenza, anche se non esclusiva, su tematiche di natura economico/finanziaria, privacy, telecomunicazioni e tutela del consumatore.

A livello locale, TIM Brasil è in costante contatto con le Istituzioni e le Autorità locali su tematiche relative alle telecomunicazioni e, in particolare, sullo sviluppo delle infrastrutture e la copertura della rete, così come su tematiche di interesse specifico delle comunità locali. Nella pratica quotidiana, le attività di engagement con le Istituzioni si concretizzano nella formulazione di proposte, stimolo al dibattito, partecipazione attiva in audizioni pubbliche e in incontri su temi specifici con gli stakeholder coinvolti.

Le principali associazioni di categoria di cui fa parte TIM Brasil sono:

- ABR Telecom (associazione brasiliana delle risorse di telecomunicazioni), per la gestione centralizzata e condivisa delle soluzioni di telecomunicazioni;
- TelComp (associazione brasiliana per la competitività delle telecomunicazioni), che rappresenta gli interessi di 60 operatori per la competitività del settore;
- SINDITELEBRASIL (sindacato nazionale degli operatori di telecomunicazioni), che lavora al fine di coordinare, difendere e rappresentare in sede legale le aziende associate, che include tutti gli operatori di telefonia fissa e mobile;
- GSMA che rappresenta gli interessi degli operatori mobili nel mondo. GSMA America Latina è un partner fondamentale nel discutere i temi che interessano il settore, che spaziano



dalle gestione e allocazione delle frequenze, alla protezione dei consumatori, fino alle attività che possono avere un impatto positivo sulla reputazione del settore (l'Azienda partecipa all'iniziativa We Care)

- ASIET (associazione latino americana dei centri di ricerca e delle aziende di telecomunicazione) che, focalizzandosi su studi e ricerche, ha l'obiettivo di trovare un punto di convergenza tra le varie sfide del mondo delle telecomunicazioni in America Latina attraverso il dialogo tra il pubblico e il privato.

Inoltre, le attività di TIM Brasil, a livello regionale e locale, sono supportate dalle attività dell'Istituto TIM che ha come obiettivo il progresso sociale del Brasile tramite attività e progetti che massimizzano il potenziale del network mobile. Dal 2013, l'Istituto TIM ha realizzato progetti in oltre 398 realtà locali in 26 stati, coinvolgendo 58 dipartimenti, tre ministeri e più di quattro mila scuole pubbliche, interessando 15.200 insegnanti e 455.000 studenti.



Essere sostenibili in TIM



Affidabilità, innovatività, copertura e capillarità del network sono al centro delle aspettative degli stakeholder di un operatore di TLC. TIM ha un ruolo rilevante nei Paesi in cui opera in virtù della crescente importanza delle tecnologie delle comunicazioni per la vita delle persone e per lo sviluppo economico e sociale delle comunità. **[G4-2]** Il contributo economico del Gruppo nei Paesi in cui opera è descritto nel capitolo *Il Gruppo TIM*, mentre gli aspetti sociali sono riportati nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*. E' un dovere, per un'azienda sostenibile, fare tutto il possibile per ridurre la propria impronta ambientale: TIM mette in atto numerose misure descritte in dettaglio nel capitolo *Tutela dell'ambiente*. Infine, dal punto di vista sociale, le operazioni del Gruppo non si svolgono in Paesi ad alto rischio, e comunque TIM assicura il rispetto dei Diritti Umani e sociali lungo la catena del valore (cfr. *Policy Diritti Umani e Le persone di TIM*).

DIRITTI UMANI

[G4-DMA Investment], [G4-DMA Non-discrimination], [G4-DMA Freedom of Association and Collective Bargaining], [G4-DMA Child Labor], [G4-DMA Forced or Compulsory Labor], [G4-DMA Security Practices], [G4-DMA Indigenous Rights], [G4-DMA Assessment], [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-DMA Human Rights Grievance Mechanisms] L'analisi di materialità, condotta da TIM nel 2016, ha confermato la tutela dei Diritti Umani tematica ritenuta materiale dagli stakeholder e dall'Azienda. Questo risultato, apparentemente sorprendente per un operatore di telecomunicazioni che opera in Paesi considerati a basso/medio rischio di violazione dei Diritti Umani, si basa su due ordini di motivazioni:

- la risonanza presso l'opinione pubblica degli eventuali episodi di violazione dei Diritti Umani, che può seriamente compromettere la reputazione aziendale;
- l'accezione molto ampia data al concetto di "diritto umano" da parte di TIM. Sono rientrati in questa sfera non solo i Diritti Umani di base, quali il diritto a una remunerazione decorosa, a non essere discriminati, a non dover subire un lavoro coatto, ecc., ma anche i diritti legati alla società dell'informazione, quali il diritto ad avere accesso alle informazioni, il diritto alla libertà di espressione (in particolare quella online), il diritto alla tutela della privacy e della sicurezza online, temi rilevanti per un'azienda di TLC.

Policy aziendali rilevanti: Policy per il Rispetto dei Diritti Umani del Gruppo, Codice Etico e di Condotta del Gruppo, Documento riepilogativo delle politiche di Gruppo in merito a tematiche sociali, Policy sui Rapporti con i Fornitori, Procedura di segnalazioni per il Controllo Interno, Procedura di segnalazione al Collegio Sindacale, Carte dei servizi e Condizioni generali di abbonamento, Codici di autodisciplina per i servizi mobili e di condotta per i servizi a sovrapprezzo, Linee Guida per il marketing responsabile, Informative di TIM Italia ai sensi dell'art. 13 del Codice Privacy, disponibili sul sito telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio: la Policy per il Rispetto dei Diritti Umani si applica a tutte le persone del Gruppo. La funzione Human Resources & Organizational Development è responsabile dell'osservanza della Policy per quanto riguarda il coinvolgimento delle persone di TIM, la funzione Procurement è responsabile del suo rispetto in relazione al coinvolgimento dei fornitori, la funzione Compliance presidia il rischio di non conformità alle normative di riferimento e la funzione CSV è responsabile dell'aggiornamento della Policy (almeno ogni due anni). Inoltre CSV coordina il processo di due diligence nell'ottica del miglioramento continuo. TIM infine monitora e analizza attentamente le segnalazioni di eventuali violazioni dei Diritti Umani che pervengono tramite i meccanismi di segnalazione messi a disposizione degli stakeholder. L'esiguità di tali segnalazioni è una indicazione della bontà dei processi aziendali per la tutela dei Diritti Umani.



BUSINESS E DIRITTI UMANI: I “PRINCIPI GUIDA” DELL’ONU E LA DIRETTIVA DELL’UNIONE EUROPEA N° 95/2014

Nel 2011 il Consiglio dei Diritti Umani dell’ONU ha approvato all’unanimità gli “*UN Guiding Principles on Business & Human Rights*”¹, predisposti dal Prof. John Ruggie², considerandolo come il benchmark globale su “Business e Diritti Umani”³.

I “Principi Guida” sono stati predisposti per rendere operativo il framework sui Diritti Umani fondato sui seguenti tre pilastri:

- il dovere degli Stati di proteggere le persone contro gli abusi dei Diritti Umani realizzati da terzi, comprese le imprese (gli Stati devono adottare le adeguate misure per prevenire, investigare, punire e risarcire tali abusi attraverso efficaci policy, provvedimenti legislativi, regolamenti e pronunciamenti);
- la responsabilità delle imprese di rispettare i Diritti Umani (le imprese devono evitare di causare o contribuire a causare - attraverso le proprie attività, prodotti e servizi,- gl’impatti negativi sui Diritti Umani);
- gli Stati e le imprese devono permettere il più ampio accesso ai rimedi efficaci alle vittime degli abusi dei Diritti Umani (gli Stati devono assicurare - attraverso mezzi giudiziari, amministrativi, legislativi o altri appropriati - che le persone abbiano accesso ad un efficace rimedio, quando accadono tali abusi all’interno del proprio territorio. Le imprese devono provvedere al rimedio degl’impatti negativi - o cooperare allo stesso - attraverso processi legittimi, quando riconoscono di aver causato gl’impatti negativi o contribuito a causarli).

Unione Europea

Allo scopo di rafforzare la responsabilità e la trasparenza delle grandi aziende, a fine 2014, il Parlamento e il Consiglio dell’Unione Europea hanno pubblicato la Direttiva 2014/95/EU sulla Gazzetta Ufficiale europea; tale Direttiva entrata in vigore il 1° di gennaio 2017 (dopo la ratifica avvenuta a fine 2016 da parte degli Stati membri) riguarda la divulgazione anche di informazioni non finanziarie, tra le quali quelle riguardanti i Diritti Umani.

L’IMPEGNO DI TIM

[G4-DMA Assessment] Dal 2008 al 2011 TIM è stata uno dei componenti del Global Compact Human Rights Working Group dell’ONU, costituito dal Global Compact Board nel 2006 con l’obiettivo di fornire l’input strategico sui Diritti Umani al Global Compact.

Dal 2012 TIM è uno dei componenti del *Peer Learning Group on Business and Human Rights*, costituito nell’ambito del *Global Compact Network Germania*.

Nel 2016 il Peer Learning Group ha svolto le seguenti principali attività:

- webinar di marzo sul tema “osservare gli impegni riportati nella policy sui Diritti Umani attraverso le attività di formazione e sensibilizzazione”;
- meeting di giugno su “la due diligence dei Diritti Umani nella catena di fornitura”;
- webinar di settembre sul tema “armonizzare la futura strategia di business con il rispetto dei Diritti Umani”;
- meeting di novembre su “l’accesso al rimedio in pratica - capire e migliorare il meccanismo di denuncia (con la partecipazione dei Global Compact Network britannico, greco, italiano, olandese, spagnolo e tedesco). Il meeting si è tenuto nell’Ufficio dell’Alto Commissario per i Diritti Umani dell’ONU (Ginevra)”.

¹ Principi Guida dell’ONU su Imprese e Diritti Umani.

² Nel 2005 Kofi Annan aveva nominato il Prof. Ruggie “Special Representative of the Secretary-General on the issue of human rights and transnational corporations and other business enterprises”.

³ Realizzato dal Prof. John Ruggie ed approvato dal Consiglio dei Diritti Umani nel 2008.



Si noti che, in virtù della trasversalità del tema dei Diritti Umani rispetto agli stakeholder del Gruppo, il presente paragrafo copre i KPI [G4-HR3], [G4-HR8], [G4-HR9], [G4-HR12], dello standard GRI G4. Nel capitolo Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale sono esposti i KPI [G4-HR1], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7], [G4-HR10], [G4-HR11], mentre nel capitolo Le persone di TIM sono esposti i KPI [G4-HR2], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7].

LA DUE DILIGENCE SUI DIRITTI UMANI DEL GRUPPO TIM

[G4-DMA-Reporting due diligence on Human Rights-a] Nel 2012, TIM ha preso parte al Company Coaching and Capacity Assessment on Business and Human Rights, organizzato dal Global Compact Network Germania, durante il quale è stato anche spiegato il tool OCAI (Organisational Capacity Assessment Instrument¹) per la due diligence sui Diritti Umani nelle imprese (richiesta espressamente dai “Principi Guida”). OCAI è un questionario di autovalutazione che riflette il contenuto dei “Principi Guida dell’ONU su Imprese e Diritti Umani”, costituito da ventidue domande riguardanti i principali elementi della responsabilità delle imprese sui Diritti Umani². Nella compilazione del questionario OCAI, per ogni domanda, l’impresa o funzione deve valutare la propria posizione – attuale e potenziale - in uno spettro di sei livelli, che va da “non dinamica” a “promoter dei Diritti Umani”³.

Tra gli obiettivi della due diligence ci sono:

- l’identificazione e mappatura dei rischi sui Diritti Umani che derivano dalle attività operative dell’Azienda⁴;
- la conferma che ogni tematica sia disciplinata da apposito quadro normativo interno (ad es., policy, procedure), abbia un sistema di gestione che monitori e tracci le prestazioni regolarmente (se possibile attraverso opportuni indicatori, come quelli riguardanti la salute e la sicurezza), abbia le relative responsabilità assegnate;
- la definizione di un percorso di miglioramento graduale che, a partire dal semplice rispetto delle leggi locali, orienta le politiche e i processi dei Diritti Umani verso la condivisione con gli opportuni stakeholder, attraverso appropriate iniziative di coinvolgimento;
- l’evidenziazione degli eventuali divari o incoerenze tra le diverse funzioni dell’impresa e/o tra le diverse società del Gruppo;
- la possibilità del confronto sui Diritti Umani con le altre imprese.

[G4-HR9] TIM ha effettuato la prima due diligence interna sui Diritti Umani dall’autunno 2012 alla primavera 2014, sulla base dei “Principi Guida”, l’utilizzo del questionario OCAI, ed il coinvolgimento delle due maggiori entità del Gruppo in termini di organico (la percentuale di dipendenti coperta è stata del 98%) e di investimenti, ovvero la BU Domestic (escluse Olivetti e TIM Sparkle) e la BU Brasile.

L’intero processo di due diligence è stato studiato e coordinato dalla funzione CSV, la quale

¹ Realizzato da Twentyfifty Ltd con i finanziamenti della Fondazione del Global Compact Germania.

² Quattro domande riguardano l’eventuale policy sui Diritti Umani, quattro la valutazione degli impatti effettivi e potenziali sui Diritti Umani (derivanti dalle attività e relazioni di impresa), undici riguardano l’integrazione del rispetto dei Diritti Umani nei processi e funzioni dell’impresa, due domande concernono il tracciamento della risposta dell’impresa agli impatti negativi che ha provocato o concorso a provocare e la relativa comunicazione, e ultimo il meccanismo di denuncia.

³ I due livelli più bassi identificano l’approccio reattivo ai Diritti Umani (rispettivamente, “non dinamico” e “reattivo”), il terzo costituisce l’approccio attivo (“gestione efficiente”), i tre livelli più alti rappresentano l’approccio proattivo ai Diritti Umani (dal basso verso l’alto, si ha “sperimentazione proattiva”, “integrazione strategica”, “promoter dei Diritti Umani”). Il tool non opera come esperto di compliance.

⁴ Le attività operative dell’Azienda includono anche la catena di fornitura. Tra i gruppi ritenuti vulnerabili, oltre ai minori, gli anziani, i disabili e le comunità locali, TIM ha identificato le popolazioni indigene e il lavoro dei migranti.



ha invitato le funzioni e società del Gruppo coinvolte alla compilazione del questionario di autovalutazione ¹. La funzione CSV ha esaminato i questionari compilati e condotto i relativi feed-back con le funzioni italiane al fine di approfondire i contributi forniti e definire gli action plan delle autovalutazioni di livello due e tre (rispettivamente, il 3,1% e l'8,6% di tutte le risposte) ².

Infatti, se dal processo di autovalutazione emerge una situazione di potenziale rischio con riferimento ai Diritti Umani, la funzione interessata è tenuta a comunicare il relativo action plan alla funzione CSV, la quale monitora lo stato di avanzamento dei lavori.

In Italia, al termine dei feed-back, è emerso quanto segue:

- su una scala da uno a sei, il voto medio di tutte le risposte è stato 4,4;
- la necessità di predisporre la policy dei Diritti Umani del Gruppo TIM (circa i 2/3 delle autovalutazioni insufficienti hanno riguardato questo aspetto);
- l'utilità di organizzare corsi di formazione interni sui Diritti Umani.

Gli incontri di feed back programmati in Brasile sono stati rinviati al 2017 in considerazione della predisposizione e diffusione del corso online di (In)formazione sui Diritti Umani che dovrebbe portare ad una migliore conoscenza delle tematiche, con riflessi positivi sulle risultanze della due diligence stessa.

[G4-HR10] [G4-HR11] Anche i risultati degli audit sui Diritti Umani realizzati sui Fornitori del Gruppo sono riportati nel Bilancio di sostenibilità e nella sezione di sostenibilità del sito web del Gruppo.

LA POLICY SUI DIRITTI UMANI DEL GRUPPO

[G4-DMA-Reporting due diligence on Human Rights-b] Scopo della nuova Policy è rendere il rispetto dei Diritti Umani un requisito essenziale nello svolgimento delle attività operative di TIM. Sia in Italia sia nelle società estere, il Gruppo ha messo in atto i processi attraverso i quali s'impegna a rispettare i Diritti Umani e ha identificato quelli che possono essere influenzati negativamente dalle attività dell'Azienda, quali i:

- Diritti Umani fondamentali (ad es. orario di lavoro, retribuzioni eque, età minima per l'ingresso nel mondo del lavoro, accessibilità alle persone disabili, tutela della maternità, lavoro forzato/obbligatorio/vincolato);
- diritti riguardanti la salute e la sicurezza;
- diritti concordati con i sindacati e inseriti nei Contratti di Lavoro Nazionali (in linea con i principi dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro);

[G4-DMA Non-discrimination] diritti riguardanti la diversità, l'uguaglianza e la non discriminazione.

La Policy si applica a tutte le persone del Gruppo e i diritti sopra riportati riguardano anche i terzi che entrano in rapporti di affari con TIM.

I processi interni del Gruppo considerano anche una serie di diritti della persona su cui incide il core-business, tra cui i diritti:

- all'accesso ai servizi di telecomunicazione e all'innovazione;
- alla privacy delle persone e dei clienti del Gruppo e protezione dei loro dati personali;
- alla libertà di espressione, in particolare quella online, supportata dall'accesso alle tecnologie delle telecomunicazioni;

¹ TIM non ha considerato la domanda riguardante le "conflict-affected areas" in quanto il Gruppo non opera in tali aree

² Nessuna risposta di livello uno è stata fornita nel corso del primo round.



- derivanti dall'approccio aziendale di tolleranza zero verso qualsiasi forma di corruzione;
- potenzialmente violati dai servizi a valore aggiunto (ad esempio i servizi con contenuti riservati agli adulti e il gioco d'azzardo);
- dei bambini e dei giovani a essere protetti dal (cyber)bullismo o dalle molestie;
- dei nostri clienti ad una pubblicità responsabile;
- alla tutela dell'ambiente (in particolare i campi elettromagnetici);
- delle Comunità nelle quali TIM svolge la propria attività, con particolare attenzione ai gruppi vulnerabili di persone (ad es., disabili, minori, anziani);
- connessi all'impiego della sicurezza armata, secondo i più elevati standard e prassi internazionali e con la più ampia trasparenza possibile.

La Policy prevede i meccanismi di denuncia non filtrata e anonima secondo quanto richiesto dalle procedure aziendali, disponibili sul sito del Gruppo.

La Policy del Gruppo è stata approvata dal Presidente di TIM.

(In)FORMAZIONE SUI DIRITTI UMANI

[G4-DMA-Reporting due diligence on Human Rights-b] A valle della pubblicazione della Policy è stato organizzato un corso di formazione in aula a cui hanno partecipato i rappresentanti delle varie funzioni aziendali. Il corso è stato tenuto da una società esterna esperta in tematiche di sostenibilità¹ e ha visto la partecipazione del Direttore Generale di Amnesty International Italia.

Inoltre è stato predisposto un corso online per tutta la popolazione aziendale, disponibile su piattaforma di e-learning dalla fine del 2015, ulteriori inviti alla partecipazione volontaria sono stati inviati nel 2016.

Sia il workshop sia il corso online hanno evidenziato, tra l'altro:

- cosa sono i Diritti Umani e le principali Istituzioni internazionali che li disciplinano;
- le imprese ed i Diritti Umani, con focalizzazione sugli eventuali impatti prodotti dalla loro attività sui Diritti Umani;
- l'importanza delle imprese che operano nel settore delle telecomunicazioni nella tutela dei Diritti Umani;
- TIM e i Diritti Umani: cosa possono fare - in caso di dubbio - le persone del Gruppo che svolgono attività sensibili per la protezione dei Diritti Umani;
- come e quando utilizzare il meccanismo di denuncia.

Sono in fase di ultimazione le attività di adattamento alla realtà brasiliana e di traduzione in lingua locale del corso che permetteranno, a tutti i dipendenti di TIM Brasil, su base volontaria, di usufruire delle informazioni contenute nel corso online in maniera diretta e facilitata.

SEGNALAZIONI E INCIDENTI

[G4-DMA Human Rights Grievance Mechanisms]

Il Codice Etico e di Condotta di Gruppo prevede che i dipendenti, i collaboratori, i consulenti, nonché i terzi in rapporto d'affari con il Gruppo e tutti gli stakeholder interessati dalla Policy per il Rispetto dei Diritti Umani segnalino tempestivamente – con riferimento alle attività e prestazioni di interesse del Gruppo – al Responsabile della Direzione Audit di TIM, anche per il tramite del superiore gerarchico, eventuali violazioni o concorso alla violazione di:

- norme di legge o di regolamento,



- prescrizioni del Codice Etico,
 - policy e procedure interne.
- e ogni irregolarità e/o negligenza. La gestione delle segnalazioni, anche di specifica competenza del Responsabile della Direzione Audit (c.d. “whistleblowing”), è un requisito Sarbanes-Oxley Act e dei “Principi Guida dell’ONU su Imprese e Diritti Umani”.

La procedura di segnalazioni per il Controllo Interno (cfr il capitolo *Il Gruppo TIM*, paragrafo *Il sistema di Corporate Governance*) prevede che il Responsabile della Direzione Audit, il quale risponde direttamente al CdA in autonomia ed indipendenza rispetto ai senior executive:

- garantisca la ricezione, protocollazione ed analisi preliminare delle segnalazioni pervenute;
- in base agli esiti dell’analisi preliminare, avvii (qualora necessario) una attività strutturata di audit;
- comunichi gli esiti delle analisi alle funzioni competenti, affinché intraprendano (se necessario) le opportune azioni correttive. La non conformità viene chiusa solo dopo un accertamento da parte della Direzione Audit dell’efficacia delle azioni correttive messe in campo dalle funzioni competenti;
- assicuri la tracciabilità e la conservazione della documentazione inerente alle segnalazioni pervenute ed alla loro analisi;
- effettui le attività di aggiornamento della procedura di segnalazione, nonché, di concerto con la funzione Human Resources & Organizational Development, la sua diffusione interna.

La procedura è disponibile sia sulla intranet aziendale, sia sul sito web telecomitalia.com. I dipendenti sono stati sensibilizzati con una lettera dell’Amministratore Delegato e una *news* diffusa sulla intranet aziendale.

Nel corso del 2016 sono pervenute complessivamente 219 segnalazioni in Italia e 518 in Brasile. Per quanto riguarda l’Italia, le 219 segnalazioni, di cui 73 anonime e 146 non anonime, sono così classificate:

- 110 nell’ambito di applicazione della procedura whistleblowing;
- 89 non rientranti nell’ambito applicativo della procedura e inviate alle competenti Funzioni per le relative verifiche con comunicazione alla Direzione Audit dell’esito delle stesse, di cui:
 - 50 reclami di clienti (per disservizi);
 - 39 altro;
- 20 “non pertinenti” rispetto all’obiettivo della procedura.

Per quanto riguarda il Brasile, le 518 segnalazione sono state fornite 220 in forma anonima e 298 non anonima, così classificate:

- 264 di tipo “aziendale”(processi migliorabili, ecc.);
- 10 di tipo “personale”(dipendenti con situazioni di disagio, ecc.);
- 214 reclami di clienti (per disservizi);
- 30 “non pertinenti” rispetto all’obiettivo della procedura.

[G4-HR12] Di seguito sono riportate le segnalazioni relative ai Diritti Umani pervenute attraverso il principale strumento che l’Azienda mette a disposizione di tutti gli stakeholder per segnalare qualsiasi tipo di irregolarità normativa o violazione del Codice Etico, della Policy sui Diritti Umani e dei “Principi Guida dell’ONU”, ovvero dalla procedura Whistleblowing. Si noti che il concetto di Diritto Umano usato per la compilazione delle tabelle è lo stesso usato per la due diligence precedentemente esposta; nelle tabelle sono quindi riportate solo le denunce non inserite nei paragrafi specifici (ad es., Le persone di TIM, le richieste d’informazione inoltrate all’Azienda da parte del Garante della Privacy, i dipendenti dei fornitori).



Segnalazioni ricevute e gestite in Italia riguardanti i Diritti Umani

	2016	di cui sostanziate	2015	di cui sostanziate	2014	di cui sostanziate
Numero complessivo delle segnalazioni riguardanti i diritti umani pervenute attraverso i principali meccanismi di segnalazione	0	0	4	2	7	3
Di cui gestite durante il periodo di riferimento	0	0	4	2	7	3
Di cui risolte durante il periodo di riferimento	0	0	4	2	7	3
Numero totale di segnalazioni pervenute prima del periodo di rilevazione che sono state risolte nel periodo di riferimento	0	0	0	0	1	1

[G4-HR12]

Segnalazioni ricevute e gestite in Brasile riguardanti i Diritti Umani

	2016	di cui sostanziate	2015	di cui sostanziate	2014	di cui sostanziate
Numero complessivo delle segnalazioni riguardanti i diritti umani pervenute attraverso i principali meccanismi di segnalazione	8	4	0	0	5	2
Di cui gestite durante il periodo di riferimento	8	4	0	0	5	2
Di cui risolte durante il periodo di riferimento	8	4	0	0	4	2
Numero totale di segnalazioni pervenute prima del periodo di rilevazione che sono state risolte nel periodo di riferimento	0	0	1	0	0	0

[G4-HR3],[G4-HR8] Nel Gruppo, negli ultimi 3 anni si sono avute segnalazioni per 2 casi, di cui 1 sostanziate e risolte, relativa a discriminazioni dei diritti delle popolazioni indigene ¹.

¹ **[G4-DMA Indigenous Rights]** L'unica area geografica riguardante la discriminazione etnica in cui TIM opera è il Brasile, dove nel 2016 si è avuto un caso sostanziato e risolto riguardante l'orientamento sessuale. Comunque, le attività di telecomunicazioni non hanno impatti negativi su tali popolazioni.



OPPORTUNITA' E RISCHI SOCIO-AMBIENTALI DELLE OPERAZIONI DEL GRUPPO

[G4-2], [G4-14] Nonostante, come si è più volte sottolineato, le telecomunicazioni possano dare un notevole contributo al miglioramento dell'ambiente e della qualità della vita, i servizi ICT indirizzati, per esempio, alla riduzione dei consumi energetici o alla medicina da remoto hanno un peso ancora ridotto sul fatturato per le società di TLC. Tuttavia, godono di tassi di crescita positivi e verosimilmente avranno in futuro una vasta diffusione. I laboratori di TIM sono da tempo impegnati nella ricerca e nello sviluppo di questo genere di servizi, alcuni dei quali sono già passati dalla sperimentazione al mercato. È quindi già disponibile per i clienti un'ampia gamma di soluzioni volte a contenere i consumi energetici, abbattere le emissioni di CO₂, migliorare le prestazioni sanitarie e burocratiche, aumentare la sicurezza dei cittadini. Molti dei servizi a valenza socio-ambientale proposti da TIM sono discussi nei capitoli *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale* (cfr. *Clienti*) e *Tutela dell'ambiente* (cfr. *TIM eco-friendly*). Inoltre, esempi di opportunità economiche derivanti da una gestione sostenibile delle attività aziendali sono discussi nel capitolo *Impatti sociali e ambientali delle operazioni* e loro aspetti economici della Relazione finanziaria annuale del Gruppo.

Di seguito sono elencati i più comuni rischi del settore delle telecomunicazioni inquadrabili come rischi socio/ambientali, accompagnati da un breve resoconto sulle azioni di mitigazione messe in campo da TIM.

RISCHI SOCIALI

Al di là dei rischi comuni a qualsiasi grande azienda, legati allo sfruttamento del lavoro (meticolosamente evitati, in TIM, da un sistema di gestione che parte dalla Policy di Responsabilità Sociale del Gruppo - disponibile sul sito www.telecomitalia.com - e dagli accordi sindacali, e si basa su articolate procedure di controllo che prevedono la presenza delle rappresentanze dei lavoratori), i rischi sociali maggiormente legati all'esercizio delle telecomunicazioni provengono da:

- violazioni dei sistemi di sicurezza e privacy della rete, con conseguente accesso a dati personali o sensibili, per mitigare i quali TIM si è munita di un'apposita struttura organizzativa e competenze in grado di prevedere e combattere tali violazioni;
- utilizzo dei servizi di TLC lesivo del benessere psico-fisico dei minori o di chiunque non abbia sufficienti protezioni, per la cui mitigazione TIM mette in atto una serie di azioni descritte nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti*, paragrafo *Protezione minori*;
- discriminazione di alcuni soggetti che, per ragioni geografiche o socio/culturali, non hanno accesso a internet e ai benefici che ne conseguono. TIM attua la digital inclusion attraverso lo sviluppo delle proprie infrastrutture e azioni di diffusione della cultura digitale (cfr. *Cultura digitale*).

RISCHI AMBIENTALI

In quest'ambito rientrano due tipologie di rischi:

- i rischi che le condizioni ambientali esterne possono costituire per la continuità del business (ad esempio, i terremoti possono distruggere le centrali telefoniche, l'esaurirsi di fonti di energia può provocare costi insostenibili per l'Azienda, ecc.). Rientrano in questa tipologia i rischi determinati dai cambiamenti climatici, quali le inondazioni determinate



dall'innalzamento degli oceani e dalle precipitazioni o la crescita dei costi energetici determinata dall'innalzamento della temperatura;

- i possibili danni causati all'ambiente dalle attività dell'Azienda.

La prima tipologia di rischi, che costituisce una minaccia all'operatività aziendale, è attentamente considerata e monitorata attraverso apposite strategie e procedure di *Business Continuity* (si veda paragrafo *Il sistema di gestione della business continuity* del presente capitolo).

Per quel che riguarda i possibili danni ambientali causati dall'Azienda, l'erogazione dei servizi di telecomunicazioni non pone seri rischi se non quelli legati alla catena di fornitura:

- i rischi indiretti derivanti dal consumo di energia – non essendo TIM un produttore di energia, gli unici strumenti di mitigazione a disposizione dell'Azienda sono l'ottimizzazione dei consumi energetici (discussa nel capitolo *Tutela dell'ambiente*) e la selezione dei fornitori (discussa nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori*);
- il sourcing delle tecnologie, ovvero l'acquisto di prodotti tecnologici la cui produzione può causare seri danni ambientali e lo smaltimento dei rifiuti tecnologici (che viene effettuato da fornitori dell'Azienda). Questi aspetti sono regolati dalla policy di Gruppo relativa al Green Procurement, disponibile sul sito telecomitalia.com e dal sistema di gestione sostenibile della supply chain, descritto nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori* del presente rapporto.

TIM controlla le summenzionate tipologie di rischio attraverso gli strumenti ritenuti maggiormente adeguati a ciascuna tipologia, brevemente descritti nei capitoli *Tutela dell'ambiente, Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori, Le persone di TIM* e nel paragrafo *Diritti Umani* del presente capitolo. Target precisi sono stati definiti solo per quelle tipologie di rischio per cui tali target possono essere realmente utili. In particolare, sono stati definiti i target:

- di copertura delle reti di nuova generazione;
- per la sostenibilità dei fornitori;
- per la riduzione dei consumi energetici.

(cfr. *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori e Appendice*).

L'ENTERPRISE RISK MANAGEMENT SYSTEM

[G4-2], [G4-14]

Il Gruppo ha adottato un Modello Enterprise Risk Management (di seguito ERM) che consente di individuare, valutare e gestire i rischi in modo omogeneo, evidenziando potenziali sinergie tra gli attori coinvolti nella valutazione del Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi. Il processo ERM è progettato per individuare eventi potenziali che possono influire sull'attività d'impresa, al fine di gestire il rischio entro i limiti accettabili e di fornire una ragionevole sicurezza sul conseguimento degli obiettivi aziendali.

Il processo è diretto dallo Steering Committee ERM che è presieduto e coordinato dal responsabile della funzione Administration, Finance and Control. Lo Steering si riunisce con cadenza trimestrale (o in relazione a specifiche esigenze) e ha lo scopo di garantire il governo del processo di gestione dei rischi di Gruppo, finalizzato a garantire la continuità operativa del business aziendale monitorando l'efficacia delle contromisure adottate.

Il processo adottato è ciclico e prevede le seguenti fasi:

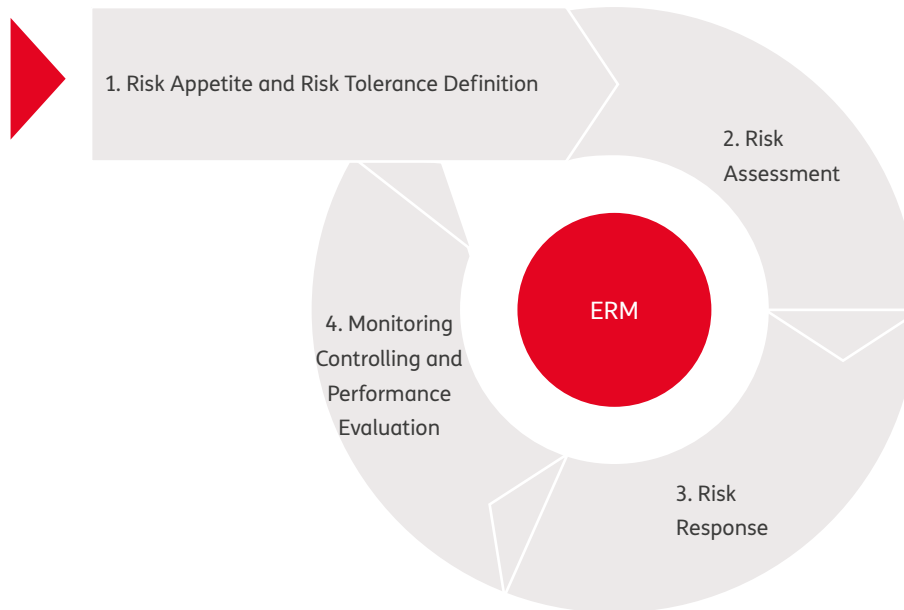
- definizione del Risk Appetite e delle Risk Tolerance:
 - Risk Appetite è l'ammontare e la tipologia di Rischio, a livello complessivo, che un'azienda è disposta ad accettare nella creazione di valore, ovvero nel perseguimento



dei propri obiettivi strategici¹. E' discusso e definito annualmente dal CdA in occasione delle sessioni dedicate all'approvazione del piano Industriale. Il Risk Appetite è declinato sulle Risk Tolerance;

- e Risk Tolerance rappresentano il livello di rischio che l'Azienda è disposta ad assumere, con riferimento alle singole categorie di obiettivi (strategici, operativi, di compliance, reporting)².

Il monitoraggio del rispetto delle Risk Tolerance e del Risk Appetite è trimestrale e destinato al CdA, previa informativa al CCR.



- Risk Assessment: la fase prevede l'individuazione, la definizione e la valutazione dei rischi. Tale fase prende avvio con il fine tuning del Risk Universe, ovvero il documento che contiene la descrizione delle principali caratteristiche di tutti i rischi individuati; i rischi vengono sottoposti, mediante intervista, ai process owner che valutano, congiuntamente a Risk Management, la gravità degli stessi, ne documentano i presidi di mitigazione al fine di posizionarli su un'apposita matrice 3X3 (Risk and Control Panel - R&CP). Le dimensioni di tale matrice sono:
 - "livello di rischio inerente", ovvero il livello di scostamento rispetto al Piano Industriale derivante dal verificarsi di un evento (rischio);
 - "livello di presidio", dato dalla valutazione dei presidi di mitigazione implementati.Tale matrice permette di indirizzare le priorità di intervento sui rischi mappati. L'insieme dei rischi valutati Alti nella matrice R&CP costituisce il Corporate Risk Profile (CRP). I rischi del CRP che presentano un parziale o inesistente livello di presidio sono oggetto di una Root cause Analysis volta ad aggregare i rischi correlati in omogenei ambiti di miglioramento. Il posizionamento dei rischi nella matrice descritto sopra è frutto inoltre:
 - della collaborazione con la Direzione Compliance, che considera il livello di presidio in merito agli aspetti di non conformità e
 - dalle sinergie con la Direzione Audit in merito all'analisi di valutazione dell'adeguatezza ed operatività dei presidi di mitigazione individuati.
- Risk Response: la fase ha l'obiettivo di individuare ed attuare le opzioni strategiche di risposta al rischio e ricondurre o mantenere i rischi su livelli accettabili. La responsabilità

¹ Definizione CoSO 2013

² Secondo definizione CoSO



della individuazione ed implementazione della risposta al rischio è del Process Owner, con il supporto di RM per il superamento dei gap di presidio individuati in fase di Risk Assessment. Per ogni rischio deve essere definita una adeguata risposta al rischio in coerenza alla priorità di intervento rappresentata dal suo posizionamento nel Risk & Control Panel. La Risk Response si articola nelle seguenti "sotto-fasi":

- pianificazione;
 - esecuzione;
 - consuntivazione e misurazione delle performance.
- elaborazione dei flussi di Reporting: a completamento di ogni ciclo di processo ERM, si rappresenta il profilo di rischio complessivo, con riferimento anche agli effetti delle azioni di mitigazione. L'insieme di tali informazioni costituisce input per la nuova pianificazione industriale e quindi per la definizione del Risk Appetite e delle correlate Risk Tolerance.

Un breve resoconto delle principali tipologie di rischio individuate dal sistema ERM è contenuto nella Relazione Annuale, capitolo *Principali Rischi e Incertezze*.

IL SISTEMA DI GESTIONE DELLA BUSINESS CONTINUITY

[G4-EC7], [G4-EC8] TIM considera il processo di Business Continuity: un elemento fondamentale per la tutela del valore e della reputazione del Gruppo nell'erogazione dei propri servizi/prodotti e nel pieno rispetto di quanto definito nei contratti con i clienti, nella normativa di settore e, più in generale, in coerenza con le metodologie e gli standard internazionali di riferimento.

TIM adotta, a livello di Gruppo, un *Business Continuity Management System* (BCMS) come modello di controllo e gestione della continuità operativa dei processi anche attraverso attività di prevenzione, considerando sia gli aspetti tecnologici (sistemi IT, network, facility, etc.) sia quelli organizzativi (Risorse Umane, vincoli contrattuali, aspetti logistici, etc.).

Il BCMS segue le indicazioni contenute nello standard internazionale di riferimento per la Business Continuity ovvero la ISO 22301 che enfatizza, tra l'altro, l'importanza di:

- comprendere le esigenze dell'organizzazione e degli stakeholder, in termini di Business Continuity;
- implementare e rendere operativi i controlli e le misure per gestire la capacità aziendale di affrontare le interruzioni dell'operatività dovute a cause accidentali;
- monitorare e riesaminare le prestazioni e l'efficacia del sistema di gestione della continuità operativa;
- diffondere la cultura della Business Continuity;
- gestire le comunicazioni fra le parti interessate relativamente alle tematiche di Business Continuity.

Il BCMS si basa sul ciclo di *Deming-Plan-Do-Check-Act* e si articola nelle quattro fasi di Governance&Planning (*Plan*), Execution (*Do*), Performance Evaluation (*Check*) e Improvement (*Act*).

Nella fase di Governance&Planning, il Gruppo analizza il contesto di riferimento, identificando tanto le esigenze dell'Azienda e dei suoi stakeholder quanto i vincoli contrattuali/regolatori di Business Continuity. Sulla base di questi elementi e delle Risk Tolerance e Risk Appetite,

¹ Per "business continuity" si intende la capacità di garantire la continuità del servizio in relazione a predefiniti ed accettabili livelli, a seguito del verificarsi di un incidente dirompente.



l'Azienda definisce l'ambito della Politica ed i principali obiettivi strategici di Business Continuity. Quest'analisi preliminare prosegue attraverso l'identificazione dei processi/servizi maggiormente rilevanti per l'Azienda nonché delle risorse a supporto della continua disponibilità di tali processi e servizi. Le attività di questa fase permettono di determinare una strategia di Business Continuity che consente di garantire una risposta appropriata per ciascun processo e servizio, in termini di livelli operativi e di tempi di ripristino accettabili durante e dopo un evento dannoso.

In questa fase rientrano, tra l'altro:

- la Business Impact Analysis (BIA), ovvero la valutazione dell'impatto sul business in caso di eventi di rilievo che possono compromettere le attività aziendali e l'erogazione dei servizi;
- il Risk Assessment (RA), coerente con il modello adottato nell'ERM è finalizzato all'individuazione e alla valutazione delle minacce che possono colpire gli asset aziendali provocandone l'indisponibilità per un periodo di tempo più o meno prolungato;
- l'identificazione del Profilo di Rischio derivante dalla valutazione congiunta BIA/RA;
- le strategie di Business Continuity a seguito dell'analisi del Profilo del Rischio basata sulla valutazione Costi/Benefici.

La fase execution prevede l'approvazione della strategia di Business Continuity e del relativo budget, inoltre consente di avviare la fase esecutiva, con lo sviluppo di dettaglio dei Piani di Risk Treatment e dei Piani Operativi di Business Continuity. La relativa pianificazione è realizzata dalle funzioni operative, ciascuna per quanto di competenza, mentre l'ERM effettua una verifica di coerenza dei piani operativi con il piano Strategico di Business Continuity, anche al fine di armonizzare e correlare gli interventi di mitigazione lungo tutta la catena dei processi aziendali coinvolti.

Una valutazione complessiva delle performance del BCMS (fase di Performance Evaluation) è prevista almeno annualmente, analizzando in particolare:

- i dati effettivi (incident history) su tempi di ripristino e impatti economici degli eventi;
- i dati dei test di esercizio;
- gli assessment interni.

Sulla base della Performance Evaluation, sono individuate le eventuali azioni correttive da intraprendere (es. iniziative specifiche di prevenzione dei rischi, revisione di procedure, ecc.). Nella fase di Improvement sono acquisite le risultanze della fase di Performance Evaluation e sono definite le eventuali azioni correttive, che sono presentate al Vertice Aziendale per una periodica Management Review.

In questa fase il Vertice Aziendale:

- esamina e verifica il grado di adeguatezza del BCMS sulla base della Performance Evaluation, in accordo con eventuali evoluzioni dei requisiti e delle normative;
- valuta ed approva eventuali azioni correttive.

Le eventuali azioni correttive, le politiche e gli obiettivi della Business Continuity, determinano il miglioramento continuo del BCMS.



**Corporate Shared Value:
l'approccio strategico
alla sostenibilità di TIM**



L'approccio adottato dalla sostenibilità di TIM definisce un modo diverso di rispondere alle esigenze sociali espresse dagli stakeholder e contestualmente a quelle economiche dell'Azienda e di interpretare il ruolo dell'impresa all'interno della società, partendo dalla consapevolezza che non può esistere uno sviluppo economico di lungo periodo che non garantisca al contempo l'aumento del benessere sociale e la tutela delle risorse naturali. Quest'ultima considerazione è particolarmente rilevante per TIM, e per il settore ICT in generale, soprattutto in riferimento alle tecnologie digitali, che si stanno affermando sempre di più come un fattore chiave e abilitante per la crescita economica e sociale del Paese.

Il punto di arrivo di questo processo attuato da TIM è l'integrazione dell'approccio di sostenibilità convenzionalmente adottato dall'impresa all'interno dell'intera strategia aziendale, rendendolo veicolo per la creazione di valore economico e sociale.

Le attività di TIM rispondono all'obiettivo di mettere a disposizione del Paese infrastrutture innovative, competenze informatiche, prodotti, servizi e soluzioni ICT che rispondano ai bisogni della società. Inoltre, l'Azienda rafforza questo impegno tramite la partecipazione attiva al raggiungimento degli obiettivi di digitalizzazione del Paese definiti dall'Agenda Digitale Italiana, sviluppata dal Governo a recepimento delle direttive poste dall'UE all'interno dell'Agenda Digitale Europea.

L'attenzione all'innovazione e agli investimenti in nuove infrastrutture e tecnologie caratterizza l'azione di TIM anche in Brasile, attraverso la controllata TIM Brasil che, investendo nelle infrastrutture di nuova generazione per la diffusione della banda larga, ha svolto un ruolo importante nel processo di inclusione digitale, rispondendo a una forte esigenza sociale del Paese.

Per completare il passaggio al Valore Condiviso intrapreso nel 2014, nel corso del 2015 la funzione CSV ha definito il Corporate Shared Value Model di TIM che, nel 2016, è stato validato da PricewaterhouseCooper come descritto all'inizio del presente report. Infatti, oltre ad aumentare la gamma di indicatori per misurare e rendicontare rischi e prestazioni aziendali per consentire di prendere decisioni più consapevoli, internamente ed esternamente, l'Azienda ha deciso di validare il proprio sistema di reporting e di misurazione CSV sottoponendo il Tim Shared Value Model a validazione da parte di PricewaterhouseCooper Advisory S.p.A. (PwC), già revisore del Gruppo.

Più in generale, il modello di TIM ha identificato tre aree di intervento in grado di dare una risposta ai bisogni del Paese, attraverso tecnologie, competenze e specifiche progettualità. Le tre aree individuate sono:

- digitalizzazione, connettività e innovazione sociale;
- cultura digitale;
- tutela dell'ambiente.

TIM, anche in considerazione del più stretto legame tra Corporate Shared Value e business, coerentemente con la trasversalità del modello di CSV, ha definito una nuova struttura enhanced tramite il coinvolgimento delle principali funzioni aziendali e la redazione di una procedura organizzativa di CSV.

Il coinvolgimento degli stakeholder, a partire dall'ascolto delle loro istanze, rappresenta uno dei pilastri del modello di sostenibilità di TIM. L'approccio multistakeholder è indirizzato anche a raccogliere i loro contributi in materia di attività e progetti innovativi che il Gruppo potrebbe implementare, questa attività avviene anche durante il forum multistakeholder. Le istanze progettuali di maggiore rilevanza vengono condivise con le funzioni di business ed il Vertice e, in caso di convergenza di interessi, hanno uno sbocco commerciale.

Tale approccio permette di ottenere importanti benefici, tra cui:

- migliore gestione del rischio;



- elevata innovazione di prodotti e processi;
- migliore conoscenza dei contesti in cui il Gruppo opera;
- scouting delle opportunità di mercato.

Lo sviluppo della strategia di CSV all'interno dell'Azienda è in continua evoluzione e si articola principalmente sui seguenti driver:

- aggiornamento delle aree strategiche di intervento;
- integrazione delle linee guida strategiche di CSV nelle linee guida della strategia aziendale;
- supporto, tramite linee guida di marketing sociale, allo sviluppo di offerte e servizi che producono valore condiviso;
- utilizzo delle tematiche di CSV come driver di posizionamento in termini di comunicazione sia di mercato che di brand;
- monitoraggio dell'impatto della CSV sulla reputazione del Gruppo.

MONITORAGGIO DELLA CORPORATE SHARED VALUE

Dal 2014 al 2016, Ipsos ha svolto per conto di TIM un'indagine mirata al monitoraggio della Corporate Shared Value allo scopo di misurare:

- il livello di conoscenza e il valore attribuito alla CSV;
- il giudizio su TIM e sulle altre grandi aziende italiane;
- il giudizio sulle fondazioni e la conoscenza del legame con le grandi aziende italiane;
- la conoscenza e la valutazione dei singoli progetti promossi da TIM e da Fondazione TIM.

L'indagine ha rilevato l'opinione di diversi stakeholders¹ con le seguenti evidenze:

- per il 2016 un diverso e più evoluto scenario di riferimento per i temi di Corporate Social Responsibility. Sia dal punto di vista della popolazione che degli opinion leader si colgono delle aspettative sempre più elevate nei confronti delle aziende in termini di impegno in questo specifico ambito. Si ritiene infatti che ci sia una crescente attenzione e consapevolezza dei temi di sostenibilità da parte dei consumatori, favorita da una diffusione sempre più rapida delle informazioni che, a sua volta, espone sempre più l'agire delle aziende nei confronti dei consumatori. Si assiste così ad un'ulteriore dinamica evolutiva che collega in maniera più stringente la sostenibilità come elemento centrale della reputazione.

¹ quali:

popolazione di età compresa tra i 18 e i 64 anni; insegnanti di scuole primarie, secondarie e superiori; studenti di età compresa tra i 14 e i 19 anni; classe direttiva (liberi professionisti, dirigenti, imprenditori, ...) e opinion leader, ossia esponenti del terzo settore, mondo accademico, mondo economico-finanziario e giornalisti.



- il percorso di evoluzione del paradigma della responsabilità legata alla maturazione di una nuova consapevolezza sul suo ruolo fondamentale per l'impresa:



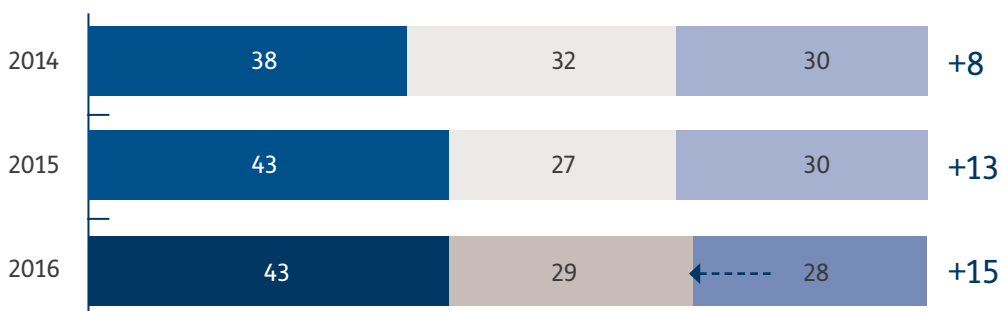


Nel caso specifico di TIM si conferma un giudizio positivo sull'impegno in ambito Corporate Shared Value: la percentuale di coloro che esprime un giudizio positivo cresce dal 38% del 2014 al 43% del 2016.

Valutazione della **responsabilità sociale del gruppo**

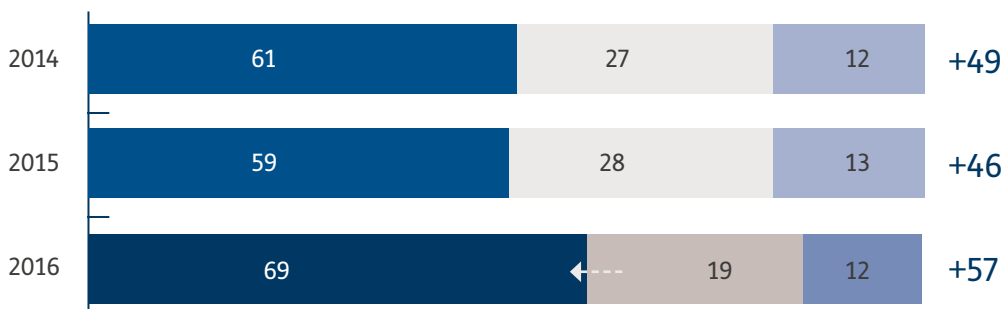


■ positivo ■ nè positivo nè negativo ■ negativo



Anche Fondazione TIM ha registrato un trend positivo come espresso nel grafico sotto riportato.

Giudizio su **Fondazione TIM**



I risultati raggiunti nel 2016 risultano ancor più lusinghieri perché registrati in un contesto dove le aspettative degli stakeholders sono più sfidanti, in un framework di analisi più puntuale, consapevole e circolare.



GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

[G4-34], [G4-42] Il monitoraggio delle tematiche socio-ambientali del Gruppo, così come l'individuazione dei progetti e delle iniziative di CSV, è in capo alla funzione di Corporate Shared Value che:

- riporta direttamente al Presidente del Consiglio di Amministrazione,
- periodicamente riferisce al Comitato Controllo e Rischi.

Quest'ultimo esercita una funzione di alta supervisione in materia di sostenibilità, vigilando sulla coerenza delle azioni realizzate con i principi posti dal Codice Etico e di Condotta del Gruppo e con i valori in cui il Gruppo si riconosce.

[G4-48] Il Bilancio di sostenibilità, ivi inclusa l'analisi di materialità, ricade nelle responsabilità del Presidente del Consiglio di Amministrazione ed è sottoposto per l'approvazione al Consiglio di Amministrazione. **[G4-47]** Nel corso del 2016 il Consiglio di Amministrazione ha incontrato i rappresentanti della funzione CSV una volta.

[G4-35] La delega delle responsabilità in materia socio-ambientale, così come tutte le deleghe aziendali, si espleta attraverso la procedura Conferimento e Revoca procure. In particolare **[G4-36]** la responsabilità del monitoraggio e della comunicazione delle tematiche ambientali e sociali risiede in capo alla funzione CSV, che prepara il Bilancio di sostenibilità, gestisce le relazioni con le agenzie di rating e cura anche l'implementazione di particolari progetti. La responsabilità della gestione delle particolari tematiche socio-ambientali resta in capo alle funzioni che gestiscono direttamente le operazioni correlate a quelle tematiche. Ad esempio: la funzione Human Resources & Organizational Development ha, tra l'altro, la responsabilità di garantire la salute e sicurezza dei dipendenti, assicurare le relazioni con i rappresentanti dei lavoratori, garantire la compliance in materia di normativa del lavoro, ecc; la funzione Open Access/Wholesale garantisce la compliance in materia di normativa ambientale, ecc; la funzione Engineering and Energy Management in ambito Business Support Office definisce le iniziative per la riduzione dei consumi energetici, ecc.

[G4-42] Sono queste ultime funzioni, in particolare, che individuano strategie specifiche e target diretti al miglioramento della performance socio-ambientale, ciascuna funzione per la propria area di competenza. Le strategie, le attività e i target socio-ambientali delle varie funzioni sono esposti nel Bilancio di sostenibilità.

[G4-37] Così come la responsabilità della gestione di ciascuna tematica socio-ambientale è delegata alla funzione che gestisce operativamente quella tematica, la consultazione con gli stakeholder è demandata alle funzioni che operativamente si confrontano con i rispettivi stakeholder dell'Azienda. Le varie iniziative di coinvolgimento sono elencate nel paragrafo *Stakeholder Engagement* del presente rapporto.



POSIZIONAMENTO NEGLI INDICI E ALTRI RICONOSCIMENTI

Gli indici di sostenibilità sono indici azionari formati da titoli selezionati in base a parametri economico-finanziari e criteri sociali e ambientali. La selezione è fatta da agenzie di rating specializzate che valutano le aziende sulla base delle informazioni pubbliche o di questionari, tenendo anche in considerazione le opinioni dei media e degli stakeholder. L'ammissione in tali indici rappresenta un risultato importante per le aziende, sia per le ricadute positive in termini di reputazione sia per il fatto che, oltre ai fondi pensione e ai fondi etici, sempre più investitori si indirizzano verso le aziende sostenibili in quanto ritenute meno rischiose e più promettenti nel medio/lungo termine.

La partecipazione al processo di valutazione costituisce anche un utile momento di riflessione per l'Azienda sui risultati raggiunti. A conclusione di tale processo, infatti, le indicazioni delle agenzie di rating sono attentamente considerate per pianificare le azioni di miglioramento futuro.

Nel 2016 TIM, oltre a essere stata confermata per il tredicesimo anno consecutivo in entrambe le categorie di indici di sostenibilità del Dow Jones (Dow Jones Sustainability Index World e Europe), è risultata industry leader nel proprio settore, unica società italiana a ottenere tale riconoscimento.

Inoltre, fin dal suo esordio, la serie Financial Times Stock Exchange for Good (FTSE4Good) Global e Europe ha incluso TIM.

TIM è anche presente nei seguenti indici:

- **Euronext Vigeo Eiris:**
 - Europe 120
 - Eurozone 120
- **STOXX® Global ESG Leaders Indexes:**
 - ESG Leaders
 - ESG Environmental Leaders
 - ESG Governance Leaders
 - ESG Social Leaders
- **Ethibel Sustainability Indexes (ESI):**
 - Excellence Europe
 - Excellence Global
- **ECPI Indexes:**
 - ECPI Euro Ethical Equity
 - ECPI EMU Ethical Equity
 - ECPI Euro ESG Equity
 - ECPI Global Developed ESG Best in Class Equity
 - ECPI World ESG Equity

TIM è altresì classificata come “prime” nel rating OEKOM, “industry leader” nel rapporto Sustainalytics e ‘qualified’ nel rating rfu.

Si riporta infine che da anni TIM è tra le aziende italiane a partecipare proattivamente al Carbon Disclosure Project (CDP).

Tim Participações, la holding quotata del Gruppo TIM Brasil, è stata confermata nell'indice ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial), gestito da BM&F Bovespa (Borsa di São Paulo) insieme al Ministero dell'Ambiente brasiliano e ad altri organi finanziari e di sostenibilità.



Tra i principali riconoscimenti ottenuti da TIM sui temi della sostenibilità e della relativa comunicazione si ricordano i seguenti:

- primo posto nel settore TLC in Italia e in Europa nella classifica 2016 Webranking by Comprend, che valuta e premia la qualità della comunicazione finanziaria e istituzionale online. La ricerca, realizzata annualmente dalla società Comprend in collaborazione con Lundquist, ha preso in considerazione le 70 maggiori società nazionali e le 500 maggiori società europee per capitalizzazione;
- Premio Nazionale dell'Innovazione 2016, assegnato dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri. Sono stati valutati la capacità di TIM di innovare con qualità il proprio portafoglio di soluzioni e di servizi, il processo di gestione dell'innovazione, la cultura aziendale orientata all'innovazione e la capacità di trasformare efficacemente progetti di innovazione in servizi a supporto dei cittadini, imprese ed enti;
- certificazione Top Employers 2016 (per il quarto anno consecutivo), assegnata annualmente alle aziende migliori nella gestione delle Risorse Umane. La ricerca, condotta da Top Employers Institute, ha verificato e certificato le condizioni d'eccellenza di TIM in ambito Human Resources sulla base di diversi criteri, tra cui strategia dei talenti, pianificazione della forza lavoro, gestione delle performance, sviluppo della leadership, retribuzione e benefit;
- riconoscimento di TIM come unica azienda italiana nella top 25 delle multinazionali europee interessate a partnership con giovani imprese. La ricerca è stata condotta da Fondazione Nesta e Startup Europe Partnership;
- secondo posto per la migliore sezione online dedicata ai contenuti di Carriera/Lavora con noi nella classifica Online Talent Communication 2016 dell'istituto di ricerca svedese Potentialpark. La ricerca ha valutato la migliore comunicazione dell'Employer Branding in Italia attraverso quattro canali di contatto: il sito dedicato alle opportunità di carriera delle aziende; i Social Media; la comunicazione mobile, incluse le App; il sistema di application online;
- Best Performer nella classifica Best Employer of Choice 2016, condotta da Cesop, che valuta annualmente le aziende più ambite dai neolaureati italiani sulla base di un campione statisticamente rappresentativo;
- terzo posto nella categoria "international best online report" per il Company Profile 2016 "Vita e società digitale" ai Corporate & Financial Awards 2016, iniziativa organizzata da Communicate Magazine.

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

TIM ritiene fondamentale prendere in considerazione le opinioni e le aspettative dei propri stakeholder, le parti cioè che a vario titolo hanno un interesse nelle attività aziendali.

[G4-24] Gli stakeholder con cui il Gruppo entra in contatto nello svolgimento delle proprie attività sono numerosi e molto diversificati tra loro. Per facilità di gestione sono stati raggruppati in otto categorie:

- clienti
- istituzioni
- concorrenti
- ambiente
- comunità (comprese associazioni, università, mondo della scuola, media, start up)
- fornitori
- azionisti
- risorse umane



Ascoltare i propri stakeholder per TIM significa rafforzare la comprensione delle istanze e delle priorità rispetto ai temi rilevanti della propria strategia e raccogliere contributi sui possibili ambiti di sviluppo della strategia stessa per sviluppare la capacità di creare valore condiviso tra l'Azienda e gli stakeholder stessi.

In questo contesto si inserisce l'organizzazione del forum multistakeholder 2016, organizzato per il secondo anno consecutivo, il 18 ottobre 2016, presso il TIM Space di Milano.

Forum multistakeholder

Il forum è un metodo di ascolto e coinvolgimento che favorisce l'integrazione delle istanze portate dai differenti stakeholder coinvolti, consentendo all'azienda di ricevere contributi che tengano conto delle diverse prospettive e allo stesso tempo riportino una visione già integrata e mediata delle diverse aspettative e priorità.

Il forum 2016 si è focalizzato su tre obiettivi:

- rafforzare la comprensione delle istanze e delle priorità degli stakeholder rispetto ai temi rilevanti per la strategia del Gruppo;
- raccogliere le valutazioni e opinioni degli stakeholder su possibili scenari evolutivi rispetto ai temi oggetto dei tavoli di lavoro;
- raccogliere stimoli e proposte concrete su cosa il Gruppo - insieme a tutti gli altri attori rilevanti - può fare per contribuire a questi temi in ottica di creazione di valore condiviso.

Nell'impostazione metodologica del forum sono stati seguiti i principi dello standard internazionale per le attività di engagement dei portatori d'interesse AA1000SES, elaborato da AccountAbility.

In applicazione dei principi dello standard AA1000SES si è prevista:

- la presenza di un soggetto di parte terza indipendente da TIM, specializzato in attività di coinvolgimento degli stakeholder e AccountAbility. Il Gruppo si è avvalso dell'apporto di SCS Consulting, incaricato di garantire la materialità dei temi oggetto di confronto, la rielaborazione autonoma di quanto emerso dalle attività di ascolto e l'inclusione di stakeholder che rappresentassero punti di vista differenti sugli argomenti di discussione;
- la scelta dei partecipanti al forum in base a competenza sui temi discussi ed equilibrata presenza di stakeholder con punti di vista differenti;
- l'esclusione di persone che avessero intrattenuto rapporti di lavoro dipendente o collaborazione professionale con il Gruppo e l'esclusione di compenso per i partecipanti al forum.

Infine è stata prevista la presenza di un rappresentante di PricewaterhouseCoopers, società incaricata della revisione limitata del Bilancio di sostenibilità. I partecipanti sono stati individuati mediante il coinvolgimento delle funzioni interne di TIM. In particolare sono stati coinvolti stakeholder appartenenti alle categorie¹ dei clienti, istituzioni, fornitori, comunità e ambiente.

Inoltre, per garantire una rappresentazione completa dei diversi interessi coinvolti, sono stati individuati stakeholder con punti di vista differenti sulle tematiche:

- gli stakeholder direttamente impattati, quali i clienti e i fornitori del Gruppo; i rappresentanti della comunità con un interesse diretto nelle attività di TIM, ad esempio istituzioni locali, scuole e associazioni;
- gli stakeholder con competenze tecnico-scientifiche sui temi, quali università, centri di ricerca, opinion leader.

¹ La categoria relativa ai dipendenti non è stata coinvolta in quanto lo standard di riferimento AA1000SES adottato nell'organizzazione del forum esclude la presenza di persone che hanno intrattenuto rapporti di lavoro dipendente o collaborazione professionale con il Gruppo. Le categorie degli investitori e dei concorrenti sono state invece coinvolte dal Gruppo con strumenti di ascolto alternativi al forum, come descritti nei relativi paragrafi.



Selezione temi di ascolto

Il primo riferimento per la definizione delle tematiche da trattare nel forum è stata la matrice di materialità 2015, rivista nel corso del 2016 alla luce dei Sustainable Development Goals (SDGs) rilevanti per TIM.

La matrice di materialità rappresenta l'incrocio tra le istanze, gli obiettivi e le aspettative che caratterizzano il contesto di riferimento esterno da una parte e le strategie e gli impegni di TIM dall'altra. L'incrocio tra le due prospettive porta a individuare, ogni anno, le tematiche chiave su cui è prioritario continuare a lavorare sia per coerenza con gli obiettivi interni sia perché lo richiede il contesto esterno e gli stakeholder dell'Azienda.

Relativamente al contesto esterno, nel 2016 sono stati considerati i SDGs rispetto ai quali TIM può contribuire a fornire una risposta concreta con le proprie soluzioni ICT come ad esempio nell'ambito della "Buona salute" (n°3), dell'"Istruzione di qualità" (n°4), della "Buona occupazione e crescita economica" (n°8), dell'"Innovazione e infrastrutture" (n°9), delle "Città e comunità sostenibili"(n°11).

Le tematiche chiave così individuate, sono state raggruppate per affinità e valutate nei seguenti tavoli di lavoro:

- competitività e innovazione
- qualità dei servizi
- vivere smart
- tecnologie per l'ambiente
- cultura digitale
- internet consapevole

Proposte d'azione

Nel forum, il processo utilizzato da TIM per la consultazione degli stakeholder al fine di raccogliere le loro proposte e tradurle in azioni concrete in grado di creare valore condiviso è raffigurato nell'immagine sotto riportata.



Le fasi del processo sono di seguito descritte:

1. A ciascun partecipante è stato inviato il dossier di introduzione al tema del proprio tavolo di lavoro, contenente anche i progetti già realizzati da TIM sul tema specifico, con l'obiettivo di facilitarne la partecipazione attiva e informata.



2. Dopo aver immaginato scenari futuri per ciascuna delle tematiche considerate più rilevanti in ciascun tavolo di lavoro, gli stakeholder hanno suggerito azioni concrete che TIM può promuovere e realizzare in qualità di azienda paese in collaborazione con altri soggetti di riferimento. Da queste attività dei tavoli di lavoro sono emerse 17 proposte di azione .

3. Dopo il forum, le 17 proposte d'azione sono state analizzate e valutate in base a tre criteri:

- potenziale di business;
- potenziale di stakeholder engagement, con particolare riferimento alla capacità di generare progetti a carattere sistemico con attori di rilievo;
- potenziale di creazione di valore condiviso.

Nove proposte sono risultate più rilevanti per TIM, come evidenziato nel grafico successivo.

4. Sulle proposte d'azione giudicate più rilevanti TIM si impegna ad organizzare approfondimenti verticali con gli stakeholder principali per definire in concreto i successivi piani d'azione.

FORUM MULTISTAKEHOLDER 2016 LE PROPOSTE DI AZIONE SELEZIONATE

Sensoristica IoT per le situazioni di emergenza è un piano di ricerca e sviluppo in ambito di prevenzione, conoscenza e governo delle calamità naturali. L'obiettivo è quello di «aggiungere» intelligenza e connettività a tutti i luoghi dove vivono le persone attraverso un sistema di sensori diffusi.

Modelli predittivi per le situazioni di emergenza riguarda il promuovere un dialogo con stakeholder rilevanti per lo sviluppo congiunto di modelli che siano in grado di studiare e restituire un significato alle informazioni storiche, fungendo da modelli predittivi per gestire in anticipo le situazioni di emergenza.

Quartiere connesso riguarda la definizione di un set di standard per uniformare la comunicazione dei dati di ogni singola casa in ottica di “rete di case”, permettendo al singolo utente di comunicare con i dispositivi domestici e con altri utenti in ambito di sicurezza, efficienza energetica e riduzione dello spreco alimentare.

Dispositivi indossabili per la salute è una piattaforma per la gestione interconnessa e il monitoraggio real time dei parametri vitali delle persone (ad esempio temperatura corporea, pressione arteriosa, frequenza respiratoria) che mette in comunicazione accessori (wearable), pazienti, e strutture sanitarie.

Sensoristica IoT per ottimizzare i flussi di traffico è un programma di sviluppo di sensoristica e di una piattaforma integrata di monitoraggio e controllo dei dati raccolti, da diffondere in maniera capillare nelle città, per gestire in maniera ottimale i flussi di traffico in funzione di diversi parametri (ad esempio i comportamenti dei cittadini, le condizioni ambientali, lo stato di occupazione dei parcheggi).

Laboratorio per la realtà aumentata presenta l'obiettivo di sperimentare l'apprendimento (sia in termini di contenuti, sia metacognizione) attraverso la realtà aumentata per sperimentare nuovi modelli didattici e creare una rete di “ambassadors” che possano trasferire i risultati nelle scuole “più periferiche”.

Bottone SOS propone lo sviluppo di un'App che consenta agli under 18 di chiamare un apposito «centralino» in merito a fenomeni e rischi quali il cyberbullismo, la pedopornografia



e la diffusione di immagini e video intimi. L'app consentirà di registrare e mappare le informazioni dell'utente (dati personali, area geografica, ...) e indirizzarle nei confronti dell'ente di riferimento (es. Polizia Postale, Unicef ecc.)

StaySafe Community è una community che riunisce gli insegnanti e studenti e che si occupa di educazione e formazione continua in tema di sicurezza della rete. I materiali informativi vengono sviluppati direttamente all'interno delle scuole italiane in collaborazione tra insegnanti e studenti e vengono successivamente divulgati sulla piattaforma. Tramite uno spazio dedicato, le famiglie degli studenti possono accedere e restare aggiornati su tale tema.

Accademia per lo sviluppo delle competenze digitali degli insegnanti è un centro di eccellenza per la formazione dei docenti, costituito da attori rilevanti del sistema scolastico italiano, per la sperimentazione di nuovi modelli didattici abilitati dalle nuove tecnologie disponibili attraverso metodologie come la ricerca-azione, mirati a creare e testare sul campo nuove forme di didattica.

[G4-25], [G4-26] Al di là del forum, il processo di stakeholder engagement avviene regolarmente nel corso dell'implementazione dei progetti aziendali. Per ogni progetto, infatti, si identificano gli stakeholder interessati e si attribuiscono le priorità in base all'importanza dello stakeholder per gli obiettivi di business o per la sua rilevanza in ambiti specifici ritenuti strategici dall'Azienda (i.e. contribuire alla crescita economica o culturale del Paese con progetti non strettamente di business).

Una volta identificati gli stakeholder di riferimento per il progetto, si studiano le strategie più adatte per costruire le relazioni, che possono avvenire tramite incontri individuali e di gruppo, sessioni informative, progetti comuni, sondaggi, focus group, ecc.

I riscontri che i diversi stakeholder riportano a TIM sono analizzati per individuare le soluzioni che l'Azienda può offrire per soddisfare le specifiche esigenze.

Al termine del processo di analisi e di verifica di fattibilità, TIM decide quali soluzioni offrire e quali progetti e iniziative intraprendere. Il coinvolgimento degli stakeholder continua anche in seguito per monitorare e calibrare le iniziative.

TIM ha stilato le *Linee guida generali per lo stakeholder engagement di Gruppo* e un insieme di policy collegate relative alle diverse tipologie di stakeholder, come, ad esempio le *carte dei servizi per la clientela*, la *policy sui rapporti con i fornitori nei processi di acquisto*, il *Codice di condotta per la protezione dei dati degli altri operatori locali*, le *Linee guida per i rapporti con le autorità locali e gli altri enti*, le *Linee guida per i contributi volontari alla Comunità*.

In ultimo il Gruppo è consapevole dell'importanza che un'informazione corretta sulle proprie attività riveste per il mercato finanziario, gli investitori e la comunità in genere. Ferme restando le esigenze di riservatezza richieste dalla conduzione del business, la comunicazione con il mercato finanziario avviene nel rispetto dei criteri di trasparenza, correttezza, chiarezza, tempestività e parità di accesso all'informazione, uguaglianza di trattamento a tutte le categorie di azionisti nel rispetto dei vincoli statutari. La comunicazione all'esterno delle informazioni è disciplinata da apposite procedure interne, in linea con la normativa vigente.

La Società ha attivato canali di ascolto dedicati agli azionisti, agli obbligazionisti e agli altri stakeholder interessati ad avere informazioni sui dati finanziari e non finanziari dell'Azienda.

La funzione Investor Relations gestisce quotidianamente le relazioni con gli stakeholder di riferimento: investitori istituzionali e retail (ivi comprese le associazioni di piccoli azionisti), obbligazionisti, investitori socialmente responsabili, analisti equity e del credito.



Nel 2016 la Società ha organizzato conference call trimestrali, road show all'estero, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (reverse road show) e partecipazioni a conferenze di settore; a queste attività si accompagnano i contatti diretti e le conversazioni telefoniche che il team di Investor Relations gestisce con frequenza quotidiana. Per un focus puntuale sulle attività svolte nel corso dell'anno e sui temi di maggiore interesse emersi, si rimanda alla sezione dedicata alle "Informazioni per gli Investitori" della Relazione Finanziaria Annuale 2016 del Gruppo TIM.

La comunicazione finanziaria di Gruppo viene gestita ponendo la massima attenzione alle esigenze di tutte le diverse categorie di interlocutori; tra questi, anche gli investitori legati al Socially Responsible Investing (SRI), che nelle scelte di investimento privilegiano le aziende che promuovono il rispetto per l'ambiente, i diritti umani e una forte attenzione alla governance societaria. Nell'interazione con questa specifica tipologia di investitori, Investor Relations affianca e supporta la funzione Corporate Shared Value durante incontri e conference call dedicate.

Sul fronte dei rapporti con gli azionisti individuali (retail) - oltre 480 mila possessori di azioni ordinarie - il Gruppo ha sviluppato nel tempo specifiche modalità di comunicazione. Nel 2006 è stato lanciato il Club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (www.telecomitalia.com/individuali) quale luogo d'incontro virtuale tra la società e i suoi investitori individuali. L'accesso al Club, gratuito, permette di sottoscrivere e ricevere servizi di informazione economico-finanziaria (report settimanale di borsa, sms alert ecc.). La comunicazione finanziaria, infine, punta sul web come importante mezzo di condivisione delle informazioni con l'esterno: in tal senso, il canale Investitori del sito www.telecomitalia.com viene costantemente aggiornato con le presentazioni dei risultati finanziari trimestrali, le relazioni intermedie ed annuali, gli avvisi e la documentazione utile per l'Assemblea degli Azionisti e il calendario finanziario della società.



[G4-26], [G4-27] Di seguito sono schematizzate le principali iniziative di stakeholder engagement del Gruppo nel 2016. Nello schema:

- la colonna "informazione" si riferisce alle comunicazioni unidirezionali dall'Azienda verso gli stakeholder;
- la colonna "consultazione" si riferisce alle occasioni in cui si chiede agli stakeholder la loro opinione attraverso sondaggi o strumenti simili;
- la colonna "dialogo" fa riferimento ai tavoli di discussione e collaborazione continuativa e stabile tra il Gruppo e i gli stakeholder;
- la colonna "partnership" si riferisce ai progetti specifici che sono gestiti insieme.

Ogni iniziativa menzionata nella tabella è accompagnata dal riferimento del capitolo e paragrafo del presente rapporto in cui quell'iniziativa è discussa in dettaglio.



INIZIATIVE

	INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
 AMBIENTE	<p>Dichiarazioni ambientali di prodotto rivolte ai clienti – TIM eco-friendly (Tutela dell'ambiente/TIM eco-friendly)</p>	<p>Anche nel 2016 TIM ha organizzato il Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e di raccogliere contributi innovativi (Corporate Shared Value/ Stakeholder Engagement)</p>	<p>Collaborazione con altri operatori di TLC sui temi di rilevanza ambientale nell'ambito di associazioni di settore e iniziative, tra cui GeSI ed ETNO) (Gruppo TIM/Il Sistema di Corporate Governance)</p>	<p>Partecipazione attiva al Peer Learning Group on Business and Human Rights, costituito nell'ambito del Global Compact Network Germania (Diritti umani/L'impegno di TIM)</p>
 COMUNITÀ	<p>Nel corso del 2016 è continuata l'attività di informazione e formazione per la diffusione del pensiero computazionale nelle scuole con il progetto Programma il Futuro attuata dal CINI. (Cultura Digitale/ Progetti di cultura digitale)</p> <p>Nel 2016, per raccontare ad un pubblico più ampio ed eterogeneo gli impatti positivi dell'innovazione digitale nel quotidiano, TIM produce Start!, un programma televisivo su Rai 2 in 10 puntate con uno share medio del 6,4% (Cultura Digitale/Progetti di cultura digitale)</p> <p>Navigare Sicuri, una piattaforma digitale (app e sito web) per sensibilizzare sui rischi del web fornendo utili raccomandazioni a bambini, genitori ed educatori con 3 rispettive macro aree. (Cultura Digitale/Progetti di cultura digitale)</p>	<p>Anche nel 2016 TIM ha organizzato Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e di raccogliere contributi innovativi (Corporate Shared Value/ Stakeholder Engagement)</p>		<p>TIM sviluppa numerose partnership di co-progettazione con i principali player globali, startup innovative, importanti università e centri di ricerca europei e nordamericani, organizzazioni non governative e della società civile, molte secondo i principi dell'Open Innovation. Tra le iniziative: Joint Open Lab (JOL), ambienti collaborativi di Open Innovation con alcune Università italiane di eccellenza; URBeLOG progetto finanziato da MIUR in ambito Smart City; la collaborazione WithYouWeDo con unaiutosubito.org per raccogliere fondi per i terremotati, (Digitalizzazione, Connettività e Innovazione Sociale/ Ricerca e sviluppo e servizi innovativi)</p>
	<p>TIM Netbook: la pubblicazione interattiva e open data per aumentare la trasparenza nello sviluppo delle infrastrutture di rete e incentivare lo sviluppo di progetti digitali. (Digitalizzazione, Connettività e Innovazione Sociale/Un gruppo di rilevanza strategica)</p>			
				<p>Partecipazione attiva al Peer Learning Group on Business and Human Rights, costituito nell'ambito del Global Compact Network Germania (Diritti umani/L'impegno di TIM)</p>




INIZIATIVE

	INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
RISORSE UMANE	<p> Nel primo semestre 2016 lancio di TIM Academy, un approccio innovativo all'apprendimento e alla condivisione del sapere in azienda.</p> <p>Sempre nel 2016 lancio della collana-video "5 domande a", video interviste ai top manager per diffondere la strategia commerciale dell'Azienda; TIM People APP, la versione app della Intranet. <i>(Le persone di TIM/ Comunicazione interna)</i></p>	<p>"Idea sharing", il contest di internal crowdsourcing grazie al quale i colleghi propongono un'idea progettuale e si aggiudicano la possibilità di realizzarla con nuove risorse e tempo dedicato. <i>(Le persone di TIM/ Comunicazione interna)</i></p>	<p>Caselle mail, intranet, blog, community virtuali, convention multimediali per dialogare con i dipendenti.</p> <p>Inoltre nel 2016 sono stati avviati i TIM Smart Corners, per favorire l'apprendimento e il networking in azienda attraverso brevi incontri informali con colleghi esperti <i>(Le persone di TIM/ Comunicazione interna)</i></p>	<p>Programmi di selezione e formazione realizzati con centri di ricerca, università, associazioni e fondazioni del terzo settore tra cui la collaborazione in corsi di studi post-universitari attraverso 4 master su temi collegati al business di TIM <i>(Le persone di TIM/Formazione)</i></p>
	<p>Nel 2016 è continuata l'attività di formazione sul Rispetto dei Diritti Umani con l'integrazione del corso on line <i>(Essere sostenibili in TIM/Diritti Umani e Le persone in TIM /Formazione)</i></p> <p>E' proseguito anche il rilevante impegno dell'Azienda nella formazione sulla sicurezza verso tutto il personale aziendale con programmi differenziati in virtù dei rischi ai quali sono esposti i lavoratori <i>(Le persone di TIM/Tutela della salute e della sicurezza)</i></p>	<p>Iniziative per migliorare la gestione della diversità in Azienda <i>(Le persone di TIM/ People Caring)</i></p>	<p>Sessioni informative e di confronto con le organizzazioni sindacali su temi d'interesse che hanno portato in alcuni casi alla stipula di accordi specifici <i>(Le persone di TIM / Relazioni industriali)</i></p>	<p>Sponsorizzazione della Cattedra Tim Chair in Market Innovation, presso l'Università Bocconi di Milano, all'interno del corso di Laurea magistrale in Economics and Management of Innovation and Technology (EMIT) <i>(Le persone di TIM/ Formazione)</i></p>
	<p>Attività di comunicazione interna <i>(Le persone in TIM / Comunicazione interna)</i></p>		<p>Servizio di counselling per affrontare le situazioni di disagio personale e lavorativo vissute dai dipendenti <i>(Le persone di TIM/People Caring)</i></p>	<p>Iniziative di volontariato con il coinvolgimento di dipendenti e di partner esterni <i>(Le persone di TIM/ People Caring)</i></p>
	<p>Nel 2016 è stato realizzato un percorso formativo on line e in aula sulla normativa Antitrust per circa 3.000 dipendenti selezionati tra varie funzioni aziendali, prevalentemente funzioni tecniche e commerciali. <i>(Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento)</i></p>			<p>Progetto "Network Scuola Impresa" in collaborazione con le scuole secondarie. In particolare sul tema dell'Alternanza Scuola Lavoro TIM ha aderito al progetto pilota di Assolombarda "Alternanza Licei - Imprese TLC" <i>(Le persone di TIM / Collaborazioni con le Università)</i></p>
				<p>Partecipazione attiva al Peer Learning Group on Business and Human Rights, costituito nell'ambito del Global Compact Network Germania <i>(Diritti umani/L'impegno di TIM)</i></p>



INIZIATIVE

	INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
CLIENTI	 Informazione sulle Carte dei Servizi e le Condizioni Generali di Abbonamento tramite i siti web del Gruppo (<i>Il Gruppo TIM/Il sistema di corporate governance di TIM</i>)	La soddisfazione dei clienti viene rilevata sistematicamente (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti</i>)	Collaborazione con le associazioni dei consumatori (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti</i>)	Partecipazione a gruppi di lavoro nazionali e internazionali, in partnership con agenzie ONU, associazioni non governative e di settore sul tema della tutela dei minori da possibili abusi compiuti attraverso internet (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti</i>)
	Informazione sugli strumenti per l'utilizzo sicuro di internet e il contrasto agli abusi informatici (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti</i>)	Anche nel 2016 TIM ha organizzato il Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e di raccogliere contributi innovativi (<i>Corporate Shared Value/ Stakeholder Engagement</i>)	Utilizzo di strumenti web basati sui social network da parte degli operatori del customer care per dialogare con i clienti e condividere conoscenze (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti</i>)	Progetti in partnership con Istituzioni e altre aziende per la sperimentazione e la realizzazione di servizi innovativi (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Clienti</i>)
	TIM Netbook: la pubblicazione interattiva e open data per aumentare la trasparenza nello sviluppo delle infrastrutture di rete e incentivare lo sviluppo di progetti digitali. (<i>Digitalizzazione, Connettività e Innovazione Sociale/Un gruppo di rilevanza strategica</i>)			Partecipazione attiva al Peer Learning Group on Business and Human Rights, costituito nell'ambito del Global Compact Network Germania (<i>Diritti umani/L'impegno di TIM</i>)
	Scambio di informazioni e di documentazione con i fornitori attraverso il portale "Vendors hub" che nel 2016 conta circa 3900 vendor abilitati (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori</i>)	Decima edizione del sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e più in generale su TIM da parte dei principali fornitori del Gruppo (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori</i>)	Aree di collaborazione dedicate ai principali fornitori disponibili sul portale Vendors Hub, che nel 2016 conta circa 3900 vendor abilitati (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori</i>)	Joint Audit Cooperation, iniziativa che prevede attività di audit di sostenibilità condotte presso stabilimenti di fornitori e subfornitori comuni sulla base di un protocollo d'intesa firmato con altri 12 operatori di TLC (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori</i>)
	Particolare focus sui principi espressi nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo richiamati nelle clausole contrattuali e in specifici impegni ad osservarli che vengono fatti sottoscrivere (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori</i>)	Invio di un questionario di autovalutazione in termini di sostenibilità ai fornitori a maggior rischio in fase di qualificazione e, periodicamente, ai fornitori già qualificati (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Fornitori</i>)		Partecipazione attiva al Peer Learning Group on Business and Human Rights, costituito nell'ambito del Global Compact Network Germania (<i>Diritti umani/L'impegno di TIM</i>)
FORNITORI	TIM Netbook: la pubblicazione interattiva e open data per aumentare la trasparenza nello sviluppo delle infrastrutture di rete e incentivare lo sviluppo di progetti digitali. (<i>Digitalizzazione, Connettività e Innovazione Sociale/Un gruppo di rilevanza strategica</i>)	Anche nel 2016 TIM ha organizzato il Forum multistakeholder al fine di rafforzare la comprensione di istanze e priorità e di raccogliere contributi innovativi (<i>Corporate Shared Value/ Stakeholder Engagement</i>)		Sigla dell'accordo con Ericsson per avviare il programma "5G for Italy" per la realizzazione di progetti innovativi abilitati dalla tecnologia 5G. (<i>Digitalizzazione, Connettività e Innovazione Sociale/Un gruppo di rilevanza strategica</i>)



INIZIATIVE

	INFORMAZIONE	CONSULTAZIONE	DIALOGO	PARTNERSHIP
 AZIONISTI	Il club degli azionisti "TI Alw@ys ON" (telecomitaliaclub.it) fornisce importanti informazioni agli investitori individuali e al pubblico in generale (<i>Corporate Shared Value/Stakeholder Engagement</i>)		Conference call trimestrali, incontri presso le sedi istituzionali del Gruppo (reverse road show), partecipazioni a conferenze di settore (<i>Corporate Shared Value/Stakeholder Engagement</i>)	
	Comunicazione finanziaria on line, attraverso il sito web del Gruppo (<i>Corporate Shared Value/Stakeholder Engagement</i>)		Momenti d'incontro con gli stakeholder su temi di corporate governance (<i>Corporate Shared Value/Stakeholder Engagement</i>)	
 ISTITUZIONI				Accordi e partnership con i Comuni per progetti e iniziative di digital inclusion di TIM, per la diffusione dell'innovazione e della cultura digitale e per progetti collaborativi nell'ambito di iniziative di smart city. (<i>Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento</i>)
 CONCORRENTI	TIM Netbook: la pubblicazione interattiva e open data per aumentare la trasparenza nello sviluppo delle infrastrutture di rete e incentivare lo sviluppo di progetti digitali. (<i>Digitalizzazione, Connettività e Innovazione Sociale/Un gruppo di rilevanza strategica</i>)	Ricerche quali-quantitative periodiche per analizzare la forza delle marche del Gruppo, l'immagine dei gestori di servizi di telecomunicazioni e di telefonia mobile, la notorietà dei gestori (<i>Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento</i>)	Dialogo con gli OLO su temi commerciali e relativi all'attuazione degli Impegni (<i>Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento</i>)	"Dono per...", società consortile a responsabilità limitata, ha come soci fondatori TIM, Vodafone Italia e Wind e gestisce le iniziative per la raccolta e la distribuzione di fondi a scopo di beneficenza nonché di finanziamenti in favore di partiti o movimenti di natura politica. (<i>Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale/Ricerca e sviluppo e servizi innovativi</i>)
			Dialogo costante con le Authority (AGCM e AGCOM) (<i>Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento</i>)	"Manifesto for timely deployment of 5G in Europe" per lo sviluppo della tecnologia 5G a partire dal 2018. (<i>Digitalizzazione, Connettività e Innovazione Sociale/Un gruppo di rilevanza strategica</i>)
				Il Gruppo aderisce a numerose federazioni, associazioni e organizzazioni a livello nazionale e internazionale (<i>Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento</i>)



L'ANALISI DI MATERIALITÀ

LA MATRICE DI MATERIALITÀ

[G4-18a], [G4-18b]

Anche nel 2016 il processo di analisi di materialità è stato condotto seguendo i requisiti richiesti dalla GRI G4 con lo scopo di individuare quei topic che più risultano rilevanti in relazione agli impatti socio-ambientali ed economici che le attività di business generano all'interno e all'esterno dell'organizzazione.

Identificazione delle tematiche rilevanti

Come riportato nelle “Linee guida per l'aggiornamento dell'analisi di materialità di TIM” e nel paragrafo Review del Bilancio del 2015¹, è stata svolta un'attività preparatoria di verifica circa la validità delle tematiche emerse lo scorso anno. Tale attività è stata condotta tramite un confronto puntuale con varie fonti informative nazionali ed internazionali, pubbliche e non pubbliche, interne ed esterne al Gruppo² e un confronto con un benchmark delle pratiche di settore.

Al termine di questa prima analisi, TIM è stata in grado di confermare la lista di tematiche rilevanti, rappresentative delle seguenti macro aree:

- impatti economici diretti e indiretti;
- business ethics e promozione dei Diritti Umani;
- gestione responsabile della catena di fornitura;
- gestione dei rischi e Public Policy;
- posizionamento sul mercato e protezione dei clienti;
- gestione responsabile delle risorse umane, promozione della diversity, delle pari opportunità e della salute e sicurezza dei lavoratori;
- compliance con la normativa nazionale e internazionale;
- iniziative a favore delle Comunità locali;
- gestione responsabile delle risorse energetiche e dei rifiuti.

Assegnazione delle Priorità

La fase di assegnazione delle priorità delle tematiche emerse, ha condotto a individuare le tematiche materiali oggetto di disclosure.

In questa fase, TIM ha valutato l'importanza delle tematiche emerse sia dal punto di vista esterno sia dal punto di vista interno. Quest'ultimo è stato fornito dalle principali funzioni aziendali grazie alla verifica puntuale delle tematiche oggetto di analisi.

¹ Bilancio di Sostenibilità 2015: “E' previsto che la fase di review venga svolta come attività preparatoria al prossimo ciclo di rendicontazione, con l'obiettivo anche di sottoporre i risultati delle analisi condotte, aggiornate nell'anno successivo, a specifiche attività di stakeholder engagement. Il Gruppo ha predisposto le “Linee guida per l'aggiornamento dell'analisi di materialità di Telecom Italia” ai sensi del GRI G4 al fine di strutturare in maniera trasparente il processo di analisi. Il documento fornisce le linee guida per lo svolgimento delle attività, descrivendo tempistiche e ruoli coinvolti nel processo.”

² Ad esempio: Digital Economy and Society Index” dell'Unione Europea, i report dell'Osservatorio Agenda Digitale del Politecnico di Milano, il rapporto “Benessere Equo e Sostenibile in Italia - 2014” promosso dal Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro e dall'ISTAT. “ICT and Sustainable Development: a materiality assessment for the ICT industry”



[G4-26] L'aggiornamento della valutazione di rilevanza dal punto di vista esterno è stato realizzato attraverso una specifica attività di ascolto degli stakeholder, al fine di cogliere in modo diretto le percezioni di autorevoli rappresentanti dei portatori di interesse del Gruppo. In occasione del forum multistakeholder 2016, che ha visto il coinvolgimento di quasi 40 rappresentanti delle principali categorie di stakeholder esterni, sono stati sottoposti ai partecipanti i temi materiali per la strategia dell'Azienda al fine di individuarne un ordine di importanza¹. Gli stakeholder, suddivisi in tavoli di lavoro tematici sulla base dei loro interessi e competenze, hanno espresso il loro parere in relazione ai temi trattati nel tavolo di appartenenza; l'utilizzo di scale parametriche quali-quantitative ha garantito uniformità di valutazione.

[G4-19] L'analisi dei risultati ha prodotto i dati necessari per elaborare la dimensione "rilevanza degli stakeholder" della matrice di materialità. Il grafico sotto riportato rappresenta le sole tematiche rilevanti sia per gli stakeholder sia per TIM.



Per completezza di informazione, per l'Azienda sono materiali anche i temi:

- performance economica e finanziaria;
- gestione delle risorse energetiche.

¹ Ad ogni partecipante, per una migliore comprensione dei temi trattati, è stato messo a disposizione in preparazione al forum un dossier di approfondimento.



La salute e la sicurezza dei lavoratori, come la gestione dell'organico, possono in apparenza sembrare temi materiali solo per lo stakeholder dipendenti. Tali temi, in realtà, coinvolgono direttamente la PA e le Comunità dove il Gruppo opera e indirettamente tutti gli stakeholder che vengono in contatto con i dipendenti del Gruppo.

Validazione

La validazione dei temi e dell'intero processo di analisi di materialità è stata effettuata dalla Direzione CSV che si è avvalsa, come già scritto, del supporto di SCS Consulting per la rilevazione delle percezioni attraverso la partecipazione ai tavoli di lavoro e alla condivisione dei risultati tra i partecipanti al forum. La Governance della Direzione CSV è esposta nel paragrafo Governance della sostenibilità del presente rapporto.

Review

È previsto che la fase di review venga svolta come attività preparatoria al prossimo ciclo di rendicontazione, con l'obiettivo anche di sottoporre i risultati delle analisi condotte, aggiornate nell'anno successivo, a specifiche attività di stakeholder engagement.

Il Gruppo ha prediposto le "Linee guida per l'aggiornamento dell'analisi di materialità di TIM" ai sensi del GRI G4 al fine di strutturare in maniera trasparente il processo di analisi. Il documento fornisce le linee guida per lo svolgimento delle attività, descrivendo tempistiche e ruoli coinvolti nel processo.

Boundaries

[G4-20], [G4-21] Tutti i temi (e quindi gli "aspetti" dello standard G4 del GRI) risultati materiali hanno importanti ricadute sia all'interno sia all'esterno dell'Azienda.

Da un lato, ci sono i temi trasversali su tutte le consolidate del Gruppo, ovunque esse si trovino senza eccezione alcuna, e che hanno rilevanza su tutti gli stakeholder esterni e interni, ovvero:

- Correttezza della corporate conduct
- Promozione del rispetto dei Diritti Umani fuori e dentro l'Azienda
- Qualità del servizio e soddisfazione del cliente
- Soluzioni per una low carbon & circular economy
- Impatto economico sul territorio e la comunità
- Gestione della salute e sicurezza dei lavoratori
- Gestione dell'organico, rinnovo generazionale e valorizzazione dei talenti

D'altro lato, ci sono i temi che interessano soprattutto le società del Gruppo che operano come operatori di telefonia, che comunque rappresentano di gran lunga la principale parte del Gruppo in termini di fatturato, dipendenti, e anche in termini di impatto sugli stakeholder esterni:

- Sicurezza in rete in particolare per i minori
- Soluzioni per l'evoluzione digitale della PA, imprese e terzo settore
- Investimenti in infrastrutture
- Tutela della privacy e della sicurezza dei dati
- "Disaster response" e business continuity
- Inclusione sociale digitale



Questi ultimi temi sono sicuramente più rilevanti per tutti gli stakeholder che vivono in Italia, dove TIM è il maggiore operatore e quindi è l'Azienda su cui gli stakeholder ripongono le loro maggiori aspettative. In Brasile, dove il Gruppo è presente con uno dei maggiori operatori mobili, sicuramente i temi toccano importanti interessi degli stakeholder, ma con un livello di intensità minore rispetto all'Italia.

Più in generale alcuni spunti emersi dal forum multistakeholder evidenziano come il Gruppo si caratterizzi per essere un:

- polo per lo sviluppo di competenze e cultura digitale; i partecipanti hanno rilevato la necessità di accrescere le competenze digitali di cittadini, imprese e PA in maniera strutturata, individuando in TIM un soggetto attivo per il miglioramento della realtà domestica.
- promotore di progetti in grado di generare valore condiviso; i rappresentanti delle Istituzioni e della Comunità hanno valorizzato il possibile ruolo di promotore diretto di iniziative di ricerca e sviluppo di soluzioni digitali, mentre dal mondo delle aziende si è proposto un ruolo di supporto e promozione delle realtà imprenditoriali che autonomamente realizzano innovazione digitale, da individuare mediante un processo di scouting attivo.

La matrice di materialità riflette, oltre agli ambiti di impegno prioritari per TIM, anche i SDGs su cui l'Azienda ritiene di poter contribuire in misura maggiore.

Nello specifico i Goals rilevanti sono:

- n. 4: Istruzione e qualità
- n. 5: Uguaglianza di genere
- n. 8: Lavoro dignitoso e crescita economica
- n. 9: Industria, innovazione e infrastrutture
- n. 11: Città e comunità sostenibili
- n. 12: Consumo e produzione responsabili
- n. 16: Pace, Giustizia e Istituzioni forti

oltre al n. 3 "Buona salute" per gli impatti positivi delle soluzioni di e-health e al n. 13 "Combattere il cambiamento climatico e le sue conseguenze", per l'ineluttabilità e rilevanza del tema a livello mondiale.



SDGs

TEMATICHE TIM

 <p>4 QUALITY EDUCATION</p>	Inclusione sociale digitale
 <p>5 GENDER EQUALITY</p>	Promozione del rispetto dei diritti umani Gestione dell'organico, rinnovo generazionale e valorizzazione dei talenti
 <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	Promozione del rispetto dei diritti umani Soluzioni per l'evoluzione digitale di PA, imprese, Terzo settore Impatto economico sul territorio e sulle comunità Gestione della Salute e Sicurezza dei lavoratori Gestione dell'organico, rinnovo generazionale e valorizzazione dei talenti
 <p>9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p>	Soluzioni per l'evoluzione digitale di PA, imprese, Terzo settore Investimenti in infrastrutture Soluzioni per una low carbon & circular economy
 <p>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</p>	Disaster response e business continuity
 <p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>	Soluzioni per una low carbon & circular economy
 <p>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</p>	Correttezza della corporate conduct Soluzioni per l'evoluzione digitale di PA, imprese, Terzo settore Tutela della privacy e della sicurezza dei dati

[G4-23] Non si sono registrate variazioni significative nel perimetro di attività, e quindi di rilevanza di boundary, nel corso degli ultimi anni, ad eccezione di quanto menzionato nel capitolo *Il Gruppo TIM*, paragrafo *Il profilo del Gruppo*.



**Digitalizzazione,
connettività e
innovazione sociale**



UN GRUPPO DI RILEVANZA STRATEGICA

L'Azienda si pone come "abilitatore" nella creazione di un ecosistema digitale che connetta imprese, PA e comunità locali, in modo da creare sinergie positive per lo sviluppo. Il contributo che il Gruppo offre alla crescita delle realtà in cui opera, non si ferma ai progetti infrastrutturali e spazia dalle soluzioni digitali per i servizi della PA ai servizi cloud per le imprese, dalle piattaforme digitali per la sanità, alle applicazioni rivolte a persone diversamente abili e alle tecnologie per il contenimento dei consumi energetici delle città e delle imprese. In tale ambito sono state sviluppate varie iniziative di innovazione sociale, tra cui la piattaforma di *crowdfunding* che accoglie richieste di donazioni e altri aiuti finanziari senza fini di lucro per chi intenda realizzare progetti finalizzati alla tutela dell'ambiente e del sociale. Allo sviluppo crescente delle infrastrutture e dei servizi digitali deve corrispondere una domanda di connettività adeguata, capace di remunerare gli investimenti effettuati. Tale domanda rispecchia il livello di cultura digitale presente nel Paese: più i consumatori sono informati e consapevoli dei benefici legati all'utilizzo di Internet e della banda ultralarga, maggiore è la penetrazione della connettività ultrabroadband e il tasso di adozione dei servizi digitali. Per favorire la crescita e la diffusione della cultura digitale, l'Azienda promuove e realizza diversi progetti, soprattutto attraverso la direzione Corporate Shared Value: dai programmi TV (Start!) alla formazione scolastica (A Scuola di Digitale con TIM), dalla divulgazione musicale (Pappano in Web) alle campagne sulla sicurezza online (Navigare Sicuri) come meglio dettagliato nel capitolo Cultura Digitale del presente rapporto.

[G4-DMA Product and Service Labeling], [G4-DMA Marketing Communications], [G4-DMA Customer Privacy], [G4-DMA Compliance]

Temi materiali in questo capitolo:

- copertura della rete
- ascolto e trasparenza verso i clienti
- gestione dell'innovazione
- attività di gestione e protezione dei dati sensibili
- protezione dei minori

Policy aziendali rilevanti: Carte dei servizi e Condizioni generali di abbonamento, Codici di autodisciplina per i servizi mobili e di condotta per i servizi a sovrapprezzo, Linee Guida per il marketing responsabile, Informativa di TIM ai sensi dell'art. 13 del Codice privacy, Requisiti di compliance per il trattamento di dati anonimizzati o pseudonimizzati, Rispettare i Diritti Umani nel Gruppo TIM, Whistleblowing, disponibili sul sito www.telecomitalia.com.

Efficacia e monitoraggio: l'Azienda utilizza alcuni KPI numerici per controllare l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione della qualità e dalle strutture preposte al controllo interno. Il presente capitolo espone quelli relativi alla copertura del territorio con le infrastrutture di banda larga, alla soddisfazione della clientela, il numero di domande di conciliazione pervenute e risolte, il numero di segnalazioni pervenute. In appendice al bilancio sono esposti i KPI riguardanti i target numerici, in particolare, sono elencati i target di attivazione del servizio, dei reclami, di assistenza e manutenzione, disponibilità e copertura territoriale con reti a banda larga.



LE RETI A BANDA ULTRALARGA: UN PATRIMONIO PER IL PAESE

TIM gestisce la più grande infrastruttura di rete fissa, per voce e dati, diffusa in modo capillare su tutto il territorio italiano e fornisce una delle piattaforme di rete mobile più estesa e avanzata del Paese. È quindi per dimensione, capillarità e patrimonio infrastrutturale e tecnologico, un'impresa "di sistema", integrata con il territorio e con il tessuto sociale ed economico-produttivo, con un ruolo pervasivo per l'intera economia del Paese e la competitività delle sue aziende, l'efficienza della PA e, più in generale, il benessere degli stessi cittadini.

[G4-EC7a], [G4-EC7b], [G4-EC8a], [G4-EC8b], [G4-DMA Indirect Economic Impacts] Il Gruppo contribuisce a produrre circa lo 0,7% del valore aggiunto del PIL italiano ¹. Le attività del Gruppo generano lavoro diretto per circa 51mila persone in Italia; se si considerano i dipendenti indiretti, ossia quelli che operano su progetti connessi alle attività di TIM, si stima che circa 106mila unità, corrispondenti all'incirca all'1% dei dipendenti dell'intero settore privato, rappresentano il lavoro diretto ed indiretto attribuibile al Gruppo in Italia.

In questi ultimi anni si sta assistendo ad un processo di "trasformazione digitale" che coinvolge tutti gli attori del sistema economico (cambiamento di tecnologia e del modo di lavorare) e di quello sociale, con impatti importanti ed estesi a livello globale. Tale processo è ormai da considerarsi irreversibile e rappresenta la base per lo sviluppo di nuovi business model, a loro volta inseriti in nuovi "ecosistemi", basati su piattaforme abilitatrici come information systems, customer experience, analytics, intelligence, ecc. che necessitano di rapide evoluzioni tecnologiche anche per garantire, in modo rapido e sicuro, la raccolta, l'elaborazione e lo scambio di importanti quantità di informazioni istantaneamente.

TIM svolge un ruolo ampiamente strategico in tale ambito e si pone in prima linea nello sviluppo di nuovi modelli, sia come protagonista nel settore ICT, sia come abilitatore negli altri settori dell'economia, traducendo in prodotti e servizi due fra le parole-chiave della digital transformation: Internet of Things e Cloud.

[G4-EC7a] Consapevole di questo ruolo strategico, TIM opera costantemente per gestire e innovare il patrimonio infrastrutturale e tecnologico che mette al servizio del Paese: nel corso del 2016 l'Azienda ha investito circa 1,5 miliardi di euro in reti di nuova generazione. Il piano triennale 2017-2019 del Gruppo conferma l'impegno in investimenti per infrastrutture e tecnologie avanzate e lo indirizza in particolare sulle reti di nuova generazione a banda ultralarga, uno sforzo importante che impegna quotidianamente tecnici ed ingegneri di rete.

A completamento dell'impegno per la realizzazione delle reti di nuova generazione, il Gruppo ha siglato una joint venture (Flash Fiber S.r.l.) con Fastweb per promuovere la realizzazione delle infrastrutture a banda ultralarga con tecnologia FTTH (Fiber To The Home) nelle principali città italiane. Flash Fiber è partecipata all'80% da TIM ed al 20% da Fastweb ed ha l'obiettivo di realizzare una rete di accesso in fibra ottica che prevede di collegare, entro il 2020, circa 3 milioni di unità abitative nelle principali 29 città italiane con tecnologia FTTH, che consente velocità di collegamento di 1 Gigabit al secondo, per un investimento complessivo di 1,2 miliardi di euro.

L'Azienda conferma l'impegno nell'offrire la tecnologia più avanzata e affidabile anche a livello mobile. Le reti mobili nel 2016 hanno quasi completato la copertura del territorio con il nuovo standard 4G/LTE e per rispondere rapidamente alla crescente domanda di dati ad alta velocità, il Gruppo è impegnato nella sperimentazione della tecnologia 5G, che consente



di rispondere alla crescente domanda di banda ultra larga in mobilità legata all'esplosione dei contenuti video, social network e servizi digitali. Il Gruppo è stato uno dei firmatari del documento "Manifesto for timely deployment of 5G in Europe" presentato al commissario europeo per l'economia digitale, Gunther Oettinger, con cui i maggiori operatori mobili, insieme ad importanti partner tecnologici, si sono impegnati a sviluppare la tecnologia 5G a partire dal 2018, puntando al lancio commerciale entro il 2020. Inoltre TIM ed Ericsson hanno siglato un accordo per avviare il programma "5G for Italy" con l'obiettivo di creare un ecosistema aperto per la ricerca e la realizzazione di progetti innovativi abilitati dalla tecnologia 5G al fine di accelerare la digitalizzazione del Paese.

[G4-EC8b] L'impegno di TIM si è manifestato anche nella partecipazione, nel corso degli anni, sempre come unico operatore, ai bandi di gara pubblici Eurosud indetti dal Ministero per lo Sviluppo Economico (MISE)¹, essenziali per assicurare la banda ultralarga nelle aree a "fallimento di mercato" (cosiddette "aree bianche", in cui è concreto il rischio di una mancata remunerazione dell'investimento) e raggiungere, così, l'obiettivo della copertura a 30 Mbit/s del 100% della popolazione entro il 2020.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] L'ambizioso piano di investimenti che TIM sta seguendo coincide con una fase in cui il Governo Italiano è impegnato nella definizione ed attuazione del piano strategico nazionale per la banda ultralarga, volto a raggiungere gli sfidanti obiettivi dell'Agenda Digitale Europea, sul versante sia di una diffusa offerta di infrastrutture sia di un incremento della domanda di servizi digitali.

A questo proposito, nel corso del 2016 la Commissione Europea ha reso gli obiettivi di digitalizzazione nei paesi membri ancora più sfidanti: a settembre, in occasione della proposta di revisione del "codice europeo delle comunicazioni elettroniche", la Commissione ha presentato tre obiettivi strategici di connettività per il 2025 (il cui processo di approvazione è tuttora in corso), con lo scopo di soddisfare il crescente fabbisogno di connettività dei cittadini europei e rafforzare la competitività dell'Europa.

- i grandi motori socio-economici come scuole, università, amministrazioni locali, ecc, dovranno avere accesso a una connettività elevata (1 Gbps);
- tutte le famiglie europee, nelle zone rurali o urbane, dovranno avere accesso a una connettività che offra velocità di download di almeno 100 Mbps;
- tutte le aree urbane e le principali strade e ferrovie dovranno avere una continuità di copertura delle reti 5G.

GLI EFFETTI ECONOMICI DELLE RETI A BANDA LARGA E ULTRALARGA SULLA CRESCITA E L'OCCUPAZIONE

[G4-DMA Indirect Economic Impacts], [G4-EC7b] La diffusione di reti a banda larga e ultralarga rappresenta un volano per la crescita economica dei Paesi.

Per quanto riguarda la misura dell'impatto specifico delle reti a banda ultralarga sulle economie, vari sono gli studi che sono stati realizzati sul tema. TIM ha deciso di utilizzare nel suo modello TIM Shared Value, quello dell'Impact of Broadband on the Economy del 2012 (ITU - International Telecommunication Union). Secondo tale studio per ogni euro investito

¹ Nel 2016 sono stati pubblicati 2 bandi di prequalifica dei concorrenti per la realizzazione, in "aree bianche" della maggior parte delle regioni italiane, di reti a banda ultralarga per un totale di 2,6 miliardi di euro.



per la realizzazione della rete UBB, viene generato circa 1 euro di PIL. Secondo lo studio, l'investimento in reti di nuova generazione produce un beneficio importante anche in termini occupazionali dal momento che per ogni milioni di euro investito per la realizzazione della rete UBB, si stima sia in grado di generare 15.700 posti di lavoro.

TIM NETBOOK: STRUMENTO PER AUMENTARE LA TRASPARENZA NELLO SVILUPPO DELLE INFRASTRUTTURE DI RETE E INCENTIVARE LO SVILUPPO DI PROGETTI DIGITALI

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] Allo scopo di rendere ancora più trasparente lo sviluppo effettivo delle infrastrutture di rete a banda larga e ultralarga, TIM pubblica dal 2012 il TIM Netbook - <http://www.telecomitalia.com/tit/it/innovazione/rete/netbook.html> - che monitora in modo capillare e meticoloso lo “stato di avanzamento lavori”. Il TIM Netbook è una pubblicazione che mostra al Paese e ai principali stakeholder con estrema trasparenza, chiarezza e precisione lo stato della rete, illustrando attraverso dati e mappe la dimensione e l'articolazione delle infrastrutture di TIM, l'evoluzione che si registra a livello di centrali (che non solo vengono sempre più raggiunte dalla fibra ottica, ma accolgono anche apparati di nuova generazione per la gestione del traffico a banda larga), il livello di copertura della rete a banda larga in ogni singola provincia italiana. A partire dal 2016, il focus è stato indirizzato verso l'analisi dell'infrastruttura in banda ultra larga con l'inserimento dei dati sulle reti di nuova generazione la cui estensione rappresenta l'obiettivo dei prossimi anni. Oltre all'edizione annuale in formato PDF interattivo, è stata aggiunto un monitoraggio trimestrale in modalità “open data”.

L'IMPEGNO DI TIM PER RIDURRE AL MINIMO I DISAGI NELLA REALIZZAZIONE DELLE RETI

[G4-EC7b] La realizzazione delle infrastrutture di rete fissa e mobile può essere accompagnata da disagi per le comunità locali (i lavori per la posa della fibra possono creare traffico e rumori). TIM attenua tali aspetti negativi ricorrendo a tecniche innovative di scavo e posa, come ad esempio lo scavo di minitrinchee al posto delle normali canalizzazioni e l'utilizzo di materiali innovativi. In questo modo si ottiene una complessiva riduzione dei tempi dei lavori e dei disagi stradali, oltre a una notevole diminuzione degli impatti ambientali (meno emissioni in aria e rifiuti da smaltire) e sociali (riduzione degli infortuni sul lavoro).



LE INFRASTRUTTURE DI RETE COME PIATTAFORMA ABILITANTE PER LO SVILUPPO DELL'ECONOMIA DIGITALE E L'AUMENTO DELLA COMPETITIVITÀ DEL PAESE

[G4-EC8a] L'ultimo rapporto OCSE su Scienza, Tecnologia e Industria¹ riassume molto chiaramente gli aspetti che determinano il diverso livello di competitività di un Paese e delinea le "ricette" che le economie dovrebbero mettere in atto per uscire dalla crisi:

- promozione dell'innovazione, anche attraverso l'offerta di sistemi formativi orientati soprattutto a stimolare il talento, diffondere nella popolazione le nuove competenze richieste dai sistemi produttivi, estendere la fascia di popolazione permeabile alle nuove tecnologie;
- aumento della produttività del lavoro, che spiega i differenziali di crescita della ricchezza degli ultimi anni tra i Paesi maggiormente aperti alle nuove tecnologie e le altre economie;
- individuazione di nuove opportunità di crescita nelle soluzioni che si indirizzano alla salvaguardia dell'ambiente, all'invecchiamento della popolazione, al miglioramento della qualità della vita in ambito urbano;
- aumento dell'efficacia dei sistemi locali e nazionali di ricerca e sviluppo, connettendoli alle reti di ricerca internazionali ed ai principali bacini di conoscenze, aumentando le occasioni di incontro tra la ricerca e le imprese.

Le infrastrutture a banda larga e ultralarga in quanto General Purpose Technologies (GPTs) ossia tecnologie abilitanti per l'attivazione di nuovi servizi e soluzioni e la diffusione di cultura digitale, rappresentano uno dei principali driver per rendere possibili gli sviluppi auspicati dall'OCSE. Infatti, fin dal 2009 uno studio di Waverman indicava nella banda larga un veicolo per rendere più efficiente – e quindi maggiormente competitivo – un sistema economico attraverso l'aumento della produttività derivata dal maggiore uso delle tecnologie ICT. Tale impatto è ovviamente amplificato quanto più il sistema economico è maggiormente aperto all'utilizzo delle nuove tecnologie.

¹ Science, Technology and Industry Outlook, OECD



DIGITAL INCLUSION

[G4-EC7], [G4-EC8] Per fronteggiare il divario tecnologico generatosi nelle cosiddette zone marginali del territorio italiano, che altrimenti resterebbero escluse dai programmi ordinari degli operatori di telecomunicazione a causa della scarsa redditività degli investimenti, tra il 2005 e il 2016 TIM ha realizzato un programma d'investimenti straordinari che ha permesso di fornire la copertura ADSL (copertura lorda¹ > 70%) a circa 7.700 comuni in totale (4.350 comuni in più rispetto a dicembre 2005).

A dicembre 2016 TIM ha attivato il servizio ADSL in circa 9.670 centrali, di cui 8.425 con portante in fibra ottica. Oltre al piano di estensione delle coperture, TIM ha affiancato un piano integrativo di ampliamento della rete attiva², laddove necessario, per garantire la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti e lo sviluppo della digital inclusion.

Nella tabella seguente si riportano le percentuali di copertura a dicembre degli ultimi tre anni.

descrizione	2016	2015	2014
Copertura ADSL (*)	99,31	99,10	98,75
Copertura UMTS e HSDPA (**)	>97	96,00	96,00
Copertura LTE (**)	>96	88,00	77,00
Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) (***)	58,9	42,00	28,10

(*) La percentuale si riferisce alle linee telefoniche fisse di TIM.

(**) La percentuale si riferisce alla popolazione residente. I valori di copertura possono subire variazioni con riferimento agli aggiornamenti ISTAT e di urbanizzazione.

(***) La percentuale è determinata dal rapporto tra il numero di unità immobiliari sottese ad "armadi" raggiunti dalla fibra ottica in accesso (o servibili direttamente da centrale se a distanze accettabili) ed il numero totale delle unità immobiliari che hanno attive o hanno avuto in passato linee telefoniche.

Per favorire la digital inclusion e la conseguente copertura delle aree geografiche a "fallimento di mercato", TIM non può prescindere da interventi congiunti "pubblico-privato".

Le modalità d'intervento finora seguite sono state essenzialmente due, entrambe pienamente in linea con le norme europee in materia di concorrenza:

- la prima è caratterizzata da un approccio "centrale" che vede la collaborazione con Infratel Italia S.p.A. (Infrastrutture e Telecomunicazioni per l'Italia)³, il soggetto pubblico che realizza le infrastrutture passive di rete a banda larga (cavi in fibra ottica) organiche e integrate sul territorio nazionale, con l'obiettivo di diffondere la digital inclusion nelle aree a minore redditività del Paese;
- la seconda modalità è contraddistinta da un approccio "locale", fondato sulla collaborazione con le regioni che promuovono i progetti volti a aumentare la digital inclusion, per esempio

¹ I dati di Copertura Ufficiale di TIM si riferiscono alla copertura tecnica della popolazione telefonica (in termini di linee a 64 kbit/s equivalenti) al lordo delle aree non tecnicamente servibili a causa delle caratteristiche della rete di accesso in rame (presenza di apparati numerici quali ad esempio MPX, UCR o MD48, eccessiva distanza dalla centrale, ecc).

² Il piano è costituito dagli interventi che garantiscono la piena fruibilità del servizio da parte dei clienti attraverso l'ampliamento della capacità degli apparati utilizzati, sia in termini di porte utente sia di ampiezza della banda disponibile sulla rete internet. Tecnicamente si parla di attività di desaturazione degli apparati DSLAM, svolte preventivamente o al superamento di soglie definite di qualità o disponibilità del servizio broadband.

³ La società è stata costituita su iniziativa del Dipartimento Comunicazioni del Ministero dello Sviluppo Economico e di Initalia, l'Agenzia nazionale per l'attrazione degli investimenti e lo sviluppo d'impresa, ed è il soggetto attuatore del Programma Banda Larga.



attraverso forme di finanziamento impiegate su gare pubbliche secondo il c.d. “modello claw-back” che prevede l’assegnazione di contributi a compensazione della mancata redditività degli investimenti.

Utilizzando i suddetti modelli d’intervento, in taluni casi anche contemporaneamente, nel corso degli ultimi anni TIM ha siglato diversi accordi di collaborazione con le varie realtà territoriali (ad es: Memorandum of Understanding con la regione Emilia-Romagna e Lepida¹, con la provincia autonoma di Bolzano; quest’ultimo ancora in fase di realizzazione nel 2016). Si segnala, tra l’altro, l’aggiudicazione nel 2012 del bando pubblicato dalla regione Marche per il completamento della digital inclusion (attraverso servizi a banda larga avanzati con velocità fino a 20 Mbit/s) nelle aree regionali a fallimento di mercato. Il progetto si è concluso nell’ultimo trimestre 2015.

Dal secondo semestre 2013 e fino a settembre 2015 il Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) ha emesso dodici bandi su base regionale nell’ambito del piano Nazionale Banda Larga, tramite Infratel Italia S.p.A. individuata come soggetto attuatore e assegnatario dei fondi previsti. I fondi allocati per i progetti di diffusione del servizio a banda larga nelle aree in digital inclusion sono stati 353 milioni di euro, di cui 225 milioni da destinare al modello “claw-back”; il contributo per ciascuna regione può corrispondere ad un massimo del 70% dei costi del progetto per l’ampliamento della digital inclusion. I bandi emessi sono relativi alle seguenti dodici regioni: Abruzzo, Calabria, Campania, Emilia-Romagna, Lazio, Liguria, Marche, Molise, Sicilia, Toscana, Umbria e Veneto.

Non sono stati emessi i bandi delle regioni Basilicata, Lombardia, Piemonte, Puglia e Sardegna. Per le restanti tre regioni (Friuli Venezia-Giulia, Trentino Alto-Adige e Valle d’Aosta) non sono previsti interventi del MISE in quanto le suddette regioni dispongono di piani autonomi.

TIM ha partecipato a tutti i bandi finora emessi, ad eccezione di quello per la regione Liguria; si è aggiudicata i bandi relativi alle regioni Calabria, Campania, Lazio, Veneto, Toscana (ancora in corso) e Sicilia (per contributi complessivi assegnati pari a circa 63 milioni di euro) mentre i bandi relativi a Abruzzo, Emilia-Romagna, Marche, Umbria e Liguria sono stati aggiudicati a NGI S.p.A. Per la regione Molise un primo bando è stato annullato ed un secondo è andato deserto.

LA PRESENZA DEL GRUPPO IN BRASILE

[G4-EC7a] L’attenzione all’innovazione e agli investimenti in nuove infrastrutture e tecnologie caratterizza l’azione di TIM anche in Brasile, Paese nel quale il Gruppo opera dal 1997 attraverso la controllata TIM Brasil e che, per il Gruppo, è il secondo mercato di riferimento. Tale presenza si è andata rafforzando negli ultimi anni grazie ad acquisizioni strategiche: le infrastrutture di rete fissa di Intelig e AEM Atimus hanno permesso al Gruppo di rafforzare le dorsali e i collegamenti di giunzione delle stazioni radio base della rete mobile attraverso l’utilizzo di cavi in fibra ottica che, in una prospettiva di sviluppo delle reti LTE, risultano ancora più importanti e strategici.

TIM ha investito in Brasile, solo negli ultimi 5 anni, oltre 23 miliardi di reais, con un focus prevalentemente indirizzato alla realizzazione delle infrastrutture di nuova generazione e

¹ Lepida S.p.A. è lo strumento operativo promosso dalla Regione Emilia Romagna per la pianificazione, lo sviluppo e la gestione omogenea e unitaria delle infrastrutture di telecomunicazione degli enti collegati alla rete. La società favorisce interventi anche a favore della digital inclusion in zone rurali o montane.



contribuendo fattivamente alla modernizzazione del Paese.

Negli ultimi anni, TIM ha ulteriormente rafforzato la propria infrastruttura per meglio supportare la crescita dei dati, concentrandosi in particolare sulla tecnologia 4G, che offre una migliore qualità del servizio. Gli importati investimenti hanno consentito a TIM di rafforzare la propria leadership nel 4G, sia in termini di percentuale della popolazione raggiunta che nel numero di città coperte. A fine 2016 TIM copre circa il 95% della popolazione urbana brasiliana, con una presenza in oltre 3.460 città; più in particolare l'89% della popolazione urbana con la tecnologia 3G e il 74% con il 4G.

Infine TIM Brasil ha concluso nel 2016 la vendita della quinta tranche delle torri a American Tower do Brasil, al fine di ottimizzare le risorse finanziarie da dedicare al piano di sviluppo.

[G4-EC7b] In America Latina la telefonia mobile, sin dalla sua introduzione, ha svolto un ruolo chiave nel processo di integrazione delle fasce più disagiate, divenendo fattore di coesione e di partecipazione alla vita sociale e democratica. TIM Brasil gestisce quasi 63 milioni di linee mobili e, in questo contesto, ha sempre giocato un ruolo importante. Quanto fatto in passato estendendo la copertura della rete mobile a tutto il paese, prosegue su alcuni importanti assi di sviluppo, quali il miglioramento della qualità della rete per le maggiori città, lo sviluppo del Mobile BroadBand e del Fiber-To-The-Site (FTTS) sviluppato in alcune città, progetti pilota di small-cell e Wi-Fi e lo sviluppo del progetto di trasmissione LT Amazonas fiber nella regione amazzonica.

[G4-EC8] TIM Brasil si distingue per progetti di inclusione sociale come la Transamazonica Digital, che porta fibra ottica in alcune municipalità delle regioni di Amazonas, Parà e Amapà. La disponibilità di infrastrutture, tuttavia, è solo uno degli ingredienti e deve procedere di pari passo a una complessiva crescita digitale della popolazione, un'alfabetizzazione che faccia sviluppare la domanda e stimoli gli investimenti. In questo contesto si colloca il "piano nazionale di banda larga" del Brasile (PNBL - Programa Nacional de Banda Larga), cui il Gruppo ha partecipato fin dall'inizio, un programma federale che ha guidato il Paese verso l'obiettivo di incoraggiare e diffondere l'uso e la distribuzione di beni e servizi ICT, di espandere la copertura delle reti alle aree più remote nonché di rendere più accessibili i servizi a tutte le fasce della popolazione, contribuendo a ridurre le disuguaglianze economiche e sociali. TIM Brasil ha continuato la promozione delle offerte commerciali per favorire la diffusione del web mobile, portando nuove offerte flat al mercato e offerte a consumo con tariffe convenienti, particolarmente adatte a favorire l'ampliamento della digital inclusion socio-culturale (ad esempio INFINITY WEB e LIBERTY WEB).

Nel corso del 2016, in Brasile, è stato lanciato il nuovo logo, in coerenza con quanto fatto in Italia nel 2015, accompagnato dal claim "Evoluir è fazer diferente". Il claim sottolinea il nuovo posizionamento di mercato inteso a sottolineare la qualità offerta, l'innovazione e la maggiore attenzione ai bisogni della clientela, che sono i tre pilastri della nuova strategia di TIM.

Inoltre, il progetto Data Connections raggiunge tutte le scuole pubbliche ubicate in zone rurali, all'interno dell'area di copertura TIM (download dati a 256 kbps e upload a 128 kbps). A dicembre 2016 il progetto è stato realizzato al 95%.



CLIENTI

L'obiettivo del Gruppo è di garantire una risposta immediata e competente alle esigenze dei clienti, uniformando i propri comportamenti a correttezza negoziale, trasparenza nei rapporti e negli impegni contrattuali, cortesia e collaborazione, nella logica della centralità del cliente e nel pieno rispetto dei principi stabiliti dalle procedure aziendali. In tale contesto è altresì valorizzata l'attività di collaborazione con le associazioni dei consumatori anche attraverso la stipula di accordi specifici in materia.

Gli stakeholder rilevanti sono:

- i clienti consumer, con particolare attenzione ai clienti con bisogni specifici (disabili, anziani, minori, ecc.);
- i clienti business e PA;
- le associazioni dei consumatori.

[G4-DMA Product and Service Labelling] Negli ultimi anni il mercato delle telecomunicazioni si è profondamente trasformato a seguito della digitalizzazione e alla cresciuta capacità di scelta dei consumatori in un mercato sempre più dinamico.

L'esperienza vissuta confrontandosi con l'offerta dei diversi settori, resa più accessibile ai diversi segmenti di clienti anche grazie alla diffusione dei canali digitali, accresce le aspettative dei clienti e guida la costruzione della percezione di qualità del servizio, la relazione con i brand ed i comportamenti che ne derivano. Ciò sta modificando i modelli di business e le modalità di lavoro degli operatori di telecomunicazioni.

In questo contesto, la comprensione delle aspettative dei clienti e la rilevazione della Customer Experience costituiscono un fattore strategico nell'offerta dei servizi, consentendo di individuare gli aspetti su cui intervenire per un migliore servizio, a beneficio della sostenibilità economica, della loyalty e del passaparola positivo.

Al fine di comprendere e misurare le aspettative dei clienti, l'Azienda ha sviluppato un ampio sistema di ascolto per rilevare la Customer Satisfaction e la Customer Experience nei diversi momenti di interazione con l'azienda: la navigazione sul web, l'acquisto di un servizio, la chiamata al customer care, la segnalazione di un guasto, i post sui social sono tutti aspetti importanti della relazione con i clienti monitorati per il miglioramento continuo.

[G4-PRS] Le attività per l'ascolto del cliente, in continua evoluzione, si articolano in diverse tipologie di survey per rilevare l'experience del cliente nei diversi momenti del customer journey e il monitoraggio degli indicatori di qualità.

Tra le indagini vi è il monitoraggio del Customer Satisfaction Index (CSI) - che adotta standard internazionali (ACSI, American Customer Satisfaction Index) - per rilevare la qualità percepita dai clienti e per i competitor. Il risultato CSI del 2016 relativo ai clienti Consumer registra una lieve flessione rispetto al 2015 (-1,9%)¹ ma si mantiene su valori decisamente elevati. Il forte legame mostrato dai clienti nei confronti del Gruppo è evidenziato anche dagli elevati livelli di propensione alla loyalty, in un contesto sempre più competitivo, dove l'experience del consumatore si arricchisce attraverso il confronto sui diversi mercati.

Il monitoraggio del CSI ha conseguito l'attestazione di conformità alla norma UNI 11098:2003 ed è inserito nel sistema di incentivazione manageriale (Management By Objectives).

TIM ha adottato anche nuove metodologie di ascolto in ottica Customer Experience Management (CEM) per cogliere l'esperienza dei clienti e trarre indicazioni volte a migliorare

¹ Per la clientela consumer, il CSI nel 2014 era pari a 76,53 e nel 2015 a 76,89.



dei processi, consentendo anche il cosiddetto “close the loop” con la presa in carico e la risoluzione delle segnalazioni raccolte dai clienti. A confermare la sempre maggiore focalizzazione di TIM sul “continuous improvement” per il miglioramento dei processi e della Customer Experience vi sono i risultati del Net Promoter Score (NPS)¹ rilevati sui clienti che parlano con il servizio di assistenza telefonica e che si confermano ampiamente positivi (NPS superiore a 10).

Tra gli altri progetti che l’Azienda realizza per il miglioramento della Customer Experience e rendere i dipendenti protagonisti di soluzioni innovative ed efficaci, si evidenziano:

- “Customer Journey Lab”, che mira a far “vivere” l’esperienza del cliente consumer ai colleghi/sperimentatori attraverso la scelta, l’acquisto, l’attivazione e l’utilizzo dei servizi, al fine di individuare il percepito del cliente ed i principali punti di attenzione/forza;
- “Chi-ama TIM”, uno strumento con il quale i dipendenti TIM possono veicolare le segnalazioni di clienti amici o conoscenti relativamente alle esigenze di telefonia fissa consumer, di tipo commerciale e tecnico. Il progetto rende il dipendente parte attiva come promotore di soluzioni nella gestione dei clienti;
- “Ascolto operatori del Customer Care”, avviato per raccogliere le istanze ed i problemi dei clienti attraverso l’ascolto degli operatori di Customer Care, valorizza l’esperienza di chi è a contatto quotidiano con i clienti e ne conosce profondamente le esigenze e le aspettative, come ulteriore contributo per individuare le opportunità di miglioramento della Customer Experience nella fruizione dei servizi del Gruppo.

Nell’ottica di confermare l’impegno sulla qualità dei servizi e la trasparenza nei rapporti con la propria clientela, TIM Brasil ha lanciato nel 2013 - prima azienda in America Latina - il sito web “Portas Abertas”, che mostra i dettagli dei piani di espansione della rete tecnica. Tra l’altro, il sito offre al cliente la possibilità di:

- interagire con la società sulla mappa della copertura della rete tecnica a livello di singola strada;
- ricevere le notifiche riguardanti sia le manutenzioni sia i fallimenti degli obiettivi della rete tecnica;
- fornire un feedback a TIM sulla percezione della qualità della rete.

In relazione alle azioni sviluppate nel 2016 sono inoltre da evidenziare, a titolo di esempio, il lancio di chat online (disponibili su ambiente web e sull’applicazione mobile TIM per smartphone), il miglioramento dei vari servizi sui portali automatici e digitali, l’umanizzazione del caring sui canali digitali in generale, la realizzazione di un canale online (chat web) diretto ai clienti con domande su Anatel (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni brasiliana).

TIM Brasil si relaziona con la propria clientela anche attraverso Twitter e Facebook. “@TIMBrasil” (<https://twitter.com/TIMBrasil>), che a dicembre 2016 contavano oltre 736.000 followers, e Facebook (www.facebook.com/timbrasil) con più di 1.834.000 likers. Dal 2012 la società ha inoltre attivato un ulteriore canale “@TIM_AJUDA” (https://twitter.com/TIM_AJUDA), che consente di relazionarsi con la clientela attraverso Twitter. A dicembre 2016 questo canale conta quasi 259.000 followers. Nell’evoluzione dei servizi alla clientela, nel maggio 2016 è stata lanciata una nuova versione dell’applicativo MEU TIM (My TIM), dedicato ai clienti che necessitano di avere alcune informazioni sempre disponibili sul proprio smartphone, tra le quali i consumi, le ultime fatture, il saldo residuo e le promozioni in corso; questo applicativo

¹ Il Net Promoter Score (NPS), indicatore fondato su standard internazionali ed utilizzato in diversi settori industriali, è basato sulla raccomandabilità dell’operatore in relazione all’esperienza vissuta. In una scala da 0 a 10, si definiscono “promotori” i clienti che esprimono i voti 9 o 10, “detrattori” quelli che forniscono un voto da 0 a 6, mentre i restanti clienti si considerano “passivi” e non concorrono all’NPS. L’indicatore è calcolato come differenza tra le percentuali di “promotori” e quelle dei “detrattori”.



ha registrato oltre di quattro milioni di accessi al mese. Inoltre la campagna “Seu de Verdade” (Your Truth), lanciata a fine ottobre 2016 e conclusa nel dicembre 2016, ha ricevuto il più ampio consenso dell’applicativo (1,5 milioni di utenti unici e 1,2 milioni di accessi nel solo mese di dicembre).

TIM Brasil effettua due tipologie di indagini di soddisfazione della clientela, condotte su base nazionale attraverso interviste:

- l’indagine relativa alla clientela consumer di TIM e dei competitor, condotta due volte l’anno (maggio e novembre) “a freddo”, che misura la percezione generale del cliente sull’Azienda, ad es. le strutture di vendita, i call center, la copertura e la qualità della rete (anche per quanto riguarda le connessioni internet), l’assistenza tecnica, il prezzo dei servizi, le promozioni, la fatturazione;
- l’indagine sui call center, condotta mensilmente “a caldo” con il coinvolgimento dei clienti TIM (consumer e business) che hanno chiamato il call center negli ultimi 15 giorni.

	2016	2015 ¹	2014
Indagine sulla Clientela Consumer (*)	7,30	7,22	7,54
Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Consumer(**)	7,31	7,28	7,30
Indagine sui Call Center della Telefonia Mobile Business(***)	6,81	7,21	7,16

¹ Alcuni valori del 2015 sono stati rivist/rettificati

(*) Indice medio, su scala da 0 a 10.

(**) Indice di soddisfazione media della clientela mobile consumer, su scala da 0 a 10.

(***) Indice di soddisfazione media della clientela mobile business, su scala da 0 a 10.

Dal 2012 TIM realizza, nel pieno rispetto della privacy, il monitoraggio delle “conversazioni” nel web riguardanti i temi di qualità del settore TLC relativi ai mercati fisso e mobile e ai segmenti consumer e business. L’osservazione si avvale di uno strumento di ricerca e analisi semantica degli argomenti maggiormente discussi in rete e di analisi del “tono” (web sentiment) delle conversazioni su TIM e i competitor. L’obiettivo è conoscere tempestivamente la percezioni dei clienti sulle offerte e servizi, ottenendo approfondimenti su temi a supporto del business.

L’utilizzo dei social network nel customer care

Negli ultimi anni la Customer Relationship Management del Gruppo si è orientata sempre più verso il presidio delle nuove piazze digitali individuando, nel monitoraggio e gestione dei contatti di caring pervenuti sui social network (Twitter e Facebook), il futuro dell’assistenza, della cura e fidelizzazione della propria clientela.

Nel 2010 l’Azienda ha avviato il progetto Caring on Social Media per cogliere le opportunità fornite dai nuovi canali di comunicazione del web. Nel corso degli anni TIM ha costruito un nuovo rapporto con il cliente digitale di telefonia mobile e fissa, al fine di rafforzarne la sua fiducia, fondato sulla re-ingegnerizzazione e rivisitazione dei processi, lo sviluppo di sistemi per la gestione, l’ampliamento degli orari di presidio, la realizzazione degli investimenti nella formazione degli agent dedicati al social caring.

Nel 2015 l’Azienda ha avviato l’integrazione delle pagine Facebook Telecom Italia e TIM nell’unica pagina TIM official, la quale vanta due milioni di fans, offre una visione unica di azienda, genera un sentiment positivo verso il brand, crea un unico punto di riferimento per la clientela fisso/mobile.

Nel 2016 l’Azienda ha proseguito la sua opera di rivisitazione dell’offerta di caring sul social attraverso la definizione di azioni organizzative e un nuovo modello di gestione delle segnalazioni da social, che prevede il miglioramento dei livelli di servizio e il presidio del canale social 24 ore al giorno; a valle della partenza è prevista la survey ad hoc, al fine di rilevare la soddisfazione della clientela.



Nel 2016, il reparto social caring di TIM ha gestito 864.000 interazioni di caring sulla pagina Facebook e 220.000 su Twitter, con un trend sempre crescente nel corso dell'anno (in particolare, il totale di domanda di caring della clientela è stato costituito da 745.000 per il mobile e 339.000 per il fisso); TIM continua ad essere la più seguita in Italia per numero di fans e followers. Inoltre, nelle classifiche del settore delle aziende di telecomunicazioni monitorate da Socialbakers, la pagina TIM official si posiziona al primo posto per l'assistenza clienti su Facebook di dicembre 2016, con un tempo di risposta pari a otto minuti ed un tasso di risposta del 99% dei post pubblicati in pagina; il parametro è calcolato considerando il rapporto tra numero di post pubblici gestiti e il tempo di risposta da parte del Brand nell'arco delle 24 ore (indicatore AMUQ¹).

Nel corso del 2016 TIM ha rinnovato il suo ruolo di primo piano nei social network confermando la propria digital leadership attestandosi nelle classifiche del terzo quarter 2016, stilate da Socialbaker, rispettivamente quarto brand a livello mondiale e primo brand a livello Italia. Sono risultati significativi l'engagement e il numero di nuovi follower registrati da TIM su Twitter in occasione del #SocialParty, l'evento organizzato da TIM per lanciare il nuovo logo. Di rilievo anche le iniziative finalizzate a promuovere la connettività e l'innovazione sociale, come la collaborazione esclusiva con la Protezione Civile che vede TIM in prima linea nell'ingaggiare influencer o promuovere una specifica education in caso di emergenze ambientali, così da contribuire - attraverso la rete - a migliorare la circolazione delle informazioni utili alla popolazione in termini sia di tempo sia di diffusione. Ciò ha permesso a TIM di consolidare la propria leadership nelle varie community, che si sono create nei diversi social network (facebook, twitter, google+, instagram, youtube) intorno ai propri principali brand: TIM, TIM Impresa Semplice, TIMvision, TIMmusic, Working Capital, Serie A TIM, Nuvola Italiana, con più di otto milioni tra likers e followers.

Coinvolgimento degli operatori dei call center

Nel 2016 sono state svolte tutte le attività propedeutiche per effettuare il porting di tutti i contenuti dei mini-siti del portale TUO (acronimo di Trova, Usa e Organizza, strumento informativo a disposizione di tutti gli operatori dei call center per soddisfare al meglio le esigenze della clientela) alla nuova piattaforma Drupal, al fine di garantire un adeguamento tecnologico, volto a rendere ancora più performante la soluzione, che si avvale della consolidata ed apprezzata usabilità dell'interfaccia.

Inoltre, nel portale è sempre presente la soluzione di *search engine*, di *Google Search Appliance*, la soluzione di Google per i siti web che replica, in tali ambiti, le performance di rapidità e precisione che il motore di ricerca offre sul web al fine di rendere, grazie alle innovazioni apportate da Google, ancora più agevole la ricerca dei contenuti presenti nella piattaforma (con impatti sullo stress degli operatori del 187 e 119) aumentando, conseguentemente, la percezione della competenza delle risposte fornite ai clienti.

Customer Satisfaction nei sistemi d'incentivazione

Nell'ambito dei sistemi d'incentivazione manageriale di TIM è diffusa la presenza di obiettivi legati agli indicatori di customer satisfaction, in coerenza con il piano industriale di periodo. Gli obiettivi sono composti da più piste corrispondenti ai diversi segmenti di mercato. Obiettivi specifici legati ai parametri di qualità, coerenti con i criteri stabiliti per gli indicatori di customer satisfaction, sono presenti anche nei sistemi di incentivazione collettiva che coinvolge parte del personale delle funzioni di Customer Care e Open Access.



PROCEDURE DI CONCILIAZIONE

La procedura di conciliazione fra TIM e le Associazioni dei Consumatori firmatarie dell'accordo quadro, per la risoluzione extragiudiziale delle controversie telefoniche, è stato il primo esempio di conciliazione paritetica in Italia. Il modello, introdotto in via sperimentale nel 1991 dall'allora SIP, è diventato operativo su tutto il territorio nazionale nel 1993 e nel 1995 l'Unione Europea l'ha riconosciuto come "Progetto pilota per l'accesso dei consumatori alla giustizia". Il modello, ancora oggi adottato, è stato nel corso degli anni adeguato alle nuove normative ed esigenze, informatizzato e reso più fruibile, pur mantenendo quei valori basilari che ne avevano fatto uno strumento di eccellenza, contribuendo a migliorare la trasparenza del sistema, il rapporto con la clientela e alcuni processi operativi dell'Azienda stessa. Il modello di conciliazione paritetica, nel corso del 2011, è stato portato all'attenzione dell'Unione Europea e il 25 ottobre dello stesso anno il parlamento Europeo ha riconosciuto "la Conciliazione paritetica italiana quale esempio di migliore prassi - best practice - basata su un protocollo stipulato e sottoscritto dall'Azienda e dalle Associazioni dei Consumatori, in cui l'Azienda s'impegna in anticipo a ricorrere all'ADR¹ per risolvere le eventuali controversie che possono sorgere nei settori previsti dal protocollo". Ad oggi l'accordo di conciliazione è stato sottoscritto da ventuno Associazioni dei Consumatori, di cui venti iscritte al CNCU (Consiglio Nazionale Consumatori Utenti), organo rappresentativo delle associazioni dei consumatori e degli utenti a livello nazionale, presieduto dal Ministero dello Sviluppo Economico, con il compito di contribuire al miglioramento e rafforzamento della posizione del Consumatore/utente nel mercato. Da febbraio 2016, con Determinazione Direttoriale n. 7/16/ADR, l'organismo di "Conciliazione Paritetica Tim Telecom Italia S.p.A.- Associazioni dei Consumatori" è stato iscritto, a titolo provvisorio, nell'elenco degli organismi ADR di cui all'art. 141-octis e 141 -decies del Codice del Consumo e all'allegato A delle Delibera 661/15/CONS. L'iscrizione dovrebbe essere ratificata da AGCOM come definitiva entro il 30 giugno 2017, previa adeguamento della procedura alla nuova normativa in vigore.

Nel 2009 TIM, in ottemperanza agli impegni volontariamente assunti e approvati dall'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni nel dicembre 2008, ha avviato la gestione delle domande di conciliazione, presentate dalla clientela anche presso le sedi dei Co.Re.Com.² e delle Camere di Commercio, in un'ottica di "sportello unico", replicando il modello organizzativo applicato con successo per la conciliazione paritetica. In questo modo i clienti, che non desiderano rivolgersi alle Associazioni dei Consumatori, hanno a disposizione uno strumento alternativo per risolvere la controversia con una procedura snella ed extragiudiziale.

La gestione delle conciliazioni si basa sull'attenzione alle esigenze del cliente e consente, indipendentemente dalla procedura scelta, di migliorare la sua relazione con l'Azienda.

Ad oggi il modello "sportello unico" ha consentito sia il pieno adempimento degli impegni assunti con l'AGCOM sia il raggiungimento dei risultati qualitativi e numerici attesi; tra l'altro, si assiste ad un peso sempre maggiore del canale Co.Re.Com rispetto agli altri canali (oramai, il ricorso alle Camere di Commercio ha un livello residuale, in quanto rappresenta meno del 5% delle conciliazioni).

Nel 2016 l'istituto della conciliazione ha confermato il trend positivo degli anni precedenti (pur con l'aumento significativo del numero di pratiche gestite); infatti, è stato conciliato:

- il 98% delle domande di conciliazione paritetica discusse (11.981 conciliate su 12.242 discusse), percentuale stabile anno su anno nonostante l'aumento del 27% delle pratiche discusse nel 2016 rispetto all'anno precedente (9.668 nel 2015);

¹ Alternative Dispute Resolution.

² Comitati Regionali per le Comunicazioni.



- l'83,6% delle domande discusse presso i Co.Re.Com. e le Camere di Commercio (25.053 conciliate su 29.961 discusse). Tale percentuale si è mantenuta su elevati livelli, considerando l'aumento del 22,6% delle pratiche discusse rispetto all'anno precedente (24.429 nel 2015).

A supporto dell'attività di conciliazione TIM ha promosso:

- seminari e iniziative di formazione condivisa che vedono il coinvolgimento del personale dedicato di TIM, dell'AGCOM, dei Co.Re.Com e delle Associazioni dei Consumatori;
- dibattiti, convegni, interviste e altre iniziative di divulgazione con la partecipazione del Vertice aziendale per la diffusione di un corretto approccio culturale al tema.

La conciliazione si sta diffondendo sempre di più tra la clientela, anche per la:

- ampia presenza territoriale dei Co.Re.Com, che, in molte regioni, stanno aprendo sportelli a livello provinciale al fine di avvicinare lo strumento della conciliazione alla popolazione (eliminando i costi di "spostamento" verso i capoluoghi di regione);
- migliore conoscenza della procedura, considerata rapida, veloce ed economica per la risoluzione delle controversie;
- crisi economica che spinge a ricorrere alla conciliazione anche per piccoli importi (ad es. possibili disservizi di migrazione da un gestore all'altro).

In Brasile, TIM ha stretti rapporti con le Associazioni governative che tutelano i consumatori, come il SENACON (Segretariato Nazionale per la Protezione dei Consumatori) ed i PROCONS (Tutela dei consumatori e programma di difesa); dal 2011 il Gruppo TIM Brasil è considerato quello che riceve il minor numero di lamentele del settore telecomunicazioni nell'ambito PROCONS.

Nel 2014 SENACON ha lanciato la piattaforma web Consumer.Gov, la quale agevola la soluzione delle lamentele dei clienti e mitiga il lavoro dei PROCONS. TIM Brasil è stata una delle prime aziende ad aderire alla suddetta piattaforma ed ha assunto anche l'impegno di risolvere tutte le lamentele ivi registrate. I clienti possono comunicare nella piattaforma se la lamentela è stata risolta o meno e la qualità della risposta fornita dalle aziende; in media, la valutazione di TIM Brasil è stata di 3,34 su una scala da uno a cinque. Nel 2014 TIM Brasil ha fondato lo Users Council, che ha tra i suoi compiti la presentazione delle soluzioni che migliorano i servizi agli utenti; insieme al Dipartimento del Difensore Pubblico, il Council ha creato un nuovo canale di conciliazione, con la finalità di evitare l'apertura di richieste alla magistratura, mettendo a disposizione una linea diretta gratuita tra i difensori pubblici e TIM.

Nel 2016, TIM ha raggiunto ottimi risultati nel risolvere i reclami inviati dai PROCONS: LIP (Lettera di Indagini Preliminari) pari all'82%; reclami motivati pari al 76% (fonte: Rapporto ufficiale SENACON). TIM ha anche relazioni con le associazioni dei consumatori come ABRAREC, IDEC and PROTEST, le quali diffondono la cultura dei buoni rapporti tra le aziende ed i clienti, migliorano la formazione ed assicurano l'eccellenza nel servizio alla clientela. TIM partecipa pure ai forum di conciliazione tra le aziende e gli organi di difesa della clientela, con lo scopo di risolvere i conflitti in modo proattivo.

CERTIFICAZIONI

Per le aree aziendali che hanno un impatto rilevante sulla Comunità, attraverso prodotti e servizi offerti, il Gruppo ha ottenuto e/o confermato le certificazioni che assicurano l'adozione di procedure e comportamenti in linea con le aspettative degli stakeholder.



Si riportano le certificazioni conseguite per le principali attività:

- attenzione alla qualità dei prodotti e servizi offerti: norma UNI EN ISO 9001;
- tutela degli aspetti ambientali: norma UNI EN ISO 14001;
- limitazione delle emissioni di gas ad effetto serra: norma UNI EN ISO 14064-3;
- gestione efficiente dell'energia: norma ISO 50001;
- tutela del capitale umano da parte delle aziende e dei fornitori: standard SA 8000;
- salute e sicurezza sul lavoro: norma BS OHSAS 18001;
- requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e di taratura: norma ISO/IEC 17025;
- servizi di Information Technology: norma ISO/IEC 20000-1;
- sicurezza delle informazioni: norma ISO 27001;
- protezione dei dati personali nei servizi Public Cloud: norma ISO/IEC 27018;
- processi di produzione del software e delle soluzioni informatiche: certificazioni CMMI-DEV (Capability Maturity Model Integration - Development);
- rispetto dei principi volti a promuovere la fiducia tra i consumatori e le imprese che svolgono attività su internet: WebTrust (Certification Authorities - SSL Baseline Requirements Audit Criteria);
- possesso dei requisiti richiesti dall'AGID (Agenzia per l'Italia Digitale) per ricoprire il ruolo di:
 - Certificatore Accreditato per la Firma Qualificata, la Carta Nazionale dei Servizi e la Marcatura Temporale;
 - Gestore Accreditato per la Posta Elettronica Certificata;
 - Conservatore Accreditato per la conservazione dei documenti informatici.

Informazioni dettagliate sulle certificazioni conseguite dalle diverse funzioni/società del Gruppo sono disponibili nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com.

In Brasile, in quanto richieste dall'ANATEL (Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni), l'Authority brasiliana delle telecomunicazioni, sono state conseguite anche le certificazioni per KPI Survey Method Quality relative all'intero Paese riguardanti:

- personal mobile service (TIM Celular);
- switched fixed telephone service (TIM Celular e Intelig);
- multimedia communications services (FIBER).

PROTEZIONE DEI MINORI

[G4-PR6] Le società del Gruppo hanno posto in essere numerose iniziative per la tutela dei minori da contenuti che possono ledere lo sviluppo psico-fisico (per esempio contenuti violenti, pornografici, razzisti o offensivi dei sentimenti religiosi, ecc.). Tra queste, sono state adottate precise linee guida per la classificazione e la verifica dei contenuti erogati, che riguardano sia quelli offerti direttamente dalle società del Gruppo sia quelli di proprietà di terzi che offrono servizi propri, acquistando spazi all'interno dei portali del Gruppo. Tali linee guida sono regolarmente aggiornate, in coerenza con l'evoluzione normativa e tecnologica.

A tal fine il Gruppo, in conformità alla normativa vigente e ai codici di autoregolamentazione che ha sottoscritto, ha implementato le procedure finalizzate a impedire l'accesso dei minori a contenuti per adulti su tutte le proprie piattaforme di servizio (applicazione su tablet/ smartphome, web, TIMvision mediante decoder, smart tv, xbox, servizi WAP).



In particolare:

- **TIMvision:** è la TV on demand di TIM, con 8.000 titoli disponibili in un solo abbonamento mensile che comprende serie tv, cartoni, cinema e documentari da guardare su TV con decoder TIMvision o smart tv, web, smartphone e tablet. I contenuti solo per adulti (classificazione massima CS 3.1), disponibili solo mediante accesso con decoder, sono contenuti pay per view, fruibili solo previo inserimento di PIN parental control e PIN acquisti. La funzione del parental control è regolata nelle condizioni legali ed è ricordata anche nella comunicazione inviata al cliente dopo la sottoscrizione del servizio;
- **servizi WAP:** i contenuti sono preventivamente sottoposti a moderazione da parte di TIM, per la verifica del rispetto delle linee guida di classificazione, ed erogati da una piattaforma centralizzata. Il PIN per accedere ai contenuti per adulti è fornito via SMS su richiesta del cliente, dopo aver controllato la maggiore età dell'intestatario della linea.

Per i clienti broadband consumer fisso è disponibile il software Total Security, un pacchetto di servizi di sicurezza completo basato su tecnologia ZoneAlarm®, il quale protegge la navigazione in internet da virus, hacker e programmi spia (spyware) che cercano d'installarsi sul computer. In più, con il parental control, assicura che i figli possano navigare solo sui siti adatti a loro e l'antispam offre la protezione dai messaggi di posta indesiderata. Total Security include i seguenti servizi:

- antivirus e antispyware, per rilevare e rimuovere virus e programmi spia;
- parental control, per proteggere i ragazzi da contenuti non adatti a loro;
- firewall per reti e programmi, al fine di bloccare eventuali attacchi da parte di hacker e da programmi dannosi;
- protezione avanzata dei download, per analizzare i file che si scaricano - prima che possano infettare il pc - e inviare un avviso nel caso provengano da una fonte pericolosa;
- anti-phishing e stato del sito, per bloccare i siti web non sicuri che - con l'inganno - inducono a rivelare i propri dati personali;
- protezione dai messaggi di posta indesiderata (SPAM), per il blocco automatico dei messaggi di posta indesiderata sul proprio client. I protocolli e-mail sono: POP (Post Office Protocol) 3/IMAP (Interactive Mail Access Protocol) solo in ingresso, SMTP (Simple Mail Transfer Protocol) solo in uscita;
- protezione pc wireless, per difendere il pc dai rischi legati ai collegamenti su reti non protette;
- protezione dai keylogger;
- prevenzione da attacchi informatici evoluti.

La soluzione TIM-Protect è l'opzione esclusiva di TIM per la protezione totale dalle minacce nel web:

- **parental control:** protegge i giovani durante la navigazione in internet, filtra le ricerche web, avvisa in caso di comportamenti ritenuti pericolosi, permette di bloccare l'accesso a siti o app o limitarne l'uso (impostazione di un tempo massimo per utilizzo);
- **antifurto:** protegge il device da smarrimento e/o sottrazione, garantendo il controllo remoto con un semplice invio (blocco dispositivo, localizzazione, cancellazione dati, notifica cambio SIM);
- **protection and privacy:** tutela gli accessi ai siti web di e-commerce, home banking e social media. Assicura la privacy filtrando le chiamate e i messaggi indesiderati;
- **antivirus:** gestisce il device in modo sicuro senza pregiudicare il funzionamento, proteggendolo durante l'utilizzo da virus malware e da altre minacce.

L'Azienda sta continuando a focalizzare l'attenzione sul parental control, ampliando la gamma delle offerte dedicate ai più giovani (under 12) sempre con il servizio TIM Protect incluso, senza costi aggiuntivi. Inoltre, l'Azienda sta realizzando delle iniziative di comarketing



con alcuni partner operanti nel segmento “kids”, particolarmente sensibili alla tematica della protezione dei minori.

Sono stati effettuati nuovi rilasci di app Android per migliorare la User Experience dei client nell’uso del servizio TIM Protect. Nel dicembre 2016 è stata rilasciata - in ambiente test - una versione della app anche per IOS, in modo da estendere la funzionalità di TIM Protect anche ai device Apple.

Sul versante del contrasto alla pedopornografia on line e agli illeciti informatici, dal punto di vista organizzativo e al proprio interno, TIM ha individuato, nella struttura aziendale Security (funzione Security Operation Center), il ruolo di “Referente per la Polizia Postale”. Tale figura gestisce i rapporti e i flussi informativi con la Polizia Postale (CNCPO – Centro Nazionale per il Contrasto della Pedopornografia Online, CNAIPIC – Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche, ecc.) e le Autorità competenti e ha il compito di coordinare, all’interno del Gruppo, il processo di abuse management nel rispetto del quadro legislativo di riferimento. Inoltre il Gruppo ha adottato il modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001, nel quale sono stati definiti gli strumenti necessari a presidiare e prevenire la commissione di illeciti e, in particolare, la diffusione di materiale pedopornografico, nonché la gestione organizzativa/disciplinare degli illeciti informatici.

A tal fine TIM ha messo in campo risorse, tecnologie, processi e strumenti per la prevenzione e il contrasto degli “abuse”, ovvero di qualsiasi attività commessa in violazione delle regole comportamentali e legislative che disciplinano l’uso dei servizi di rete, dei sistemi informatici o dei mezzi di comunicazione in genere. Si riportano di seguito le iniziative di prevenzione intraprese dal Security Operation Center (SEC.SOC):

- area tematica “abuse” sulla intranet aziendale, che informa e sensibilizza il personale aziendale circa le attività condotte e gli strumenti esistenti per prevenire gli illeciti informatici e tutelare i minori che utilizzano i servizi internet offerti;
- modulo di segnalazione, presente nei portali istituzionale e commerciale del Gruppo, che i clienti finali o gli utenti esterni possono utilizzare per segnalare eventuali illeciti di natura pedopornografica riscontrati durante la navigazione in internet. La compilazione è guidata e la segnalazione può essere fatta anche in forma anonima;
- gestione degli *abuse desk*: sono i gruppi di gestione operativa degli abusi, differenziati per tipologia di servizio (consumer e business), creati in conformità alle normative nazionali e comunitarie sulla protezione dei minori, la prevenzione dalla criminalità informatica e la lotta contro lo sfruttamento sessuale (pornografia minorile). Il loro compito è raccogliere le segnalazioni degli utenti/clienti esterni su presunti illeciti informatici o la presenza di materiale pedopornografico sulle reti del Gruppo per poi indirizzarle alla funzione competente - con l’eventuale coinvolgimento delle Autorità interessate - attraverso il Referente per la Polizia Postale;
- filtering: in coerenza con il Decreto attuativo della Legge 38/2006 (Decreto Gentiloni), il quale definisce i requisiti tecnici degli strumenti di filtraggio che i fornitori di connettività alla rete internet devono utilizzare per impedire l’accesso ai siti segnalati dalla Polizia Postale tramite il CNCPO, TIM ha introdotto un sistema di filtraggio anche per i siti web esteri con contenuti pedopornografici. Il sistema è inoltre utilizzato per bloccare - in ottemperanza alla Legge 296/2006 (art.1 co.50), relativa al contrasto dell’evasione e l’elusione fiscale nel settore del gioco - le risorse segnalate dall’ Agenzia delle Dogane e dell’elusione Monopoli;
- redazione delle “Linee Guida per il contrasto della pedopornografia online” al fine di rendere il più possibile oggettiva e omogenea l’individuazione dei casi di pedopornografia da segnalare alla Polizia Postale. L’obiettivo è quello di minimizzare i potenziali problemi d’incertezza interpretativa dei soggetti coinvolti (i moderatori di chat e/o servizi di community, gli sviluppatori, gli operatori di abuse desk, ecc.) e agevolare l’adempimento



degli obblighi normativi vigenti. Le linee guida si allineano anche a quanto predisposto e attivato dal CNCPO e dalle maggiori organizzazioni esterne presenti su questi temi (Save The Children, Telefono Arcobaleno, ecc.).

Inoltre, l'Azienda partecipa alle seguenti iniziative internazionali:

- gruppo di lavoro “GSMA – Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content”, in ambito GSM Association, per le iniziative tecnologiche, di policy e di comunicazione rivolte alla tutela dei minori nel settore della telefonia mobile. Tra l'altro, l'iniziativa si occupa di awareness raising, lotta contro i contenuti illegali e classificazione dei contenuti, ed un'importante parte del programma è dedicata ai Safer Internet Center, presenti in oltre 30 Paesi, per fornire sostegno e informazioni a bambini, genitori e insegnanti. Nell'ambito delle attività poste in essere dall'Alleanza è stato sottoscritto l'accordo con Child Helpline International, volto a proteggere i minori e a salvaguardare il loro diritto ad essere ascoltati. TIM ha aderito all'iniziativa, impegnandosi a sostenere le child helplines a livello nazionale, attraverso la redazione di un documento che evidenzia le best practice sulle procedure di Notice and Take Down applicabili. Per il 2017 è in programma lo sviluppo di best practice, in cooperazione con Interpol, sulle procedure di enforcement applicabili in alcuni Paesi;
- ICT Coalition for Children Online, lanciata nel 2012, dove TIM è membro attivo e partecipa alle attività della coalizione che promuove un uso sicuro e responsabile di internet. L'Azienda ha sottoscritto i principi adottati dalla Coalizione, partecipa ai forum semestrali ed agli incontri organizzati dalla Coalizione con gli stakeholder di rilievo (ad es. ONG), la commissione Europea ed il Parlamento Europeo. Nel 2016, la Coalition ha aggiornato i principi a fondamento della sua costituzione, sulla cui base sarà lanciata una nuova fase di verifica della loro implementazione. La Coalition, inoltre, partecipa a una serie di incontri/conferenze con le Istituzioni e gli organismi più rappresentativi deputati alla protezione dei minori;
- attività della Commissione Europea nell'ambito della strategia Better Internet for Kids (“BIK”), per la definizione e l'implementazione dei principi e delle tecnologie necessarie a rendere internet un ambiente sicuro per i minori. In questo contesto, TIM è stata invitata e partecipa all'iniziativa “Alliance to better protect minors online”, proposta dalla Commissione Europea, DG Connect in tale contesto, l'Azienda è stata attivamente impegnata nella redazione dello Statement of Purpose dell'Alliance (SoP), sia individualmente sia attraverso la ICT Coalition (sottoscritto il 7 febbraio 2017)¹. Con la sottoscrizione dello SoP, le aziende si impegnano ad adottare una serie di misure volte a migliorare la protezione dei minori nell'ambiente online;
- nell'ambito dell'International Telecommunication Union (ITU), TIM è membro del Consiglio COP (Child Online Protection) in materia di protezione dei minori;
- coopera nell'ambito del progetto Italian Child Abduction Alert System (ICAAS) per la realizzazione di un portale web di “allerta rapido” in caso di scomparsa di minori. In tale contesto, nel 2011 TIM ha sottoscritto la convenzione “Allarme Scomparsa Minore” con il Ministero dell'Interno, Dipartimento della Pubblica Sicurezza. In tale contesto, nel 2016, la Funzione Crisis Management di TIM - in collaborazione con la Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento di Protezione Civile e con gli altri Organi istituzionali competenti - ha partecipato a cinque esercitazioni di Protezione e difesa civile finalizzate a:
 - testare la validità della pianificazione d'emergenza e la capacità di risposta delle strutture operative;
 - mantenere uno stato di readiness del personale, delle strutture e degli strumenti del sistema di gestione dell'emergenze;

¹ Le altre aziende che hanno sottoscritto l'iniziativa sono (in ordine alfabetico): ASKfm, BT Group, Deutsche Telekom, Facebook, Google, KPN, The LEGO Group, Liberty Global, Microsoft, Orange, Rovio, Samsung Electronics, Sky, Spotify, Super RTL, Telefónica, Telenor, Telia Company, Twitter, Vivendi, Vodafone.



- individuare, ove necessario, azioni di miglioramento sia nei processi aziendali interni, sia dei processi di interfaccia con gli stakeholders interessati (Istituzioni, comunità, clienti).

Questa partecipazione è necessaria in quanto TIM, azienda erogatrice di servizi essenziali, fa parte del Sistema Nazionale di Protezione Civile.

Il Gruppo ha inoltre attivato opportuni sistemi di filtraggio e prevenzione degli abusi anche per i servizi erogati in Brasile (video, audio, immagini). I clienti possono comprare i servizi con contenuti sexy attraverso la pagina principale del portale WAP; per accedere, i clienti devono cliccare su “ADULTO”, dichiarare la propria maggiore età ed inserire una password. TIM Brasil limita il portafoglio dei contenuti per adulti fino al livello 3.2 della classificazione internazionale.

RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO

TIM è principalmente un operatore di servizi di telecomunicazioni, i quali non costituiscono una minaccia per la salute fisica degli utilizzatori¹, e non produce gli apparati di telecomunicazioni che commercializza².

Per verificare che i prodotti immessi sul mercato siano conformi alle norme per la salute e la sicurezza, l'azienda si è dotata di:

- apposite strutture interne che effettuano i controlli sulla qualità entrante anche dei prodotti che commercializza (telefoni, modem, ecc.) sia in Italia sia nei centri di produzione dei fornitori all'estero;
- laboratori che effettuano test sui prodotti commercializzati dal Gruppo, in particolare sulle emissioni elettromagnetiche dei dispositivi mobili.

In tal modo, le eventuali non conformità dei prodotti sono rilevate prima dell'immissione sul mercato, in modo da escludere la possibilità che i prodotti non rispondenti ai requisiti essenziali delle Direttive Europee arrivino al cliente finale.

I servizi resi alla clientela sono soggetti ai requisiti indicati nelle Carte dei Servizi e nelle Condizioni di Abbonamento, disponibili sul sito telecomitalia.com.

[G4-DMA Customer Health and Safety], [G4-PR1] TIM esegue, nei suoi laboratori, le attività di validazione per il soddisfacimento dei requisiti essenziali previsti dalle Direttive vigenti per il rilascio della marcatura CE; la conformità a tali requisiti è attestata all'origine dal costruttore. Per i prodotti commercializzati in Italia, il quadro di riferimento è costituito dall'insieme delle norme che supportano la Direttiva 1999/5/CE, strutturate per macrofamiglia di prodotto³. Sulla protezione e la sicurezza nell'uso delle apparecchiature da parte dei clienti, il Gruppo esegue i controlli su:

- i livelli di emissioni elettromagnetiche (SAR) di smartphone/tablet/modem tecnologicamente innovativi, osservando le Norme IEC 62209-1/2;
- le prescrizioni tecniche atte a ridurre il rischio da scossa elettrica, sovratemperatura,

¹ Le minacce di tipo psicologico o di sicurezza e privacy sono trattate nei paragrafi Protezione Minori, E-security, Privacy.

² In Olivetti, società del Gruppo attiva nel settore dei prodotti e soluzioni per l'information technology e polo digitale di TIM, sono presenti impianti di produzione di hardware. Nel contesto del Gruppo si tratta di attività non materiali in quanto l'intero fatturato di Olivetti ammonta allo 1,1% del Gruppo TIM.

³ Per i “terminali Corded” possono essere applicate le Norme EN 60950, EN 55022 e EN 55024; per i “terminali Cordless” le Norme EN 60950-1, EN 50371, EN 62311, ITU-T P360, EN 301489 e EN 301406; per i “terminali Mobili (smartphone, datacard etc.)” le Norme EN 60950-1, EN 62209, EN 302291, EN 301908, EN301893, EN 301511, EN 300440, EN 300328 e EN 301489.



incendio, pericoli meccanici, attraverso l'applicazione delle norme EN 60950-1 e EN 60065. Inoltre, sono verificati:

- gli aspetti di efficienza energetica, richiesti dalla Direttiva EuP (Energy-using Products): gli apparati immessi sul mercato sono verificati in relazione ai limiti di consumo di potenza in stand-by/off-mode e rendimento dei Regolamenti europei n. 1275/2008/EC, 801/2013/EC e 278/2009/EC, per gli apparati e i relativi alimentatori esterni (presenti come dotazione accessoria);
- la funzionalità nelle diverse condizioni ambientali d'installazione e utilizzo di terminali e componenti accessori per il collegamento alla rete fissa: è controllato il rispetto dei campi di temperatura e umidità previsti dalle norme ETSI (European Telecommunications Standards Institute) per la specifica "condizione di servizio", da cui derivano differenti "severità". Le verifiche sono condotte sulla base delle norme IEC-EN serie 60068-2-1 (freddo), 2 (caldo secco), 14 (cambi di temperatura), 30 (cambi di umidità), 78 (umidità continuativa). Per i prodotti di maggior diffusione, con parti esterne in materiale plastico (ad es. AG, Access Gateway), è controllata la "resistenza alla fiamma" nell'eventualità di malfunzionamenti delle parti elettriche interne;
- gli aspetti di compatibilità elettromagnetica, regolamentati dalla Direttiva 2004/108/EU (in futuro 2014/30/EU): su ogni apparecchiatura elettronica è previsto il controllo delle emissioni di segnali elettromagnetici non intenzionali - al fine di evitare le interferenze dannose alle radiocomunicazioni - ed il soddisfacimento di determinati requisiti di immunità ai disturbi elettromagnetici. In TIM sono eseguite continue verifiche sui terminali e gli apparati di rete, per determinare la rispondenza ai requisiti fissati dalle norme internazionali ETSI, CENELEC (European Committee for Electrotechnical Standardization) in tema di compatibilità elettromagnetica. In particolare, è verificata la rispondenza degli apparati ai limiti fissati dalle norme per circoscrivere le emissioni di disturbi elettromagnetici che, oltre ad inquinare l'ambiente circostante, possono interferire con le radiocomunicazioni.

Gli apparati di telecomunicazione venduti in Brasile devono, per legge, essere approvati dall'agenzia regolatoria ANATEL che ne verifica, nei propri laboratori, la conformità alla normativa brasiliana sulla sicurezza elettrica ed elettromagnetica. Per ogni tipologia di apparato esiste, inoltre, una normativa ad hoc che deve essere soddisfatta.

TIM Brasil richiede ai suoi fornitori che gli apparati abbiano la certificazione di omologazione di ANATEL.

[G4-PR2] Negli ultimi tre anni, per nessun prodotto che ha raggiunto la fase finale di commercializzazione, sono state riscontrate non conformità relative alla normativa europea sulla salute e la sicurezza per il cliente, tanto in Italia quanto in Brasile.

[G4-PR3] In fase di stesura di contratto, per tutti i prodotti di telefonia fissa, TIM richiede che le confezioni contengano una dichiarazione ambientale, una dichiarazione sulla provenienza del tantalio eventualmente utilizzato nella componentistica, un manuale d'uso che abbia informazioni sulla sicurezza, l'eventuale presenza di materiali pericolosi e l'indicazione delle modalità di smaltimento. Per quel che riguarda l'etichettatura degli apparati di telefonia mobile, essendo prodotti di largo consumo che TIM si limita a rivendere e per cui non è richiesto alcun tipo di personalizzazione, l'Azienda si limita a richiedere l'aderenza alla normativa nazionale. In Brasile, TIM è conforme alla normativa nazionale ma non ha le procedure riguardanti le informazioni e le etichette sui prodotti e servizi. Nei contratti con i fornitori di apparati mobili è inserita la clausola 'confezioni prodotti', la quale impegna ogni fornitore ad inserire - in ogni scatola - le istruzioni e le avvertenze concernenti l'uso corretto sia del prodotto sia del kit di montaggio degli accessori e della presa di collegamento che possono essere associati al prodotto.



Per una particolare linea di prodotti, *TIM eco-friendly*, discussa in dettaglio nel capitolo *Tutela dell'ambiente* (cfr. *TIM eco-friendly*), sono inoltre indicati tutti i parametri rilevanti dal punto di vista ambientale (ad esempio, i consumi energetici).

[G4-PR4] Negli ultimi tre anni per nessun prodotto che ha raggiunto la fase finale di commercializzazione sono state riscontrate non conformità concernenti l'informativa e l'etichettatura dei prodotti. Si sono invece verificati alcuni casi di non conformità alla regolamentazione concernente l'informativa dei servizi. In particolare, in Brasile, nel 2016 si sono verificati tre incidenti per un totale sanzionatorio di 743.749,74 reais, nel 2015 si è verificato un incidente per un totale sanzionatorio di 2.897.416 reais, nel 2014 si sono verificati 3 incidenti per un totale sanzionatorio di 1.533.820 reais¹.

In Italia i procedimenti sanzionatori dell'Autorità regolatoria, riguardanti episodi di non conformità alla regolamentazione sull'informativa dei servizi, rientrano tra le "ingiunzioni per violazione della normativa regolamentare in materia di tutela del consumatore concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi di TLC"; pertanto, per l'Italia, le non conformità sull'informativa sui servizi sono state accorpate con le non conformità concernenti la fornitura e l'uso dei servizi (tabella seguente)².

[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Italia³.

Descrizione	2016	2015	2014
Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	4	4	7
Valore monetario complessivo di tali multe (in euro)	410.000	2.833.000	1.102.000

³ Nel 2016 l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ha aperto quattro procedimenti contro TIM, dei quali due archiviati a seguito di ricorso inoltrato da TIM (uno riguardante la ingannevolezza e aggressività per i clienti attivi e l'altra la moral suasion vendite via web), uno concluso con la sanzione di euro 410.000 (concernente la modifica della durata delle opzioni) ed uno si dovrà chiudere entro maggio 2017, il cui rischio di sanzione è di euro 200.000 (avente per oggetto presunta violazione normativa sui contratti a distanza, conclusi fuori dai locali commerciali).

[G4-PR7] Numero complessivo di casi di non conformità alle normative e ai codici volontari riguardanti le comunicazioni di marketing in Italia.

Tipo non conformità	2016	2015	2014
Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in multa o sanzione	0	0	0
Numero di casi di non conformità alla normativa concretizzati in un avviso	0	0	0
Numero di casi di non conformità a codici volontari ²	4	0	2

² I casi sono regolati dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria, il quale opera in conformità al codice della comunicazione commerciale ed è competente nel definire tutte le controversie in materia di pubblicità che coinvolgono i soggetti associati, direttamente o indirettamente. Le decisioni del Giuri non sfociano mai in sanzioni pecuniarie ma, se del caso, in un ordine di desistenza dal comunicato pubblicitario contestato.

In Brasile le uniche notifiche relative a comunicazioni pubblicitarie e di marketing sono state

¹ Nel 2016, 2015 e 2014 in Brasile non ci sono stati altri incidenti di questo tipo, oltre ai casi riportati, che hanno condotto a sanzioni pecuniarie.

² Per l'anno in corso non è stato possibile avere un quadro completo delle non conformità che, in Italia, sono sfociate in "avvisi", in virtù del fatto che il concetto di "avviso" è molto sfumato. In futuro sarà fatta una riflessione approfondita per valutare se e come valutare le diverse tipologie di "avviso" che arrivano dall'autorità regolamentare. Inoltre, allo stato attuale non c'è un sistema di ricezione delle segnalazioni relative alle violazioni di codici di auto-regolamentazione



emanate dal CONAR (Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária), ente non governativo di autoregolamentazione della pubblicità che valuta le non conformità rispetto al Codice Brasiliano di Autoregolamentazione della Pubblicità (“CBAP”) e può raccomandare all’azienda la modifica/rettifica o sospensione della pubblicità (non applica sanzioni pecuniarie); CONAR mira a garantire che ogni annuncio pubblicitario sia vero, onesto, rispetti le leggi del Paese ed il principio della concorrenza leale. La procedura d’infrazione può essere chiusa in caso di riconciliazione tra le parti, qualora gli autori cessino l’infrazione o anche se non è stata dimostrata la violazione del Codice Etico.

L’Anatel può sanzionare con multe o avvisi nei casi di “comunicazioni generali di marketing” non conformi (nessuna negli anni 2016 e 2014, due multe nell’anno 2015).

Nel 2016 TIM Brasil non ha ricevuto notifiche di non conformità; nel 2015 TIM Brasil ha ricevuto **[G4-PR9] Numero e valore monetario complessivo delle multe per non conformità a leggi e regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi in Brasile.**

Descrizione	2016 ¹	2015	2014
Numero multe per non conformità concernenti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	2	3	5
Valore monetario complessivo di tali multe (in R\$)	274.698	13.592.963	13.214.257

¹ Si tratta di due multe comminate a seguito del presunto mancato rispetto della legislazione sulla protezione dei consumatori. Inoltre, nel 2016, la società brasiliana ha pagato cinque multe relative agli anni 2011, 2012 e 2013 (principalmente per la fornitura del servizio della linea fissa), per l’importo complessivo di reais 1.893.488.

5 notifiche di non conformità ai codici: 4 proposte dai concorrenti ed una dal CONAR; CONAR, nel 2014, non ha segnalato alcun tipo di non conformità.

TUTELA DELLA PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

[G4-DMA Customer Privacy], [G4-PR8]

Per assicurare la protezione dei dati personali nello svolgimento delle attività d’impresa, TIM si è dotata dal 2003 di un modello organizzativo articolato, nel quale si colloca la funzione Privacy che presidia, a livello di Gruppo, la corretta applicazione della normativa di settore (D.Lgs. 196/03, c.d. “Codice Privacy”). In questo contesto, in occasione della costituzione o dell’acquisizione di nuove società, la Capogruppo assicura anche il supporto necessario per individuare e realizzare gli adempimenti necessari.

Il recepimento delle disposizioni di legge e delle indicazioni del Garante per la protezione dei dati personali è assicurato tramite il costante aggiornamento delle normative e policy di Gruppo. Tra queste è particolarmente significativo il “Sistema delle regole per l’applicazione della normativa privacy nel Gruppo TIM” che definisce le disposizioni e le indicazioni operative per ogni adempimento di interesse e che nel corso del 2015 è stato completamente rivisto ed aggiornato, in funzione della evoluzione normativa e della introduzione di nuovi servizi per la clientela.

concernenti i consumatori diverso dai meccanismi di segnalazione riportati nel capitolo sostenibilità e governance.



Una importante evoluzione del quadro normativo di riferimento è rappresentata dalla pubblicazione del Regolamento UE n. 2016/679, il 4 maggio 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali (c.d. “General Data Protection Regulation” o GDPR), che diventerà efficace negli Stati membri a partire dal 25 maggio 2018.

Tale Regolamento apporterà diverse innovazioni, ad esempio:

- armonizzazione della normativa, con regole comuni direttamente applicabili in tutta la UE;
- applicabilità anche a soggetti extra-UE che trattano, per determinate finalità, i dati di persone nella UE;
- accountability dei soggetti che trattano i dati (adempimenti in materia di privacy impact assessment, privacy by design, documentazione delle attività, ecc.);
- introduzione del concetto di pseudonimizzazione dei dati e regole relative;
- introduzione della figura del Data Protection Officer;
- rilevanza economica delle sanzioni previste in caso di violazioni.

Nella seconda metà del 2016, TIM ha avviato la pianificazione delle azioni di adeguamento, al fine di realizzare i nuovi adempimenti e garantire la conformità dei trattamenti di dati personali entro il termine previsto di maggio 2018. In particolare, è previsto l’avvio di un gruppo di lavoro interfunzionale per definire le iniziative di adeguamento nel dettaglio, tenendo conto del contesto tecnologico ed organizzativo e delle attività di business; inoltre, TIM partecipa attivamente alle task force dedicate in ambito GSMA e Confindustria.

Sotto il profilo più operativo, nel corso del 2016 è stata particolarmente rilevante la tematica del telemarketing, che per TIM costituisce uno strumento importante della propria attività di business. TIM è da sempre impegnata affinché il telemarketing sia svolto nel rispetto delle norme: TIM infatti non ha alcun interesse a contattare persone che abbiano manifestato la volontà di non ricevere chiamate promozionali, considerate le ricadute negative in termini relazionali con i clienti e, più in generale, di reputazione.

A tal fine, TIM ha rivisto i processi aziendali impattati, con l’attuazione di una serie di azioni di miglioramento nelle attività connesse alla contattabilità telefonica per fini commerciali, come:

- l’ulteriore rafforzamento dei controlli sui contact center e sulla formazione delle liste di contattabilità;
- l’ottimizzazione dei processi interni e delle procedure per il recepimento delle opposizioni all’ulteriore trattamento dei dati personali per finalità di marketing, espresse dai soggetti contattati.

Inoltre, è stato eseguito un piano di formazione, dedicato al personale interno ed ai partner commerciali, ai fini della corretta comprensione ed applicazione degli adempimenti privacy, con particolare riferimento all’attività di vendita e di telemarketing. In totale sono stati svolti 23 incontri a livello territoriale, che hanno visto la partecipazione di circa 500 persone. La costante attività di formazione in materia di privacy, nel 2016 si è concretizzata anche in un intervento di approfondimento degli aspetti privacy nell’ambito di progetti basati sulla analisi di big data.

L’effettiva applicazione delle normative è monitorata tramite un sistema di controllo, basato su procedure di autovalutazione periodica da parte dei responsabili del trattamento e verifiche a campione svolte dalle competenti funzioni centrali sulla base di procedure e metodologie definite. In considerazione di tali attività, è in programma la redazione di un report sullo stato



di adozione delle misure di sicurezza previste dalla normativa privacy che formalizza, in un documento aziendale, le attività svolte per garantire il rispetto delle disposizioni in materia di trattamento dei dati personali, i risultati raggiunti e lo stato dei piani di miglioramento.

Infine, anche nel corso del 2016, TIM ha continuato a porre in essere le azioni necessarie per l'attuazione, nei processi interni, delle disposizioni in materia di eventuali violazioni della sicurezza dei dati personali trattati in relazione ai servizi di comunicazione elettronica (c.d. "data breach").

Nella tabella seguente sono riportate:

- le richieste di informazioni rivolte a TIM, in Italia, da parte del Garante Privacy, anche a seguito di segnalazioni dei clienti;
- la percentuale di tali richieste archiviate da parte del Garante Privacy, a fronte dei chiarimenti forniti da TIM.

Descrizione	2016	2015	2014
Richieste pervenute*	33	220	435

(* la percentuale delle richieste archiviate nel 2014 e 2015 è risultata superiore al 98%, il dato relativo al 2016 verrà pubblicato appena reso disponibile dal Garante della Privacy

Per quanto riguarda il Brasile, in conformità all'art. 5 della Costituzione Federale e all'art. 3 della Legge Generale sulle Telecomunicazioni n° 9.472 del 1997, è sancito il diritto del cliente alla riservatezza dei propri dati personali (salvo i casi previsti dalla legge). Il regolamento del servizio mobile personale, agli artt. 89, 90 e 91 della Risoluzione 477 dell'Agenzia Nazionale delle Telecomunicazioni (ANATEL), prescrive la responsabilità delle aziende in materia e l'eventuale sospensione della riservatezza solo su richiesta dell'Autorità competente nei casi previsti dalla legge. La Legge Federale n° 12.965 (Marco Civil), agli artt. 10, 11, da aprile 2014 assicura la privacy e la protezione dei dati personali agli utilizzatori di internet.

TIM Brasil, per assicurare la riservatezza delle informazioni della propria clientela in conformità alla normativa nazionale (compresi gli artt. 10 e 11 del "Marco Civil"), ha emanato le relative policy e procedure interne, tra cui una policy specifica per la tutela della privacy, che si basano sui principi della separazione delle funzioni e del "need to know" (limitazione del trattamento dei dati personali al minimo necessario per svolgere il lavoro). Tali policy e procedure richiamano le metodologie di classificazione e gestione delle informazioni per garantire i livelli di protezione adeguata. Nel 2016 TIM Brasil ha ricevuto 14 denunce¹ di presunte violazioni riguardanti la privacy, da parte dei clienti (si è nella fase iniziale del processo), non vi sono state denunce nel 2015 mentre vi è stato 1 solo caso nel 2014².

E' opportuno segnalare che la differenza tra le legislazioni di Italia e Brasile non permette di effettuare confronti tra dati omogenei.

¹ Undici casi sono riferiti ad un cambio fraudolento di SIM che ha permesso all'autore del reato di ottenere informazioni riservate, utilizzate per commettere estorsioni o furti. Due casi hanno riguardato la richiesta di informazioni riservate senza le autorizzazioni legali. L'ultimo caso è relativo al trasferimento di una linea da un cliente ad un altro.

² Il caso del 2014 è riferibile a un'estrazione di dati telefonici senza autorizzazione giudiziaria. La multa comminata è stata di 5.000 reais.



RICERCA E SVILUPPO E SERVIZI INNOVATIVI

Il settore delle telecomunicazioni ha conosciuto negli ultimi anni una veloce e profonda trasformazione, caratterizzata dal declino dei tradizionali servizi vocali e dalla crescita del broadband fisso e mobile e dei nuovi servizi da esso abilitati, contribuendo così alla rapida digitalizzazione della vita dei consumatori e dei processi delle aziende.

L'innovazione, sia tecnologica che di business, si conferma l'elemento centrale per rispondere al cambiamento del contesto tecnologico, di mercato e competitivo. Coerentemente con questo contesto, il Gruppo ha agito su più direzioni:

- rinforzando le linee di innovazione interna, focalizzando l'attività dei laboratori e dei gruppi di ricerca sui filoni fondamentali dell'evoluzione della rete fissa e mobile verso i futuri standard 5G e la banda ultra larga, sui temi delle piattaforme di servizio e dei nuovi sistemi di operations, anche attraverso accordi mirati di collaborazione con Università di eccellenza sviluppando i Joint Open Lab (JOL) con alcune delle principali università italiane;
- promuovendo l'innovazione e la creatività dei dipendenti iniziando percorsi di crowdsourcing di idee con l'iniziativa Idea Sharing¹ ;
- confermando l'orientamento ai principi della "Open Innovation" nella relazione con il mondo delle startup, nuova imprenditoria innovativa. L'Open Innovation, infatti, permette di integrare i contributi di innovazione che si generano all'interno con sorgenti esterne di idee innovative. Di conseguenza, ai flussi di idee provenienti dall'ecosistema, sono state affiancate attività di:
 - co-innovazione, co-creation e generazione di idee e valore mediante nuovi modelli di partnership con i più rilevanti player globali;
 - catalizzazione della capacità di innovazione delle startup attraverso il programma di accelerazione di TIM #Wcap e gli investimenti in equity attraverso TIM Venture;
 - semplificazione del processo di attivazione delle forniture erogate da startup innovative, mediante il cosiddetto "Albo Veloce", che consente la qualificazione all'albo fornitori di una startup con un iter semplificato e più rapido, e il "basket innovazione", un budget dedicato ad incentivare l'acquisto delle soluzioni delle startup inserite nell'albo veloce con una parziale copertura dei costi.

Diverse soluzioni e prototipi dall'innovazione si sono trasformate in proposizioni di business e opportunità commerciali per TIM, tra cui CitySensing (una piattaforma per la gestione di grandi eventi in aree urbane basata sulla raccolta di Big Data da social media e reti mobili), Cloud Robotics e Virgil (soluzioni di droni e robot di telepresenza connessi attraverso la rete 4G), sistemi Internet of Things tra cui Smart Agricolture (sviluppati con Olivetti).

Oltre che contribuire a sviluppi interni all'Azienda, TIM produce un numero significativo di brevetti: nel periodo 2015-2016, ha depositato oltre 120 brevetti. Per massimizzare la loro valorizzazione è stato anche recentemente sviluppato un modello di "spin up", e cioè di lancio di startup che hanno ricevuto asset e diritti di sfruttamento di brevetti in cambio di opzioni di equity.

Queste partnership hanno permesso al Gruppo, negli ultimi 3 anni, di ottenere oltre 5 milioni

¹ Idea Sharing è un concorso di produzione di idee che aveva lo scopo di fare emergere il talento e la creatività dei dipendenti per "migliorare la customer experience dei servizi TIM". Il concorso si è chiuso a dicembre 2016.



di euro di finanziamenti europei; inoltre, TIM collabora con le più importanti università e centri di eccellenza europei e nordamericani. Sempre nell'ambito del rapporto con le università, negli ultimi quattro anni sono stati finanziati 133 PhD, sponsorizzando master di primo livello presso la Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa (Management, Innovazione e Ingegneria dei Servizi e Digital Life & Smart Living) e l'Università di Tor Vergata (Big Data in business) e la cattedra TIM Chair in Market Innovation presso l'Università Bocconi di Milano.

Inoltre proseguono le attività di accelerazione ed investimento sulle startup. Dal 2013 le startup TIM #Wcap hanno avviato oltre 50 attività di go-to-market all'interno di TIM, grazie alle quali hanno generato fatturato. TIM #Wcap è infatti l'acceleratore d'impresa del gruppo TIM che ogni anno seleziona, finanzia e accelera startup digital. Dal 2009 ad oggi, sono state ricevute ed esaminate più di 9.000 idee di business e sono stati selezionati e supportati circa 300 progetti a cui sono stati assegnati 6,6 milioni di euro per favorirne lo sviluppo. Il tasso di sopravvivenza delle startup TIM #Wcap è superiore al 90%.

A partire da TIM #Wcap, TIM ha debuttato nel 2014 nel venture capital lanciando TIM Ventures, la società del Gruppo nata con l'obiettivo di investire nel capitale sociale delle startup più innovative in tutti i settori di interesse strategico per l'Azienda. In poco più di due anni di attività, TIM Ventures ha investito in 14 startup (di cui 12 provenienti da TIM #WCap) arrivando ad essere citata tra i più attivi investitori Corporate Venture Capital a livello globale nel 2015 da CB Insights. In seguito alle attività di accelerazione ed investimento condotte in questi anni, nel giugno del 2016, TIM è stata inserita da Fondazione Nesta e Startup Europe Partnership al 7 posto tra le 25 aziende europee, unica italiana, che "dialogano" meglio con le startup.

TIM impiega in Italia circa 1.200 risorse in attività di engineering ed innovazione tecnologica e di servizio. Gli investimenti in innovazione e trasformazione sono pari a 1,9 miliardi di euro che equivalgono a circa il 52% del totale investimenti sul mercato domestico.

Gli stakeholder rilevanti per la ricerca e sviluppo sono:

- le aree aziendali coinvolte sui temi (per es. marketing e acquisti);
- i fornitori, per lo sviluppo congiunto di soluzioni in linea con i requisiti tecnici del Gruppo TIM;
- i partner, sia tradizionali (es. i car makers) che digital (es. e-Commerce players), per il Go2market congiunto dei digital services;
- i centri di ricerca e le università, per collaborazioni e progetti congiunti. Nel 2016 sono stati attivati e formalizzati 11 contratti di ricerca per un valore complessivo di 388 keuro, esclusivamente con il Politecnico di Torino, su tematiche quali IoT, smart mobility, tutela della privacy, nuovi servizi e paradigmi di comunicazione; le attività si sono svolte all'interno del JOL;
- gli oltre 30 enti di standardizzazione e gruppi di discussione a livello nazionale e internazionale, e gli organismi internazionali di ricerca e sviluppo (tra cui NGMN, Open Networking Forum, 3GPP, ETSI, IEC, CENELEC, TM Forum, BBF, ITU) a cui TIM continua a partecipare attivamente;
- i Ministeri (Ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca), l'Unione Europea e gli Enti Pubblici (per es. CNR e Amministrazioni locali) per la realizzazione di progetti finanziati, tramite la partecipazione ai bandi di gara, e di iniziative in partnership;
- le organizzazioni non governative, le associazioni, le alleanze e i forum di settore (ad esempio GSMA, m-health) che riuniscono tutti gli attori della catena del valore dello specifico mercato.

Questo modello di gestione dell'innovazione ha permesso a TIM di conseguire nel 2016 il



prestigioso Premio Nazionale dell'Innovazione, istituito dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri ed attribuito da Confindustria, che ha voluto premiare: la capacità di innovare con qualità il proprio portafoglio di soluzioni e di servizi, il processo strutturato ed efficace di gestione dell'innovazione, la cultura aziendale orientata all'innovazione e infine la capacità di trasformare efficacemente progetti di innovazione in servizi a supporto dei cittadini, imprese ed enti.

I TEMI RILEVANTI

L'identificazione dei temi sui quali sviluppare i progetti avviene sulla base del piano tecnologico triennale, il documento di riferimento per il Gruppo che fornisce le linee guida per l'evoluzione di Rete, piattaforme e servizi. Il piano, che viene pubblicato annualmente a valle di un ampio processo di coinvolgimento delle strutture aziendali interessate, individua i principali fattori esogeni (regolamentazione, standard, fornitori, altri operatori di mercato) che possono influenzare le strategie aziendali ed evidenzia le tecnologie emergenti e trasversali ad altri settori di interesse per il Gruppo.

In queste linee guida si inserisce il progetto brevetti, che rappresenta per TIM un'attività continuativa che si articola in numerosi processi, che coinvolgono diverse funzioni aziendali, volti a promuovere, sostenere e valorizzare l'attività di brevettazione in Azienda e, grazie alla collaborazione con le università, più in generale in Italia.

Grazie alle collaborazioni in essere con le università italiane, l'attività di brevettazione da parte del Gruppo aiuta il tasso di innovazione del Paese, contribuendo a "far brevettare" di più gli atenei stessi e rendere maggiormente tangibile i risultati della ricerca del mondo universitario. In questo contesto si inseriscono i Joint Open Lab (JOL). Con il modello di "company on campus" incoraggiano una naturale osmosi tra mondo accademico ed industriale. TIM ha avviato questo innovativo modello di cooperazione, promuovendo la realizzazione di diversi JOL distribuiti sul territorio nazionale e localizzati all'interno di varie università italiane.

In un mondo in cui la tecnologia agevola i contatti con le persone, TIM, attraverso la diffusione della banda larga e dei servizi da questa abilitati, contribuisce al superamento delle barriere socio-culturali che limitano la possibilità di partecipazione alla società dell'informazione e godimento dei benefici.

Con riferimento all'innovazione tecnologica i progetti più degni di nota sono:

- Il supporto al lancio di numerosi servizi LTE Advanced a 225 Mbps, 300 Mbps e la prima sperimentazione "in campo" di servizi LTE Advanced a 500 Mbps, prima in Italia.
- La creazione a Torino del TIM IOT Open Lab, laboratorio distribuito aperto a partner e aziende per lo sviluppo e il testing di soluzioni per il mondo dell'Internet of Things, in particolare con la tecnologia LTE NB IoT che permette, grazie ai bassi costi dei moduli di radio, ai consumi energetici ridotti e all'ottima caratteristica di ricezione del segnale radio, di connettere anche oggetti remoti alimentati a batteria in zone di difficile raggiungibilità, come i contatori del gas o dell'acqua potabile.
- e2Call: le tecnologie di comunicazione mobile a larga banda costituiscono una piattaforma abilitante per nuove funzionalità e servizi per la sicurezza stradale; in questo contesto sono particolarmente rilevanti la comunicazione di informazioni in tempo reale sulla situazione delle strade e le tecniche di localizzazione che permettono di individuare, con estrema precisione, la posizione dei veicoli. Da queste premesse nasce e2Call, con l'obiettivo di ricercare soluzioni innovative a bordo veicolo ed in rete. La responsabilità scientifica dello studio è stata affidata a un gruppo di lavoro congiunto guidato dal Centro Ricerche Fiat e TIMLab di Trento, con il co-finanziamento della Provincia Autonoma di Trento. Il progetto



- si è chiuso il 31 maggio 2016 con un workshop di presentazione dei risultati tenutosi al Palazzo della Regione Trentino-Alto Adige a Trento.
- **TIM Personal:** il Gruppo vuole avere un ruolo sempre più importante nella “trusted digital life” dei clienti, ossia quei servizi sensibili per il cittadino (quali trasporti, ticketing, pagamenti) per i quali è importante avere un robusto meccanismo di identificazione dell’utente. Il servizio TIM Personal unisce la solidità di un meccanismo di autenticazione digitale basato sul terminale mobile e sulla SIM (Digital Identity) alla possibilità di pagamenti sicuri, il tutto tramite un’unica app.
 - **TIM Market Place e TIM Open:** le cosiddette “Network API”, che permettono l’interoperabilità tra moduli e piattaforme, consentono di aprire la rete intelligente verso applicazioni di provider esterni. Il TIM Market Place è lo strumento che, attraverso un approccio cooperativo con questi ultimi, combina l’intelligenza e le funzionalità della rete con servizi/contenuti esterni, e fa quindi parte del percorso di trasformazione del Gruppo verso una Platform Company, che si basa su un nuovo modello di “shared business”. TIM Market Place ha permesso lo sviluppo dei servizi commerciali TIM Open.
 - **TIM City forecast:** i terminali mobili, data la loro pervasività, possono essere equiparati ad una rete capillare di sensori in grado di fornire in tempo reale dati accurati sulla distribuzione della popolazione sul territorio e sui suoi spostamenti (Mobility Pattern). I Mobility Pattern abilitano applicazioni legate al monitoraggio e alla gestione del territorio, dei servizi ad esso correlati e delle infrastrutture di mobilità, il tutto nel rispetto della normativa sulla privacy tramite un’opportuna elaborazione anonima e aggregata dei dati. Ad esempio il servizio City forecast predice in tempo reale la distribuzione delle persone (per unità di area) sul territorio anche in presenza di eventi particolari, permettendo, per esempio, di quantificare la presenza di turisti. Le soluzioni sviluppate nel progetto TIM City forecast sono utilizzate dall’Agenzia Servizi per la Mobilità, società di Roma Capitale, come strumento di analisi per il monitoraggio della presenza e della mobilità della popolazione e dei visitatori, italiani e stranieri, in particolare nelle aree di interesse religioso e turistico, anche in relazione al Giubileo.

COLLABORAZIONI CON PLAYER ESTERNI

Un discorso a parte meritano le collaborazioni con player esterni, che rappresentano una modalità di sviluppo del business basato sulla valorizzazione degli asset propri del Gruppo.

In tale contesto, il Gruppo presidia i differenti filoni dei servizi digitali, tra cui:

- **Cognitive Computing:** è stato siglato un importante accordo di collaborazione con IBM, che mette a disposizione del Gruppo la piattaforma di *cognitive computing* denominata IBM Watson. Il *cognitive computing* è la branca dell’informatica che si propone di dotare le macchine di capacità di ragionamento e di interazione con gli esseri umani in maniera naturale. Watson è la tecnologia leader in questo settore ed è attualmente impiegata negli USA nell’analisi della diagnostica per immagini, oltre che per la realizzazione di agenti automatici, i cosiddetti *chatbot*, in grado di dialogare con i clienti in contesti di caring su argomenti che il sistema ha “appreso” in precedenza. I sistemi di *cognitive computing* imparano dalla lettura di documenti e dall’interazione con gli esseri umani e con l’ambiente. D’intesa con le direzioni Customer Care e Open Access del Gruppo si sta analizzando come mettere il *cognitive computing* a servizio dei processi di assistenza tecnica e di caring commerciale dei clienti. I progetti operativi hanno l’obiettivo di realizzare due *chatbot* che guidino i clienti alla risoluzione di problemi tecnici legati alla fibra, in un

¹ API è l’acronimo di Application Programming Interface, traducibile in italiano con “interfaccia di programmazione di un’applicazione”.



caso, e alla risposta più adeguata a quesiti sulle offerte mobili, nell'altro.

- e-Commerce: in partnership con Amazon, è stato sviluppato un modello di business innovativo che valorizza l'asset *proximity*, inteso come capacità di "raggiungere" il cliente. In questo caso, la collaborazione è basata su una remunerazione condivisa con il partner, motivo per cui si considera questa partnership un esempio importante di ingresso del Gruppo nella value chain di una OTT¹.
- Partecipazione al progetto "The Next Nest"²: il Gruppo ha ideato con gli autori la componente interattiva dell'opera, realizzando un'astrazione digitale della tela di Daniele Galliano, esposta presso la mostra "The Next Nest" aperta da aprile a settembre 2016 nell'ambito della XXI Esposizione Internazionale della Triennale di Milano, che consente ai visitatori di interagire in modo gestuale creando nuove versioni digitali dell'opera, uniche e irripetibili, scaricabili successivamente dal sito dell'installazione. Il modo in cui i visitatori interagiscono con l'opera ha forti profili di affinità con le modalità con cui, tramite i servizi di telecomunicazioni, il Gruppo aiuta le persone a vivere e condividere il sociale, la casa e la città, rendendo l'interazione naturale e facile e contribuendo a migliorare la qualità della vita domestica, sociale e urbana.
- Big Data: in questo percorso di Open Innovation ed Evoluzione, imparare a raccogliere e analizzare efficacemente le enormi quantità di dati sia strutturati che destrutturati, creati dai propri sistemi aziendali o disponibili da altre fonti esterne, è diventato fondamentale per migliorare costantemente la qualità dei servizi e/o anticipare le esigenze della domanda. Perché la gestione dei dati abbia un'influenza positiva e permetta di estrarne valore, è necessario un percorso di trasformazione radicale non solo tecnologico ma soprattutto organizzativo, di processo e anche culturale e di talenti. In questa logica il Gruppo ha quindi avviato un percorso evolutivo fondato su diversi "cantieri" progettuali. All'interno di questi cantieri sono state avviate diverse iniziative già nel corso del 2015 e completate nel 2016 con lo sviluppo delle prime applicazioni "interne" (volte a migliorare la "customer experience"), il lancio dei primi servizi per il mercato business su dati anonimi, l'avvio del Competence Center TIM che avrà l'obiettivo di formare le competenze interne e fare scouting e la ricerca di nuove applicazioni e tecnologie Big Data lavorando in logica open con i principali player dell'industry. Inoltre, nel 2016, sono state avviate ulteriori iniziative volte in particolare ad aggregare soggetti di industry diverse e gestori di grandi quantità di dati per costruire modelli di data partnership con l'obiettivo di sviluppare applicazioni innovative rivolte sia alle città digitali (progetto Living Lab con il Comune di Torino) sia per creare servizi innovativi a supporto delle imprese private in campi diversi (ad esempio dal mondo assicurativo a quello della Connected Car).

SMART SERVICES

[G4-EC7], [G4-EC8] Nell'ambito dei servizi indirizzati al settore pubblico, in conformità all'ADI (Agenda Digitale Italiana) e alle Direttive europee, nel 2016 TIM ha consolidato e razionalizzato l'offerta degli Smart Services (famiglia di servizi che cura l'efficienza energetica e i servizi digitali della città), dell'Urban Security (i nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente, alla gestione ottimale dell'energia) e della Scuola Digitale. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligente" (Smart City) per il miglioramento della qualità della vita attraverso

¹ Acronimo di Over The Top – L'AGCOM le definisce come imprese che forniscono, attraverso la rete Internet, servizi, contenuti (soprattutto video) e applicazioni di tipo "rich media" (per esempio, le pubblicità che appaiono "sopra" la pagina di un sito web mentre lo si visita e che dopo una durata prefissata scompaiono). Le OTT traggono ricavo, in prevalenza, dalla vendita di contenuti e servizi agli utenti finali o di spazi pubblicitari. Essendo prive di una propria infrastruttura, agiscono al di sopra delle reti, da cui il termine over-the-top.

² www.nest.city



lo sviluppo di servizi digitali innovativi che traghettino i Comuni verso un modello di Smart Community (come indicato dall'Agenda Digitale), in grado di abilitare nuove forme di collaborazione tra cittadini e amministratori pubblici.

Per quanto attiene l'innovazione di business TIM punta ad integrare la propria offerta di connettività con nuovi servizi innovativi che soddisfino i nuovi bisogni digitali del cliente.

LIGHTING SUITE	SMART BUILDING	NUVOLA IT ENERGREEN	NUVOLA IT URBAN SECURITY	NUVOLA IT SCUOLA DIGITALE
<p>Gestione integrata delle reti infrastrutturali del territorio e costruzione degli ambienti Smart City.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ pianificazione dei consumi di energia elettrica e manutenzione; il risparmio energetico è stimabile in un range tra il 15% (illuminazione prodotta con lampade ad alta efficienza, p.e. a LED) ed oltre il 30% nel caso di illuminazione prodotta attraverso lampade di vecchio tipo (p.e. a vapori di sodio o incandescenza). ▪ A questi valori va aggiunta la possibilità di modulare l'illuminazione accendendo e/o riducendo l'intensità luminosa del singolo lampione; ▪ videosorveglianza; ▪ comunicazione digitale con i cittadini e i fruitori in genere (es. i turisti); ▪ hot spot Wi-Fi (accesso alla banda larga). 	<p>Gestione intelligente e automazione degli edifici grazie a soluzioni ad hoc implementabili su progetto tramite le componenti delle offerte Lighting Suite e Nuvola It Energreen.</p> <p>Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10%, in relazione alla sola implementazione di funzionalità di Metering & Reporting, per arrivare oltre il 50% per specifici progetti di efficientamento</p>	<p>Gestione remota dei consumi energetici, implementato su asset e servizi di TIM e finalizzata al risparmio energetico.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ audit energetico on site (analisi on site per l'efficienza energetica); ▪ Metering & Reporting; ▪ Efficiency strategy (reportistica avanzata e servizi di consulenza di Energy Management); ▪ Energy Cost Management Services; ▪ Special Project: interventi ad hoc di efficientamento. 	<p>Gestione della sicurezza partecipata e controllo del territorio urbano.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ gestione informatizzata del processo di attività sanzionatoria relativa al Codice della Strada (CdS) ed Extra CdS per la Pubblica Amministrazione Locale; ▪ gestione partecipata delle problematiche urbane, con segnalazione dei fenomeni di sicurezza, inciviltà e degrado urbano; ▪ monitoraggio territoriale ed ambientale in tempo reale, rivolto al contesto urbano e naturale delle città (umidità, temperatura, inquinamento acustico, CO2, gas inquinanti, ecc.); ▪ monitoraggio dell'occupazione dei parcheggi su suolo pubblico. 	<p>Gestione digitale integrata della didattica e dell'amministrazione della scuola. L'offerta è configurabile secondo le esigenze degli istituti scolastici e comprende una gamma di servizi integrati ma modulari, accessibili attraverso un unico portale vetrina.</p> <p>Servizi abilitati:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ infrastruttura abilitante (connettività fissa internet, Wi-Fi & security); ▪ servizi gestionali per la scuola (gestione amministrativa, Registro Elettronico cloud); ▪ servizi di didattica digitale (applicativo integrato con store e-book scolastici); ▪ device (per user e per classe).

INFOMOBILITÀ E SMART CITY

I sistemi di infomobilità, utilizzando informazioni ottenute da terminali mobili, permettono di ottimizzare i flussi di traffico riducendo i tempi di percorrenza e le emissioni di gas serra.

URBeLOG

E' un progetto finanziato dal MIUR (Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca scientifica), nell'ambito del tema "Smart Cities", al quale partecipano Iveco, TIM, TNT e l'Associazione Temporanea d'Impresa (ATI) composta da FIT, Italdada e TEMA, Politecnico di Torino, Università Commerciale Bocconi e Scuola Superiore Sant'Anna. L'oggetto è la distribuzione delle merci sull' "ultimo miglio" e ha l'obiettivo di proporre nuove metodologie di processo



è un ambiente ICT di riferimento aperto ed integrato che consenta a tutti gli stakeholder di interagire in modo efficiente, minimizzando l'impatto ambientale. TIM sta contribuendo allo sviluppo di una piattaforma multi-sided di tipo aperto e cooperativo e di uno strato innovativo di middleware in grado di gestire tutte le informazioni disponibili provenienti da varie sorgenti (dispositivi in campo, veicoli, sistemi di fleet management, sistemi legacy di gestione del traffico, ecc.). Le soluzioni di URBeLOG saranno testate nell'ambito di due field trial nei comuni di Milano e Torino.

Pilota nazionale eCall - progetto I_HeERO

Il servizio pubblico per la chiamata di emergenza veicolare al numero unico di emergenza E112 (eCall) diventerà operativo in tutti gli Stati membri dell'Unione Europea per tutti i nuovi modelli delle automobili registrate e prodotte da marzo 2018; in sede di produzione, le automobili dovranno essere dotate di un modem di rete mobile in grado di comporre automaticamente la chiamata di emergenza in caso di incidente. Tutti gli operatori di rete mobile dovranno aggiornare le proprie reti al fine di elaborare correttamente e instradare l'eCall in entrata al primo livello PSAP (Public Safety Answering Point) individuato a livello nazionale. TIM ha già sostenuto la prima fase pilota con i test pre-operativi e il dispiegamento del primo eCall nazionale PSAP, entrambi a Varese. La seconda fase del progetto pilota (2016-2017) coinvolge la zona di Trento e sarà l'ultimo passo prima del pieno dispiegamento. Le fasi pilota sono cofinanziate dal progetto europeo I_HeERO.

Open Air Lab (OAL): lo smart city lab di TIM per una città più sostenibile

L'Open Air Lab è a Torino, in TiLab, e rappresenta gli aspetti di un modello di città intelligente, la Smart City, e le trasformazioni che le aziende del settore ICT e la dimensione *always connected* definiranno per gli scenari urbani dei prossimi anni. Presso l'OAL sono illustrati i vari modelli, come la smart mobility, la sosta intelligente, la gestione efficiente dei rifiuti e del verde pubblico, la robotica di servizio, la sicurezza urbana, la gestione della rete di illuminazione pubblica, lo smart metering (reti distributive del gas, luce e acqua), i servizi dell'isola digitale (con prestito libri e distribuzione cibi e bevande), il totem per la telefonia pubblica.

Inoltre, in un'area giardino ci sono oggetti dotati di sensori per la rilevazione e la trasmissione dei dati, come:

- la panchina intelligente per favorire l'aggregazione sociale, la quale fornisce la connettività, riproduce i giochi di luce e la musica on line, rileva i parametri dell'aria (pressione atmosferica, indice inquinamento, temperatura, umidità, luminosità);
- la control room dove, su una piattaforma IoT-TiLab, si raccolgono e memorizzano i dati rilevati dalla sensoristica diffusa, che fornisce i servizi innovativi;
- la piccola serra con sensori meteo e ambientali per attivare da remoto, e in funzione anche delle condizioni meteo, le fonti di luce/calore o pompe per innaffiatura;
- la cupolina, contenitore di rifiuti urbani con sensoristica, per tracciare e migliorare l'efficienza della raccolta differenziata;
- la pensilina bus con sensori di traffico e ambientali;
- i lampioni con accensione e luminosità regolabile in remoto;
- i sensori di rumore e inquinamento ambientale,
- i contatori gas e acqua per fornire ai clienti un servizio con più informazione ed efficienza.

Nelle visite all'OAL, l'attenzione è sugli scenari tecnologici dell'Internet of Things, che caratterizzeranno l'innovazione dei prossimi decenni; si tratta di un'evoluzione dell'uso della rete, in quanto gli oggetti si rendono riconoscibili e acquisiscono 'intelligenza' comunicando i dati raccolti su se stessi e nell'ambiente. Gli analisti ritengono che nei prossimi anni si vivrà in un mondo dove



saranno decine di miliardi gli oggetti connessi tra loro. La società Gartner considera che gli oggetti connessi direttamente tra loro e attraverso le reti mobili (4G, 5G e le future evoluzioni) aumentino con un tasso di crescita di 5,5 milioni giornaliero, per arrivare a oltre 20 miliardi nel 2020.

SERVIZI INNOVATIVI NELL'E-HEALTH

TIM, anche insieme a partner esterni, è attiva nella definizione e nello sviluppo di soluzioni complete per i servizi sanitari a livello nazionale, regionale e locale. I servizi, orientati al miglioramento della sanità italiana e della qualità ed efficacia delle cure sanitarie, offrono la possibilità di svolgere numerose attività da remoto a medici, infermieri e pazienti.

Tra le principali applicazioni di sanità elettronica disponibili o in fase di sviluppo, si evidenziano:

- i prodotti e i servizi a valore, rivolti alla medicina generale, per abilitare i nuovi modelli di cure primarie e l'offerta di servizi proattivi di medicina (es. campagne di screening della popolazione gestite dai medici di base);
- l'archiviazione legale in rete d'immagini diagnostiche digitali, con la garanzia dell'autenticità e integrità dei documenti;
- la gestione sia dei processi sanitari, amministrativi, logistici, sia delle informazioni sanitarie di un paziente per tutta la sua degenza;
- la gestione e il coordinamento delle centrali operative dedicate all'emergenza sanitaria (118) e alla continuità assistenziale;
- il telemonitoraggio sanitario (Nuvola IT Home Doctor).

Tutte le soluzioni rispettano i requisiti di privacy dei dati e sicurezza delle transazioni, richiesti dai processi sanitari.

Nuvola IT Home Doctor

Permette ai pazienti affetti da patologie croniche, o in deospedalizzazione protetta, di effettuare il monitoraggio dei parametri fisiologici (peso corporeo, pressione arteriosa, frequenza cardiaca, saturazione dell'ossigeno ematico, glicemia, spirometria, elettrocardiogramma, attività motorie, ecc.) direttamente dalla propria abitazione o in strutture appositamente attrezzate (ambulatori, studi medici, ecc.). Il sistema è composto da una piattaforma tecnologica e software configurati sul cellulare (in alternativa su pc o tablet) del paziente e sul pc del personale sanitario. I pazienti, in base ai piani stabiliti dal medico, ricevono i messaggi di promemoria delle misurazioni da effettuare sul proprio cellulare, le rilevano con apparati elettromedicali portatili dotati di interfaccia bluetooth e le comunicano alla piattaforma di rete in modo automatico attraverso il telefonino.

Il servizio presenta benefici in termini di miglioramento della qualità della vita dei pazienti e ottimizzazione dei costi della struttura sanitaria.

Fisio@Home

Si tratta di un servizio sperimentale di teleriabilitazione motoria, che consente al personale medico di monitorare da remoto le condizioni di pazienti con problemi ortopedici. Il prototipo, sperimentato presso l'Azienda Sanitaria Locale di Viareggio, è stato sviluppato per la riabilitazione del ginocchio e l'applicazione può essere utilizzata per altre patologie. Il sistema consente ai medici di valutare l'aderenza al programma del lavoro definito e la correttezza degli esercizi eseguiti.

I dati del movimento sono raccolti mediante sensori indossati dal paziente che misurano l'accelerazione, la velocità angolare e il campo magnetico lungo gli assi di riferimento. I dati sono inviati a un tablet via bluetooth, dove un'applicazione li elabora in tempo reale per



estrarre le informazioni utili alla definizione dei movimenti e li memorizza.

I sensori, realizzati dalla Scuola Superiore Sant'Anna, sono già ingegnerizzati e pronti al deployment su larga scala.

Cassiel 2.0

Il servizio fornisce assistenza da remoto agli anziani, sia monitorandoli sia ricevendo segnali d'allarme in caso di emergenza. I sensori, collocati all'interno dell'abitazione, elaborano i dati raccolti per effettuare le analisi comportamentali, nell'ottica del miglioramento della qualità della vita. La soluzione completa comprende il servizio di promemoria, chiamato RicordaMI, per monitorare le terapie ed assicurarne il completamento. Attraverso il coinvolgimento di tre farmacie di Federfarma Pisa, nella fornitura dei requisiti e nell'impostazione della posologia per ogni paziente, e Farmadati, per la fornitura del database dei farmaci, il sistema è stato sperimentato con successo nella provincia di Pisa, raccogliendo preziosi dati per il miglioramento della soluzione. Con l'adozione di un'applicazione per tablet semplificata, il sistema è usabile anche da persone con lievi deficit cognitivi.

Il servizio consente anche il monitoraggio della salute dell'apparato cardiovascolare, che ha elevate probabilità di essere meno sano nell'anziano, con metodologie non invasive (pressione, peso e attività fisica) basandosi su modelli statistici accettati dalla comunità scientifica (Framingham risk score).

I caregiver formali e informali possono controllare lo stato di salute dei loro cari su un apposito sito.

Tele-monitoraggio malattia di Parkinson

Nell'ambito dello sviluppo del sistema di tele-monitoraggio dei pazienti affetti dal morbo di Parkinson, TIM ha depositato due domande di brevetto, riguardanti gli arti superiori e quelli inferiori. Sulla base dei dati raccolti nei trial, sono state applicate le tecniche di machine learning al fine di sviluppare un algoritmo della valutazione automatica UPDRS2, per emulare il risultato fornito dal neurologo secondo questa scala standardizzata.

WebSensor è un prototipo per il monitoraggio da remoto dei progressi della malattia di Parkinson, sviluppato con il supporto di neurologi. Un set di sensori, indossabili sul corpo, monitora gli esercizi eseguiti dal paziente ed invia i dati ad una piattaforma che li elabora e fornisce i parametri utili per la valutazione dello stato della malattia. I sensori sulla mano, spesso scomodi da indossare, sono stati sostituiti da un'apposita telecamera stereoscopica (Leap Motion), che inquadra la mano ed estrae automaticamente la posizione esatta delle dita nello spazio. In collaborazione con la Onlus Neurocare di Cascina (Pisa) sono stati acquisiti dati da oltre 15 malati di Parkinson e altrettanti anziani sani (controlli); questi dati hanno consentito di validare l'uso del sensore Leap Motion per identificare e misurare il grado di avanzamento della malattia.

PAPI

E' un prototipo sperimentato su 30 soggetti ultrasessantacinquenni, affetti da lieve deficit delle funzioni cognitive, per la loro riabilitazione da remoto. Il sistema fornisce un kit di giochi interattivi per tablet Android, progettati con i neuropsicologi, al fine di stimolare le diverse funzioni cognitive del paziente. I giochi, sperimentati in collaborazione con la NeuroCare di Cascina (Pisa) e il living lab di TrentoRise a Trento, comunicano con un server remoto sia per inviare i dati delle prestazioni del paziente sia per scaricare le configurazioni degli stessi. La sperimentazione ha consentito sia di migliorare i giochi, rendendoli più interessanti agli utilizzatori, sia d'integrarli con altri giochi realizzati da terzi (che coinvolgono il resto della famiglia), in una sorta di gioco a premi che ne stimola l'uso (progetto GameBus).



RICERCA E INNOVAZIONE NELLA E-SECURITY

TIM è impegnata sia nelle attività di ricerca sia nell'innovazione che riguardano la cyber security e, più in generale, la sicurezza delle informazioni e delle reti.

Tra le attività realizzate nel corso del 2016 sono da evidenziare:

- la definizione e lo sviluppo di prototipi di abilitatori innovativi per la sicurezza e la privacy delle future reti 5G, nell'ambito della partecipazione al consorzio 5G-ENSURE (5G Enablers for Network and System Security and Resilience) finanziato dall'UE con il programma H2020. Obiettivo del consorzio è studiare, definire e sperimentare le misure di sicurezza e resilienza delle future reti 5G per una 5G Security Architecture;
- l'integrazione, ai fini sperimentali, di un sistema di analisi della sicurezza delle mobile app Android, nell'ambito di un progetto finanziato dal EIT Digital¹;
- la prosecuzione delle attività per la sicurezza delle mobile app e dei mobile device;
- lo studio e lo sviluppo di nuovi security analytics da utilizzare con gli strumenti di analisi visuale e le piattaforme di big data per security;
- la realizzazione di diverse campagne di scouting e testing su soluzioni di sicurezza innovative;
- la prosecuzione delle attività di presidio ed indirizzo della mobile security con la partecipazione ai lavori del GSMA Fraud and Security Group;
- la collaborazione, in ambito 3GPP² SA³ SECAM³, per la definizione dei requisiti di sicurezza e delle metodologie di test sugli apparati per le reti a standard 3GPP (SECAM) e quelli per la sicurezza delle infrastrutture 5G;
- la prosecuzione della collaborazione, avviata nel 2013, con l'EIT Digital nell'ambito della Action Line su Privacy, Security & Trust;
- la partecipazione ai lavori del neonato ECSO⁴ per indirizzare lo sviluppo di un ecosistema europeo sulla cyber security;
- lo sviluppo, in ambito ETSI⁵, dei lavori del TC CYBER focalizzato sulla cyber security;
- lo studio e lo sviluppo di modelli per la gestione della sicurezza sulle piattaforme telco cloud per servizi informatici e di rete;
- lo sviluppo di IPR⁶.

INIZIATIVE PER LA COLLETTIVITÀ COERENTI CON IL CORE BUSINESS

Di seguito sono riportati alcuni progetti realizzati nel 2016 in risposta ai bisogni della comunità, utilizzando le tecnologie di TIM.

Raccolte fondi

In un contesto nazionale e internazionale in cui si moltiplicano gli scenari di crisi e conflitto, a fronte di un sempre crescente numero di soggetti in stato di necessità ed emergenza, le

¹ European Institute of Innovation and Technology.

² The 3rd Generation Partnership Project.

³ SECurity Assurance Methodology.

⁴ European Cyber Security Organisation.

⁵ European Telecommunications Standards Institute.

⁶ Intellectual Property Rights.



raccolte fondi da privati rappresentano un fattore fondamentale di coesione e vicinanza “tra persone e persone”.

Da oltre un decennio TIM è attore fondamentale nella catena di solidarietà legata a progetti con finalità umanitarie, scientifiche o ambientali che supporta offrendo la possibilità di fare una donazione del valore di 1 o 2 euro mediante l’invio di un SMS e di 2, 5 o 10 euro tramite una telefonata da rete fissa a un numero dedicato. Tra le 100 numerazioni destinate al terzo settore, di cui 2 destinate alle emergenze, 60 sono attualmente configurate e disponibili, in comune con gli altri operatori.

Gli importi raccolti sono devoluti interamente senza alcuna trattenuta, né da parte del fisco, né da parte dell’Azienda per i costi sostenuti.

Nel 2016 sono state attivate 126 campagne (3 emergenze terremoto), 50 con la gestione Dono Per¹ (2 emergenze terremoto) che ha iniziato il proprio mandato il 1 ottobre 2016, e sono stati raccolti circa 27 milioni di euro: circa 9 milioni per le emergenze, circa 10 milioni prima dell’1 ottobre, circa 8 milioni di euro dopo il 1 ottobre 2016.

Innovazione Sociale

Con il termine innovazione sociale si definisce quell’insieme di nuove idee che riescono a rispondere ai bisogni della società in modo più efficace rispetto alle alternative esistenti e che riescono a sviluppare, allo stesso tempo, nuove relazioni o collaborazioni in grado di rafforzarla.

WithYouWeDo (withyouwedo.telecomitalia.com) è la piattaforma di crowdfunding di TIM che promuove e sostiene il finanziamento di progetti digitali da parte di singoli cittadini, imprese, istituzioni del mondo profit e no-profit, negli ambiti dell’innovazione sociale, della cultura digitale e della tutela ambientale. L’Azienda, oltre a mettere a disposizione la piattaforma tecnologica, si impegna a contribuire per il 25% (fino ad un massimo di 10.000 euro) al finanziamento dei progetti pubblicati che raggiungano il proprio obiettivo economico, e garantisce un forte supporto di comunicazione e visibilità, anche attraverso iniziative speciali dedicate. Nel corso del 2016 sono stati raccolti un totale di circa 850.000 euro.

Alla fine di agosto, inoltre, **WithYouWeDo** ha contribuito alla realizzazione di unaiutosubito.org, la piattaforma di crowdfunding dedicata alla raccolta fondi in favore delle vittime del terremoto che ha colpito più volte il Centro Italia. L’iniziativa ha riscosso un enorme successo, raccogliendo oltre 1.300.000 euro e stabilendo così il record mondiale per le raccolte di crowdfunding in favore delle vittime di un terremoto.

TIM ha anche proseguito le proprie attività nella diffusione dell’innovazione tecnologica nelle scuole: come partner di Fondazione Mecenatè partecipa a **‘Programma il Futuro’** per favorire l’introduzione del pensiero computazionale e del coding nelle scuole; l’impegno si declina tramite un sostegno economico, azioni di comunicazione e volontariato d’impresa tramite i propri dipendenti. Nel 2016 TIM ha inoltre lanciato **‘A scuola digitale con TIM’**: è un progetto biennale in collaborazione con il Ministero dell’Istruzione, dell’Università e della Ricerca (MIUR) per avvicinare i docenti all’innovazione digitale, consentendo così nuove opportunità

¹ Nel corso del 2015 è stata costituita “Dono per...”, società consortile a responsabilità limitata, che vede come soci fondatori Telecom Italia, Vodafone Italia e Wind per gestire le iniziative per la raccolta e la distribuzione di fondi a scopo di beneficenza nonché di finanziamenti in favore di partiti o movimenti di natura politica, come previsto dalla nuova normativa. La società, senza fini di lucro, destina eventuali utili di gestione in progetti di carattere sociale. Il nuovo soggetto giuridico garantisce omogeneità e unicità di comportamento alle organizzazioni no-profit, ai partiti politici, alle Istituzioni e ai media. Il Consorzio è aperto all’adesione di altri operatori di telecomunicazioni.



per la didattica come meglio descritto nel capitolo Cultura Digitale del presente rapporto.

Ricerca e sviluppo in Brasile

Negli ultimi tre anni TIM Brasil ha investito oltre 16 miliardi di reais, la maggior parte in infrastrutture innovative. Il piano industriale per il triennio 2017-2019 prevede investimenti per circa 12 miliardi di reais, quasi completamente dedicati allo sviluppo delle reti 3G e 4G del paese, con l'obiettivo di arrivare ad una copertura di oltre il 92% della popolazione urbana entro il 2019.

Presso TIM Brasil l'attività di ricerca e sviluppo è curata dalla funzione Innovation & Technology, che fa capo alla struttura del Chief Technology Officer, composta da 27 persone, tra cui ingegneri in telecomunicazioni, elettrici e elettronici, esperti informatici, e altri tecnici di diversa estrazione, competenze ed esperienze, che coprono tutte le operazioni di rete, perseguono le esigenze innovative e forniscono supporto alle attività di R&S. Le responsabilità principali di questa funzione sono la definizione dell'innovazione tecnologica della rete, le esigenze evolutive per nuove tecnologie, dispositivi e le linee guida architettoniche unitamente allo sviluppo di partnership strategiche, al fine di sfruttare i nuovi modelli di business e garantire l'evoluzione delle infrastrutture di rete in base alla strategia aziendale.

In termini di infrastrutture, un risultato importante è stata la costituzione dell'Innovation Lab, che consiste in un ambiente di prova multifunzionale con sede a Rio de Janeiro, in grado di garantire la valutazione/validazione di tecnologie, prodotti e servizi innovativi, attestandone l'efficienza funzionale e le prestazioni, così come sviluppare nuovi modelli e configurazioni, consolidando il flusso di innovazione. L'Innovation Lab svolge un ruolo strategico nel fornire supporto per la conduzione di Credibility Test, Trials e Proof of Concept per la validazione dei servizi in collaborazione con i principali fornitori di tecnologia e partner, attraverso la condivisione delle conoscenze e dell'infrastruttura tecnologica per i test di interoperabilità, la valutazione delle capacità e la definizione di requisiti tecnici; in sinergia con la funzione R&S, favorisce l'innovazione e la promozione di collaborazioni con università e istituti di ricerca.

Nel corso del 2016 sono stati completati 206 progetti di validazione e innovazione, che tenderanno ad aumentare in considerazione dell'ampia gamma di iniziative di innovazione e ricerca e sviluppo in corso. In questo senso l'ultimo piano tecnologico approvato (2017-2019), prevede investimenti superiori a 24 milioni di reais in questo progetto, che comprende anche la costruzione di un nuovo Centro di innovazione (presso il complesso Corporate Executive Offices) in Barra da Tijuca, nello stato di Rio de Janeiro, un edificio con una superficie di 650 mq in grado di ospitare più di 60 persone. Questa nuova sede, che opererà come punto di riferimento nazionale per le attività di R&S, ospiterà tecnici e ricercatori e servirà come spazio di innovazione aperto per nuove opportunità e lo sviluppo dell'innovazione per il mercato brasiliano delle telecomunicazioni.

La funzione Innovation & Technology ha lavorato su progetti mirati all'evoluzione del business di TIM Brasil attraverso la raccomandazione di piattaforme di rete sostenibili ed efficienti e di modelli "disruptive", anche anticipando la disponibilità di nuovi servizi. I principali sviluppi sono riportati nel seguito.

La riassegnazione dello spettro 1.800 MHz dal 2G al 4G sta portando tre importanti vantaggi competitivi per TIM Brasil:

- 1) riduzione dei costi per il deployment LTE;
- 2) aumento dell'area di copertura LTE;



3) miglioramento della copertura indoor.

Oltre all'espansione della copertura, l'uso della banda 1.800 MHz può aumentare la capacità nelle città già coperte con la banda LTE a 2,6 GHz con basso costo aggiuntivo. Un'altra considerazione importante in questo scenario è che il 70% dei terminali LTE attuali sono già compatibili con le bande 1.800 MHz e 2.600 MHz, quindi l'implementazione dell'LTE 1.800 MHz beneficia della diffusione dei dispositivi.

Il deployment del layer LTE a 700 MHz porterà un'espansione significativa della copertura e della penetrazione indoor, promuovendo la presenza dell'LTE sul territorio nazionale e consolidando la leadership di TIM Brasil nell'LTE. Il rollout effettivo seguirà le regole dettate dalla EAD (Entidade Administradora de Processo de Redistribuição e Digitalização de Canais de TV e RTV) al fine di gestire la pulizia dello spettro ed evitare problemi di interferenze con il servizio di trasmissione della TV analogica. 64% dei dispositivi utilizzati dagli attuali utilizzatori dei servizi di TIM Brasil è abilitato alla banda 700 MHz. A giugno 2016 TIM Brasil ha attivato la sua prima rete LTE commerciale a 700 MHz nella città di Rio Verde, che la posiziona fra i primi operatori brasiliani ad esplorare questa banda di frequenza.

Nell'ambito dell'IP Multimedia Network Evolution, grazie ai test condotti in passato presso l'Innovation Lab per la valutazione dell'IMS (IP Multimedia Subsystem, soluzioni focalizzate su prove funzionali, analisi delle specifiche e interoperabilità con i cosiddetti "legacy system"), TIM Brasil è stata in grado, nel 2016, di predisporre l'infrastruttura funzionale a fornire servizi come Voice over LTE (VoLTE)¹ e Wi-Fi Calling, che permettono di instaurare chiamate senza necessità di passare attraverso linee commutate, approfittando anche della presenza estremamente diffusa delle connessioni Wi-Fi.

Per quanto riguarda Network Functions Virtualization (NFV)² e Software Defined Networks (SDN)³ sono state lanciate alcune iniziative come la creazione del "TIM Brasil NFV Program" sviluppato attraverso quattro gruppi di lavoro (costituiti sulla base dei domini logici e delle competenze della NFV) che hanno il mandato di definire requisiti tecnici, planimetrie infrastrutturali, roadmap delle funzioni di rete virtualizzate, specifiche di tipo "open lab" e architetture di riferimento conformi allo standard ETSI sulle NFV. In questo contesto la prima "Virtual Network Function" resa disponibile è stata la "messaging/VAS Consolidation" seguita da IMS e dalla piattaforma per i servizi di roaming sviluppati seguendo l'approccio NFV. Altre funzioni virtuali, come PCRF (Policy and Charging Rules Function)⁴. Sono anche oggetto di studi preliminari approcci diversi al Software Defined Networking mirati alla creazione e alla piena orchestrazione dell'ambiente Cloud. I driver principali che spingono l'adozione di questi approcci di rete innovativi sono la riduzione di capex/opex, un più rapido time to market, ottimizzazione e spinta all'innovazione.

Nei prossimi anni le reti mobili dovranno gestire una sempre maggiore mole di traffico dovuta in particolare alla fruizione di contenuti video. Al fine di ottimizzare l'utilizzo delle risorse

¹ VoLTE è una tecnologia che consente di instaurare chiamate vocali su rete LTE (4G), basandosi sul modello architetturale IP Multimedia Subsystem (IMS). Le chiamate risultano qualitativamente migliori rispetto al passato anche grazie al più ampio spettro di banda che viene riservato alle conversazioni.

² La NFV approfitta delle tecnologie di virtualizzazione tipiche del mondo IT, in modo da consentire la condivisione dello stesso hardware da parte di più applicazioni di rete e, assicurare una maggior flessibilità operativa attraverso l'utilizzo di strumenti di automazione per la gestione del ciclo di vita delle infrastrutture e dei servizi.

³ Il Software Defined Networking è una tecnica che permette di trasformare le reti tradizionali in piattaforme flessibili e intelligenti per rispondere in tempo reale alle esigenze di larghezza di banda e alla natura dinamica delle moderne applicazioni.

⁴ Per PCRF si intende il nodo software a cui viene delegata in tempo reale la determinazione delle regole di policy in ambiente di rete multimediale.



di rete TIM Brasil ha cominciato a investigare la tecnologia LTE broadcast¹ che permette la trasmissione video in modo estremamente efficiente. TIM Brasil ha già implementato una trasmissione video attraverso la rete mobile LTE in partnership con Ericsson, Samsung e Qualcomm e con i principali network televisivi brasiliani.

L'espansione del "RAN sharing 4G"², in partnership con altri operatori mobili brasiliani, mira a definire requisiti architetture, assunzioni tecniche e specifiche per la soluzione di "RAN sharing" ottimizzando le risorse di rete e i costi. TIM valuta le soluzioni di RAN sharing dal 2007. Un'altra motivazione forte è rappresentata dalla necessità di estendere la copertura radio a 2,6 GHz a molte città in tempi rapidi, che richiede l'attivazione di molti siti nel rispetto degli obblighi regolatori. Inizialmente sono stati condotti test in ambiente controllato presso l'Innovation Lab e successivamente è stato lanciato un progetto pilota per valutare altre problematiche tecniche.

Sono in corso test per l'attivazione di soluzioni di risparmio ed efficienza energetica, che riguardano soprattutto i periodi di basso traffico, per i layer di accesso 2G, 3G e 4G. I risparmi di energia possono arrivare fino al 10% per sito, in funzione della tecnologia di accesso e delle condizioni di copertura.

¹ E' un'evoluzione del 4G che abilita la "mobile TV" di nuova generazione. La nuova tecnologia rende fruibili video e contenuti multimediali ad alta definizione e permette, con un solo flusso di dati, di erogare un contenuto multimediale a un numero potenzialmente illimitato di utenti mobili.

² Condivisione della rete di accesso radio (RAN - Radio Access Network) 4G.



LA SOSTENIBILITÀ LUNGO LA CATENA DI FORNITURA

Il digitale rappresenta il nuovo fattore di progresso collettivo e offre nuove opportunità che hanno impatti sull'economia e la società con diverse modalità. I fornitori hanno un'influenza diretta sulle comunità e nelle aree all'interno delle quali svolgono le proprie attività e, non ultimo, deve essere considerato il coinvolgimento delle organizzazioni che vigilano sugli aspetti ambientali e sociali a queste collegati.

Il processo di acquisto adottato dal Gruppo TIM si basa sul confronto competitivo delle caratteristiche tecniche ed economiche delle offerte che vengono presentate da fornitori selezionati, basato su procedure aziendali improntate all'eticità negoziale.

La selezione dei fornitori del Gruppo TIM avviene attraverso una qualificazione pre-contrattuale mirata alla valutazione delle loro caratteristiche economico-finanziarie e tecnico organizzative. Se il risultato di questa valutazione - che comprende anche accertamenti sull'etica del business e sul rispetto dei diritti umani, dei diritti dei lavoratori e dell'ambiente - è positivo, i fornitori vengono iscritti all'Anagrafica Fornitori di Gruppo (Anagrafica).

Prodotti e servizi vengono acquistati alle migliori condizioni di mercato, e devono soddisfare specifici requisiti di funzionalità, qualità, sicurezza e rispetto dell'ambiente, in piena conformità con leggi e normative vigenti.

[G4-HR1a] In tutti i contratti stipulati è presente una specifica clausola che impone l'accettazione, da parte del fornitore, dei principi espressi nel Codice Etico e di Condotta del Gruppo ¹.

[G4-HR1a], [G4-HR1b] Per quel che riguarda le operazioni domestiche, i fornitori italiani in anagrafica con valore di ordinato non irrisorio (la soglia è di 3.000 euro cumulati annui), ricevono² uno screening iniziale relativo al rispetto dei principi del Codice Etico e sono soggetti a verifiche periodiche. Le azioni che TIM mette in atto per le verifiche sui fornitori variano a seconda della rischiosità del fornitore e dell'importo dell'acquisto: si passa da questionari semplici a questionari complessi e da verifiche di carattere documentale a verifiche presso le sedi dei fornitori e a audit specifici su tematiche di sostenibilità.

[G4-HR10] In particolare, nel 2016 il 100% dei nuovi fornitori iscritti in Anagrafica ha sottoscritto uno specifico questionario in cui si impegna per sé e per gli eventuali subappaltatori

¹ **[G4-DMA Investment]** Il Codice Etico di Gruppo (CE) recita: "Il rispetto del Codice deve essere garantito anche dai collaboratori esterni e, là dove previsto dal sistema procedurale aziendale, dai terzi in rapporti d'affari con il Gruppo". In particolare, le procedure interne richiedono che i fornitori accettino i principi espressi dal CE, e che i contratti per raggruppamenti temporanei di impresa o partecipazioni societarie contengano clausole di salvaguardia del Modello Organizzativo 231 (che si fonda sul CE). Il Global Compact dell'Onu è, sul tema dei diritti umani, il riferimento del CE di Gruppo, che recita: "TIM ha aderito al Global Compact promosso dall'Organizzazione per le Nazioni Unite in materia di diritti umani, standard di lavoro, tutela dell'ambiente e lotta alla corruzione, e assicura piena attuazione a tale impegno istituzionale mediante la realizzazione di puntuali iniziative su tematiche di carattere ambientale e sociale". Inoltre, il CE contiene clausole specifiche sul divieto di discriminazione, intimidazione, corruzione e tutela della salute e sicurezza. Inoltre la policy di Gruppo sul rispetto dei Diritti Umani specifica che "i Diritti Umani fondamentali (ad es., orario di lavoro, retribuzioni eque, età minima per l'ingresso nel mondo del lavoro, condizioni del posto di lavoro, accessibilità alle persone diversamente abili, tutela della maternità, divieto di molestie, lavoro forzato/obbligatorio/vincolato)" e "i diritti riguardanti la salute e la sicurezza (consideriamo che l'elevato standard di salute e sicurezza sia una pietra miliare del nostro successo e il nostro obiettivo è ridurre al minimo gli infortuni e le malattie professionali)" devono essere garantiti sia alle persone del Gruppo sia alle risorse umane dei fornitori.

² Escluse le Pubbliche Amministrazioni.



autorizzati, collaboratori e dipendenti, ad osservare i principi comportamentali del Codice Etico e di Condotta del Gruppo¹.

Nel corso della fornitura le aziende iscritte che abbiano ricevuto ordini di acquisto sono di norma sottoposte ai controlli della qualità entrante (vincolante ai fini dell'accettazione e utilizzo del bene acquistato) e del vendor rating. Vengono inoltre effettuate verifiche ambientali e sociali².

Le strutture di acquisto sono focalizzate su comparti specifici in modo da fornire risposte puntuali alle esigenze espresse dai clienti interni e dagli stakeholder. Tali aspettative vengono costantemente monitorate tramite sondaggi di verifica della qualità dei servizi erogati che coinvolgono sia i clienti interni sia i fornitori (cfr. paragrafo *Iniziativa di coinvolgimento*).

[G4-12] Gli acquisti di TIM avvengono principalmente nelle due aree geografiche dove hanno sede le maggiori operazioni del Gruppo: Italia e Brasile, e sono diretti per lo più verso le seguenti categorie di prodotti/servizi:

- Reti di telecomunicazioni
- Prodotti di telecomunicazioni
- Information Technology
- Servizi professionali e tecnici
- Sistemi di alimentazione
- Altro

[G4-12] In totale, i fornitori che nel 2016 hanno avuto ordini di acquisto con il Gruppo, sono stati 5.538 (-16% rispetto al 2015 e -18% rispetto al 2014), di cui 4.125 per la BU Domestic³ (+13% rispetto al 2015 e +18% rispetto al 2014), 1.419 per il Brasile (-24% rispetto al 2015 e -33% rispetto al 2014).

[G4-12] Per alcuni settori, il Gruppo rileva e monitora anche i fornitori in subappalto, in particolare per i lavori di rete; le imprese in subappalto sono state 884 (+8% rispetto al 2015 e +18% rispetto al 2014). In questo settore, dunque, la stima del totale fornitori coinvolti nella catena di fornitura è pari a 910⁴.

[G4-13] Negli ultimi 3 anni non sono avvenuti rilevanti cambiamenti nella struttura della catena di fornitura del Gruppo.

INIZIATIVE DI SOSTENIBILITÀ

Nel 2016 è proseguita l'applicazione del processo che definisce le attività volte al miglioramento della sostenibilità della supply chain. Tali attività coinvolgono le fasi di qualificazione, qualità entrante e vendor rating.

¹ Nel 2016 In Brasile tale percentuale è stata pari al 99%.

² **[G4-DMA]** Supplier Human Rights Assessment] In particolare, sono previste verifiche sulla salute e sicurezza e sull'ambiente, il cui risultato confluisce nel rating del fornitore, a cui è legato il sistema di penalità/incentivazione. **[G4-DMA Employment]** Sono inoltre previste verifiche relative al rispetto della normativa sul lavoro.

³ Per l'anno in corso, nel perimetro dei fornitori della BU Domestic, sono ricompresi anche quelli di Persidera ed Olivetti.

⁴ Nella BU brasiliana allo stato attuale non esiste un monitoraggio sistematico dei fornitori di secondo livello. Sono in corso valutazioni su come effettuare tale monitoraggio per il futuro.



[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment] In particolare, i fornitori sono stati classificati in base ai rischi potenziali legati alla loro performance di sostenibilità, attraverso una specifica metodologia che considera gli aspetti socio-ambientali e di continuità di business connessi ai mercati d'acquisto in cui operano. Per questo, i mercati di acquisto (cioè le categorie di acquisti omogenei tra loro) sono stati classificati in funzione di parametri quali:

- le aree geografiche di riferimento e i rischi ad esse collegati,
- il potenziale impatto sull'ambiente e sulla società delle attività dei fornitori e dei prodotti/servizi forniti lungo il loro intero ciclo di vita, inclusi i rischi relativi alle violazioni dei diritti umani, del lavoro e dell'ambiente,
- l'impatto sulla reputazione di TIM come cliente.

Quindi, è stata realizzata una matrice che, mettendo in relazione la spesa relativa allo specifico mercato d'acquisto con l'indice di rischio calcolato sulla base dei parametri elencati, ha consentito di suddividere i mercati d'acquisto in quattro classi, individuando quelli più critici dal punto di vista della sostenibilità e dell'impatto economico. I fornitori appartenenti alle classi a maggior rischio sono oggetto di audit di sostenibilità, effettuati da personale aziendale o di aziende terze specializzate nel settore. Tali audit saranno ripetuti periodicamente per seguire l'attuazione di eventuali azioni correttive e, in caso di esito positivo, per verificare il mantenimento nel tempo del livello di prestazioni riscontrato. Gli strumenti sviluppati e utilizzati per la BU Domestic sono stati illustrati e trasferiti alla BU Brasile che sta analizzando le modalità di applicazione ai propri fornitori.

[G4-HR4a], [G4-HR5a], [G4-HR5b], [G4-HR6a], [G4-HR11] Sono stati analizzati tutti i fornitori della BU Domestic al fine di valutarne il rischio socio/ambientale¹; nel 2016 quelli a maggior rischio sono stati 48 (+20% rispetto al 2015 e + 17% rispetto al 2014). Sono considerati a maggior rischio sociale 21 mercati d'acquisto² e i fornitori che operano nelle seguenti aree geografiche: Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell'Est.

[G4-HR7] Per i lavoratori degli istituti che forniscono servizi di vigilanza in Italia è prevista l'osservanza del Testo Unico delle Leggi di Pubblica Sicurezza, in particolare l'osservanza dell'articolo 138 comma 2 che prevede i requisiti professionali e di formazione delle guardie giurate. In Brasile, la legge 7102/83 detta le regole relative alla vigilanza privata. Prevede, tra l'altro, che tutti coloro che intendano essere assunti come vigilantes da un'impresa di vigilanza debbano aver preventivamente partecipato a un corso di formazione, effettuato da scuole accreditate dalla Polizia Federale. Dopo l'assunzione, ogni due anni i vigilantes devono seguire un corso di aggiornamento.

[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment] Dal 2014, tutti i fornitori interessati ad un processo di aualificazione (nuovo, di estensione e rinnovo), riguardante icomparti di acquisto a maggior rischio per quanto riguarda la sostenibilità, sono sottoposti adun apposito

¹ **[DMA Freedom of Association and Collective Bargaining]** La policy di Gruppo volta a prevenire il rischio di violazione dei diritti sindacali è quella relativa ai "Rapporti con i Fornitori nel processo di acquisto di Telecom Italia", che recita "...il Gruppo richiede ai propri fornitori e promuove, per il tramite di questi ultimi, anche verso subfornitori, il rispetto dei seguenti principi e delle relative prescrizioni di legge vigenti nei paesi ove tali stakeholder operano. ... tutti i lavoratori devono godere del diritto legale di costituire e/o aderire alle organizzazioni sindacali per la tutela degli interessi individuali e collettivi. Deve essere riconosciuto il ruolo dei rappresentanti sindacali dei lavoratori, i quali non devono essere assoggettati ad alcuna forma di discriminazione; per l'espletamento della loro attività sindacale, devono essere garantiti permessi retribuiti e mezzi necessari alla comunicazione con i lavoratori sul luogo di lavoro". Gli stessi concetti sono ribaditi anche nella policy di Gruppo sul rispetto dei Diritti Umani.

² Access gateway-commercializzazione, accesso 3G, accesso/release software - mobile, apparati NGAN, applicazioni infrastrutturali, applicazioni produttive/collaboration, assurance, call center, cavi, creation, dati - GBE, delivery, sviluppo software, apparati mobili, materiali-cavi/pali/trasmissioni, middleware, servizi ambientali-manutenzioni civili/facility management, service layer-applicazioni verticali, server/storage, tablet, WAN - VOIP.



questionario di autovalutazione del rischio di sostenibilità socio ambientale.. Il questionario, aggiornato periodicamente in funzione dei risultati e dell'evoluzione del processo di qualificazione, è stato elaborato sulla base dei principali requisiti presenti negli standard di riferimento per la gestione d'impresa responsabile, sia dal punto di vista del rispetto dei valori etici sia della salvaguardia dell'ambiente (quali SA 8000, Global Compact dell'ONU e ISO 14001) e delle migliori prassi industriali del settore.

[G4-HR10], [G4-LA14] Il questionario di autovalutazione di sostenibilità è integrato nell'applicativo che gestisce il processo di qualificazione dei fornitori, che automaticamente lo sottopone a tutti i nuovi fornitori che operano nei mercati classificati a rischio di sostenibilità. Per i fornitori precedentemente qualificati nell'Albo fornitori di TIM, sono state effettuate delle campagne di recupero. Le risultanze del questionario potranno consentire l'affinamento della matrice del rischio sopra descritta. Nel 2016 in Brasile è stato inviato un questionario di autovalutazione sui temi di sostenibilità ai fornitori il cui ordinato abbia superato un milione di reais, pari al 16% del numero totale dei fornitori. A fine 2016 sono state ricevute risposte da tutti i 236 fornitori coinvolti. I risultati serviranno ad orientare i futuri processi di selezione.

Nell'ottobre 2016 è stata confermata la certificazione di conformità alla norma ISO 9001:2008 del "Sistema di Gestione per la Qualità" per le Funzioni Purchasing e Service Center Logistics, rientranti nella responsabilità del Business Support Office, con un particolare riconoscimento delle iniziative intraprese nel campo della sostenibilità. La certificazione ha comportato la mappatura di 23 processi delle funzioni con la definizione di 118 indicatori di performance che consentono il monitoraggio e il miglioramento della gestione dei servizi forniti a clienti interni e ai fornitori.

L'applicazione della policy di green procurement, che fornisce le linee guida per stabilire i requisiti ambientali dei prodotti/servizi acquistati, costituisce sempre parte integrante del processo di acquisto. La policy considera tutte le fasi di vita del prodotto: progettazione, produzione, utilizzo, fine vita. Il documento, pubblicato sul portale fornitori "Vendors Hub" di TIM e nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com, contribuisce a orientare le politiche d'acquisto a favore di prodotti e servizi a basso impatto ambientale.

Alcune domande del sondaggio di soddisfazione annuale (cfr. *Iniziativa di coinvolgimento*) vertono sulla policy di green procurement e i principi relativi ai Diritti Umani e del lavoro, nonché sulla loro implementazione da parte dei fornitori allo scopo di accrescerne il coinvolgimento nelle tematiche di sostenibilità.

VERIFICHE DI SOSTENIBILITÀ

[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-DMA Employment] Anche nel 2016 sono proseguite le attività di verifica del livello di performance di sostenibilità di fornitori e subfornitori comuni nell'ambito dell'iniziativa denominata Joint Audit Cooperation (JAC), come previsto dal Protocollo d'Intesa sottoscritto a fine 2009 da TIM, Orange e Deutsche Telekom. All'iniziativa hanno successivamente aderito: nel 2011 Proximus, KPN, Swisscom, Vodafone Group; nel 2012 Telenor e TeliaSonera; nel 2013 Verizon; nel 2016 AT&T, Telefónica e Rogers.

Gli obiettivi del Joint Audit Cooperation sono:

- verificare il livello di sostenibilità dei fornitori/subfornitori più rilevanti, comuni ai membri del JAC, con stabilimenti produttivi localizzati in aree geografiche caratterizzate da un significativo livello di rischio socio-ambientale. Le verifiche sono effettuate attraverso audit condotti da terze parti sulla base di una metodologia specifica sviluppata dagli stessi membri del JAC che ne condividono i risultati;



- contribuire alla crescita della sostenibilità dei fornitori/subfornitori coinvolti attraverso la definizione e l'attuazione di azioni correttive e programmi di miglioramento continuo, instaurando con essi un rapporto di collaborazione durevole con benefici reciproci in termini di efficienza, produttività e riduzione dei rischi nell'ambito della supply chain.

[G4-HR4b], [G4-HR5c], [G4-HR6b], [G4-HR11c], [G4-HR11d], [G4-LA15] Nel periodo 2010-2016, grazie al progressivo incremento del numero dei membri del JAC, sono stati condotti 278 audit – di cui 69 nel solo 2016¹ - presso stabilimenti produttivi (di fornitori e subfornitori) localizzati in Asia, Centro e Sud America, Nord Africa ed Europa dell'Est. Le verifiche sono state effettuate da società internazionali specializzate, selezionate tramite gara, e hanno riguardato un totale di oltre 743.000 lavoratori. I fornitori inclusi nelle campagne di audit appartengono ai comparti di produzione di dispositivi e apparati d'utente, apparati di rete e apparecchiature IT.

La seguente tabella mostra le non conformità riscontrate nel corso degli audit sui fornitori del Gruppo, fra cui quelle relative ai Diritti Umani.

	2016	2015	2014
Ambiente	31 (23)	27 (22)	14 (12)
Discriminazioni	3 (2)	5 (3)	2 (2)
Etica del Business	67 (61)	38 (35)	18 (18)
Lavoro Forzato	6 (4)	8 (7)	5 (4)
Lavoro minorile	7 (6)	7 (5)	8 (8)
Libertà di Associazione	8 (8)	2 (2)	2 (2)
Orari di Lavoro	49 (36)	33 (27)	23 (20)
Paghe	17 (13)	22 (18)	6 (3)
Pratiche Disciplinari	4 (4)	5 (4)	4 (3)
Salute e Sicurezza	188 (167)	130 (115)	79 (68)

(in parentesi i dati relativi a fornitori che operano anche per la BU Brasile)

Per tutte le non conformità riscontrate, sono stati redatti specifici piani di azioni correttive che definiscono, tra le altre, le modalità e le tempistiche di soluzione. L'attuazione di detti piani è costantemente monitorata dai membri del JAC².

Il 21 gennaio 2016 si è tenuto a Nanjing (Cina) il quinto Forum annuale con i fornitori coinvolti nel programma JAC sul tema: "How Sustainability can accelerate the delivery of business benefits". All'evento hanno partecipato oltre 110 delegati, in rappresentanza dei membri del JAC, fornitori, organi di stampa, organizzazione attive nel campo della sostenibilità e ONG.

INIZIATIVE DI COINVOLGIMENTO DEI FORNITORI

È ormai consolidato l'utilizzo del Portale Fornitori (Vendors Hub), avviato a fine 2011 con lo scopo di migliorare la comunicazione e ottimizzare i processi operativi, applicando le logiche del social networking al contesto di business. Il Portale conta circa 3.900 vendor abilitati alla piattaforma applicativa. Il ricorso al Portale consente al fornitore di accedere ad un'area

¹ 177 sui fornitori di TIM di cui 45 nel solo 2016.

² **[G4-DMA Supplier Human Rights Assessment], [G4-HR11e]** Siccome lo scopo dell'iniziativa è di aiutare i fornitori nei Paesi che hanno un maggiore rischio in termini di applicazione e rispetto dei principi di sostenibilità a migliorare le proprie performance, le non conformità portano sempre ad azioni correttive e non alla chiusura del rapporto d'acquisto.



riservata con visibilità sui principali dati ed eventi rilevanti nella relazione con TIM e gestire direttamente tutte le informazioni che lo riguardano con rilevanti vantaggi in termini di fluidità e trasparenza. All'interno del Vendors Hub è attiva anche un'area pubblica contenente informazioni destinate ai fornitori potenziali.

Lo scambio della documentazione avviene in modalità elettronica (per es. offerte, ordini d'acquisto, contratti, documentazione per la qualificazione, sondaggi), riducendo così gli impatti ambientali connessi ai consumi di carta, trasporto e conservazione dei documenti.

Per il decimo anno consecutivo i principali fornitori del Gruppo sono stati coinvolti nel sondaggio di soddisfazione sull'area Acquisti e, più in generale, su TIM L'analisi ha coinvolto 1.047 fornitori attivi in Vendors Hub con una percentuale di adesione pari al 53,6%. La valutazione globale del rapporto di fornitura con il Gruppo ha ottenuto il punteggio di 81/100, confermando il positivo risultato del 2015.

IMPEGNI

[G4-DMA Non-discrimination], [G4-DMA Child Labor], [G4-DMA Forced or Compulsory Labor], [G4-DMA Security Practices], [G4-DMA Indigenous Rights], [G4-DMA Supplier Human Rights Assessment].

Consuntivi 2016 e obiettivi 2017: Italia

INDICATORE	DETTAGLI	OBIETTIVO 2016	CONSUNTIVO 2016	OBIETTIVO 2017
% di fornitori soggetta a audit	Somma cumulata dei fornitori ad alto rischio che hanno ricevuto un approfondito audit di sostenibilità a partire dal 2010 ¹ .	80% dei fornitori ad alto rischio come definiti nel paragrafo "iniziative di sostenibilità".	80%	90%
% di fornitori valutata	Fornitori che sono stati valutati sull'etica con un questionario di base. Inoltre, i fornitori appartenenti ai settori a rischio, sono valutati con un questionario più complesso ² .	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.	100%	100%
% del personale addetto agli acquisti che ha ricevuto formazione sui rischi ESG pertinenti alle decisioni sugli acquisti	% di staff direttamente coinvolto nelle attività di acquisto, che ha partecipato ad almeno una sessione di formazione su tematiche ambientali, sociali e di governance.	90%	92%	80%
% di contratti contenenti clausole legate ai rischi ESG		100%	100%	100%
% di fornitori con certificazioni ISO 14001 o equivalente		50% dei fornitori di rete.	79%	50%
Integrazione del profilo di rischio ESG nel profilo generale di rischio del fornitore	Tutti i fornitori qualificati e iscritti nell'Albo fornitori sono valutati attraverso un "Key Risk Indicator" complessivo (KRI) che include anche indicatori di sostenibilità.	100% dei fornitori qualificati, come definiti nella parte introduttiva della sezione.	100%	100%

¹ Il numero dei fornitori ad alto rischio varia di anno in anno, in quanto è in funzione dell'ordinato annuale e del mercato d'acquisto in cui i fornitori stessi operano. Tanto vale in generale anche il numero complessivo dei fornitori appartenenti ai vari mercati d'acquisto.

² Il KPI è riferito sia ai nuovi fornitori che ai fornitori esistenti in caso di rinnovo o estensione della qualificazione.



Consuntivo 2016 e obiettivo 2017: Brasile

INDICATORE	DETTAGLI	OBIETTIVO 2016	CONSUNTIVO 2016	OBIETTIVO 2017
Gestione dei fornitori	Numero di fornitori principali valutati in base a criteri di sostenibilità	200	433	250



Tutela dell'ambiente



TUTELA DELL'AMBIENTE

Molti dei Sustainable Development Goals sono legati in maniera intuitiva al mondo dell'ambiente, dell'energia e della sostenibilità ambientale: è il caso, ad esempio, dell'obiettivo riguardante la prevenzione e il controllo del cambiamento climatico, di quelli relativi alla vita terrestre e sottomarina, o di quelli relativi alla progettazione di smart cities.

La lotta al cambiamento climatico in particolare costituisce un obiettivo sfidante e urgente. L'11 novembre 2016 l'Italia ha ratificato l'Accordo di Parigi per il contenimento del riscaldamento globale del pianeta che è entrato in vigore a livello internazionale il 4 novembre 2016, quando è stata superata la soglia di adesione di 55 Paesi che rappresentano il 55% delle emissioni di gas serra a livello globale.

Negli ultimi anni l'evidenza degli effetti del riscaldamento globale (desertificazione, inondazioni e uragani, malattie, scioglimento dei ghiacci) hanno convinto anche gli scettici che il problema c'è e va affrontato.

L'Accordo impegna i Paesi firmatari a contenere il riscaldamento globale entro 2 gradi dal livello pre-industriale. Sono previste verifiche quinquennali degli impegni presi, a partire dal 2023. I paesi più ricchi dovranno aiutare finanziariamente quelli più poveri.

L'Italia deve conformarsi agli obiettivi fissati dall'UE. Occorre intervenire in tre settori chiave:

- energia rinnovabile e risparmio energetico;
- mobilità non inquinante;
- riqualificazione degli edifici, per renderli meno energivori.

L'Italia ha una chiara convenienza ad agire rapidamente ed in profondità per tenere sotto 1,5° C il riscaldamento globale, poiché in tal caso si dimezza la riduzione della disponibilità di acqua e si riduce del 30% (rispetto ad un riscaldamento di 2°) la durata di siccità eccezionali¹, che tendono a portare alla desertificazione².

La strategia di TIM promuove lo sviluppo del business in linea con le linee guida sopra citate. Infatti il settore dell'ICT gioca un ruolo fondamentale nella riduzione delle emissioni di CO₂ e di altri gas a effetto serra (GHG), non solo perché lo stesso settore può contenere e ridurre le proprie emissioni di CO₂, ma soprattutto perché può contribuire alla riduzione delle emissioni di altri settori grazie alla realizzazione di servizi innovativi che promuovano stili di vita più sostenibili (quali, per esempio, la videoconferenza, il telelavoro, la telemedicina e, più in generale, tutti i servizi che possono favorire la "dematerializzazione" dell'economia). Studi internazionali³ ritengono infatti che l'adozione di questi servizi possa portare ad una riduzione del 20% delle emissioni globali di CO₂ al 2030, mantenendole così ai livelli del 2015.

In questo scenario, TIM ha sottoscritto nel 2012 un accordo volontario con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare (MATTM), volto alla promozione di progetti comuni finalizzati alla misurazione, contenimento e neutralizzazione dell'impatto sul clima del settore delle telecomunicazioni. Sono state dunque definite le metodologie relative all'analisi per i servizi tipici delle attività di telecomunicazioni con l'obiettivo di fornire

¹ Carl-Friedrich Schleussner et al. : Differential climate impacts for policy-relevant limits to global warming: the case of 1.5° C and 2° C – Earth Systems Dynamics 7, 2016.

² Secondo Mauro Centritto, Direttore Ivalsa-CNR, "In Italia, gli ultimi rapporti mostrano che è a rischio desertificazione quasi il 21% del territorio nazionale, il 41% del quale nel Sud del Paese".

³ #SMARTer2030 – ICT Solutions for 21st Century Challenges – published in 2015 by the Global e-Sustainability Initiative.



degli indicatori di carbon footprint in accordo con la metodologia descritta nel “GHG Protocol Product Life Cycle Accounting and Reporting Standard ICT Sector Guidance – Chapter 2” per i servizi erogati da TIM sull'intero territorio nazionale: rete fissa (chiamate telefoniche), rete mobile (sms, dati trasferiti, chiamate), dati trasferiti (inclusi MMS).

Le azioni specifiche messe in atto dal Gruppo sono quindi volte a ridurre i propri impatti ambientali e a proporre soluzioni tecnologiche rivolte alle persone, alle imprese e alle pubbliche amministrazioni per la realizzazione di una società digitale, più inclusiva e vivibile. TIM è convinta di poter giocare un ruolo fondamentale, insieme e in sinergia con gli altri settori dell'economia, nel facilitare la transizione verso un'economia a basse emissioni di carbonio.

Lo stakeholder Ambiente è rappresentato dalle generazioni future e dal loro diritto di vivere in un contesto non compromesso dagli effetti negativi determinati dallo sviluppo di quelle precedenti. L'interesse di questo soggetto collettivo si concretizza nelle istanze espresse da:

- associazioni ambientaliste nazionali e internazionali;
- istituzioni nazionali e sovranazionali;
- la Comunità in genere, con particolare riferimento alle aree territoriali in cui TIM opera;
- associazioni di settore e organizzazioni non profit attive su tematiche di rilievo ambientale.

Fra queste in particolare: European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), European Telecommunications Standards Institute (ETSI), Global e-Sustainability Initiative (GeSI), CDP, International Telecommunication Union (ITU).

TIM è attenta alle esigenze espresse dagli stakeholder interessati alla protezione dell'ambiente e ha sviluppato con essi diversi canali di comunicazione, fra cui un forum multistakeholder organizzato nell'ottobre del 2016. Questo collaudato metodo di ascolto e coinvolgimento ha rafforzato la comprensione delle istanze e delle priorità degli stakeholder rispetto ai temi ambientali e ha raccolto contributi sui possibili ambiti di sviluppo.

La strategia ambientale delle società del Gruppo è fondata sui seguenti principi:

- ottimizzazione dell'utilizzo delle fonti energetiche e delle altre risorse naturali;
- ricerca continua del miglioramento della performance energetica e ambientale attraverso la minimizzazione degli impatti negativi e la massimizzazione di quelli positivi;
- adozione di politiche di acquisto sensibili alle tematiche ambientali;
- diffusione di un corretto approccio alle tematiche ambientali.

Per gestire in modo efficace e sostenibile i propri processi operativi caratterizzati da particolari impatti ambientali TIM si è dotata di un Sistema di Gestione Ambientale (SGA) certificato in base alla norma ISO 14001. In alcune realtà il Sistema di Gestione Ambientale è integrato con quello per la Gestione della Qualità basato sulla norma ISO 9001: per tutti è stata ottenuta la relativa certificazione. Alcuni siti¹ hanno ottenuto la certificazione del sistema per la Gestione dell'Energia in base alla norma ISO 50001. Per quanto riguarda i Data Center l'efficienza energetica di quello di Rozzano 2 è attestata dal valore del PUE (Power Usage Effectiveness) certificato nel 2014 e pari a 1,66, che può essere considerato un buon valore per un data centre costruito fra il 2008 e il 2010. Il valore del PUE degli altri data centre non è stato ancora certificato.

Per ulteriori dettagli sul tema si rinvia al sito telecomitalia.com.

Anche nella definizione delle architetture di rete fissa e mobile, e delle specifiche tecniche di apparati e componenti sono adottati criteri atti a minimizzare l'impatto ambientale (es. consumi, scavi, ingombri, rumorosità, uso di batterie), compatibilmente con i requisiti di servizio e i costi delle varie soluzioni. In particolare, a partire dal 2008, in fase di valutazione economica di gara, si considerano anche i consumi energetici su un arco temporale di tre-cinque anni.



Infine, TIM promuove, partecipa attivamente e in alcuni casi coordina progetti su temi ambientali in ambito nazionale e internazionale.

Per testimoniare ulteriormente l'impegno per il contenimento degli impatti ambientali, TIM investe ogni anno nella ricerca di soluzioni innovative. Molti sono i brevetti riconosciuti a TIM in tale ambito.

Attività di ricerca

Per quanto riguarda l'adozione di soluzioni ICT di Internet of Things (IoT), applicate al mondo delle smart city, si citano in particolare, per il loro forte impatto ambientale positivo, i seguenti progetti: smart grid (applicazione dell'IoT alla gestione dei vari segmenti delle reti elettriche), smart water (applicazione dell'IoT alle reti di distribuzione dell'acqua), smart gas (applicazioni per il metering del gas) e smart waste (gestione efficiente del ciclo dei rifiuti).

Per quanto riguarda le smart grid, TIM sta studiando soluzioni IoT volte a un migliore utilizzo delle risorse energetiche nell'ottica della generazione distribuita e del controllo da remoto. In particolare continua l'attività in corso di valutazione di condivisione di infrastrutture delle reti di telecomunicazione e di quelle elettriche nell'ottica di riduzione costi e impatti ambientali. Per quanto riguarda le tecniche di smart water management, le soluzioni IoT analizzate permettono di effettuare la ricerca e l'identificazione delle perdite occulte dell'acqua in modo più efficiente ed a basso costo. L'acqua diventerà sempre più una risorsa ambientale preziosa e, perdite nella rete di distribuzione dell'ordine del 30% non saranno più sostenibili, né dal punto di vista ambientale né da quello economico. Per la ricerca delle perdite e l'ottimizzazione dei costi di distribuzione si stanno anche sviluppando e provando in campo soluzioni di smart metering multi utility che includano acqua, gas ed eventualmente elettricità basate su reti capillari

L'applicazione delle tecniche IoT permetterà infine lo sviluppo di soluzioni di smart waste finalizzate a ottenere un incremento della raccolta differenziata e una riduzione delle discariche abusive. In particolare per esempio vengono misurati in tempo reale i livelli di riempimento delle varie isole ecologiche e vengono inviati i mezzi per lo svuotamento solo quando veramente necessario, riducendo al minimo i costi e i tempi e dall'altra parte evitando di avere cassonetti pieni con conseguente deposito per strada dei rifiuti da parte del cittadino.

Brevetti relativi a soluzioni con rilevanza ambientale

Ricarica Wireless

Da tempo in ambito internazionale si ricerca un modo efficace per sostituire i convenzionali caricabatteria a filo con un caricatore universale wireless preposto alla contestuale ricarica di cellulari, lettori mp3, notebook, videocamere e quant'altro ormai è entrato a far parte dell'attuale quotidianità, sempre più dinamica e nomadica. Sfruttare la tecnologia wireless, di solito, significa poter fare a meno di un collegamento fisico tra il caricatore e il dispositivo, e di sfruttare un caricatore senza fili per più dispositivi, anche se richiedono diverse tensioni di alimentazione, come un cellulare e un notebook. Questo sistema permette una gestione più efficiente dello spazio, della quantità di dispositivi, e dell'energia dove il trasferimento energetico avviene in campo evanescente non radiativo con conseguenti benefici in termini di contenimento delle interferenze e dell'impatto biologico nell'ambiente circostante al caricatore.

Sistemi automatici per la gestione degli elettrodomestici

Il brevetto si riferisce al settore dei sistemi automatici per la gestione degli elettrodomestici.



Il sistema oggetto della presente invenzione è configurato per gestire in maniera automatica l'attivazione e la disattivazione di elettrodomestici facenti parte di una rete domestica allo scopo di ridurre il consumo elettrico ed evitare il superamento di limiti di potenza massima totale. In particolare, l'unità centrale di controllo del sistema aggiorna una tabella di pianificazione con l'attivazione di ciascun elettrodomestico tenendo conto del profilo di consumi e dei vincoli corrispondenti.

Sistema automatico per la gestione del consumo energetico di insiemi di apparati elettrici

Il brevetto riguarda un sistema automatico per la gestione del consumo energetico di insiemi di apparati elettrici, quali elettrodomestici. Il sistema oggetto dell'invenzione si basa sulla generazione di una tabella di pianificazione temporale dell'attivazione/disattivazione degli apparati elettrici e dell'esecuzione delle fasi energetiche dei cicli operativi di funzionamento di ciascun apparato elettrico.

Brevetti che consentono la riduzione del consumo elettrico delle reti

Ottimizzazione dei consumi in reti cellulari mobili

Il brevetto riguarda un metodo per l'ottimizzazione dei consumi in reti cellulari mobili, in particolare in reti cellulari mobili caratterizzate da eterogeneità di dispiegamento e, di conseguenza, da eterogeneità di consumo energetico dei nodi di rete, dove transizioni di stato (accensioni/spengimenti) relativamente frequenti possono avere impatti negativi sulla longevità degli apparati di rete e tempo medio fra guasti. E' proposto un algoritmo in grado di determinare, in base al numero massimo consentito di transizioni di stato per ogni nodo di rete, al carico attuale della rete, ed al carico atteso della rete, gli istanti di accensione/spengimento dei nodi di rete.



CAMBIAMENTO CLIMATICO

[G4-DMA Economic Performance] Tanti sono i segni del clima che cambia, che già possiamo misurare e che sono riassunti ogni 6 anni dall'Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), il comitato ONU sul clima.

Oggi sappiamo ormai tanto del problema del cambiamento climatico:

- il pianeta si sta riscaldando e continuerà a riscaldarsi nei prossimi decenni;
- le attività umane – in particolare la combustione di carbone, gas e petrolio – ne sono la causa principale;
- alluvioni, siccità, ondate di calore, ovvero quelli che gli esperti chiamano eventi estremi, si stiano intensificando in diverse parti del mondo e in modo irregolare e mettono a repentaglio l'idea di stabilità cui siamo abituati: comunità distrutte, danni economici a persone e interi sistemi produttivi, e purtroppo anche morti e feriti.

Secondo gli studi condotti dall'IPCC¹ il pianeta si è scaldato (di poco meno di un grado come media globale) e stiamo andando verso un aumento della temperatura media del globo che a fine secolo potrà essere, se non si interviene decisamente, anche di 4° – 5°C. Perciò oltre a politiche volte alla riduzione delle emissioni di gas serra per limitare i danni futuri, occorre una mobilitazione a tutti i livelli, dai cittadini alle aziende, dalle regioni al governo nazionale, per mettere in campo azioni in risposta alla sfida dei cambiamenti climatici.

L'approccio seguito dal Gruppo per contrastare il cambiamento climatico si fonda su tre livelli sinergici di azione:

- la riduzione delle proprie emissioni dirette e indirette di gas serra;
- il contenimento delle emissioni degli altri settori e dei clienti in generale attraverso il supporto alla dematerializzazione e l'offerta di servizi che promuovano nuovi modi di lavorare, apprendere, viaggiare e, più in generale, di vivere;
- il contributo alla diffusione di una cultura basata su un corretto approccio ai temi ambientali all'interno e all'esterno dell'Azienda.

LA RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

L'impatto ambientale di TIM in termini di emissioni di CO₂ è determinato essenzialmente, come verrà illustrato nei paragrafi che seguono, da emissioni dirette derivanti dall'utilizzo di combustibili fossili, indirette per l'acquisto di energia elettrica e altre emissioni indirette dovute per esempio agli spostamenti casa-lavoro e alle trasferte effettuate in aereo e treno dal personale aziendale.

Per quanto riguarda le iniziative di riduzione messe in atto si rinvia ai paragrafi Performance ambientale/Energia e Performance ambientale/Emissioni.

I RISCHI LEGATI AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

[G4-EC2] I rischi legati ai cambiamenti climatici per il settore delle telecomunicazioni hanno implicazioni di tipo fisico, economico e regolamentare con ricadute importanti perfino sull'immagine e la reputazione delle società. In Italia, in particolare, negli ultimi anni si sono verificati fenomeni esondativi di notevole portata che hanno avuto un impatto devastante su vaste aree di territorio, sulle città e sulle infrastrutture.

¹ www.ipcc.ch



Le installazioni, le infrastrutture di rete e i Data Centre di TIM sono distribuiti su tutto il territorio nazionale, e l'Azienda considera quello di esondazione uno dei rischi fisici più seri e con la maggiore probabilità di verificarsi. Gli effetti valutati consistono in danni che vanno dalla riduzione d'uso fino alla perdita delle proprietà e, nel caso estremo, all'azzeramento della capacità di fornire il servizio alla clientela.

Per evitare o limitare i danni potenziali le nuove centrali e gli edifici di TIM sono costruiti a distanza di sicurezza da fiumi e bacini d'acqua in genere, e per garantire la continuità del servizio la rete è progettata considerando adeguati livelli di resilienza e ridondanza.

In Italia la situazione dell'infrastruttura di rete, con particolare attenzione alle zone caratterizzate da un elevato livello di rischio idro-geologico, viene monitorata attraverso il sistema aziendale Ci.Pro. (Civil Protection) che utilizza una base dati di informazioni relative al territorio e alle infrastrutture che viene continuamente aggiornata ricercando la rapida pianificazione degli interventi che si rendono necessari.

In ultimo, i rischi fisici a cui gli asset aziendali sono comunque soggetti, vengono gestiti tramite una copertura assicurativa che tenga conto del valore delle strutture e degli apparati come pure degli eventuali effetti che tali fenomeni catastrofici causerebbero sul servizio.

In Brasile le condizioni climatiche mutevoli danno origine sempre più spesso a condizioni meteorologiche estreme e TIM Brasil ha sviluppato tecnologie e applicazioni per il monitoraggio efficace e continuo, soprattutto nelle aree a maggior rischio. La Società ha inoltre fatto forti investimenti in infrastrutture e tecnologie avanzate, non solo per garantire la continuità e la qualità del servizio offerto ai propri clienti, ma anche per aumentare l'efficienza e ridurre i consumi associati alle proprie operazioni.

Al momento in Brasile la maggior parte dell'energia elettrica viene generata da centrali idroelettriche (64% secondo i dati del Balanço Energético Nacional - 2016). Periodi prolungati di siccità possono portare ad una diminuzione anche drastica della disponibilità di energia elettrica, oltre che all'aumento del costo della stessa e al ricorso sempre maggiore ai combustibili fossili. La diminuita disponibilità di acqua nei bacini idrici potrebbe portare al razionamento dell'energia e a fluttuazioni significative del costo per kWh.

In Brasile, la politica nazionale sui cambiamenti climatici, che è stata definita nel 2009 (legge 12187) ed è regolata dai decreti No. 7390/2010 e 7643/2011 e integrata dai piani settoriali di mitigazione e adattamento ai cambiamenti climatici, conferma l'allineamento del paese alle iniziative internazionali, tra cui gli accordi siglati a Parigi (COP21) che sono stati sottoscritti e ratificati anche dal Brasile, per cui la cosiddetta "Nationally Determined Contribution"¹ è pari ad una riduzione delle emissioni nel 2025 del 37% rispetto ai livelli del 2005.

Negli stati di São Paulo e Rio de Janeiro, che sono quelli in cui sono maggiormente concentrate le attività industriali e commerciali del paese, sono state promulgate specifiche leggi statali sui cambiamenti climatici.

Una parte considerevole delle emissioni di TIM è legata ai consumi di energia elettrica, soprattutto da parte dell'infrastruttura di rete. Le politiche che riguardano il settore energetico tendono a far aumentare il costo dell'energia, e tali aumenti vengono a loro volta trasferiti agli utilizzatori e quindi anche a TIM, che potrebbe veder aumentare anche il costo dei beni e dei servizi che acquista dai propri fornitori, in particolare da quelli che producono apparati e infrastrutture per telecomunicazioni.

Condizioni climatiche estreme come tempeste di elevata intensità e frequenza possono

¹ E' l'obiettivo di riduzione delle emissioni di gas serra stabilito a livello nazionale da ciascun paese firmatario degli accordi di Parigi e comunicato alla UNFCCC che lo inserisce in un apposito registro.



danneggiare l'infrastruttura di rete, in particolare le torri e i tralicci di trasmissione, aumentando i costi di gestione e di assicurazione contro i rischi, e causando riduzione della copertura, indebolimento del segnale e interruzioni del servizio. Anche variazioni nel tasso di umidità e salinità dell'aria possono ridurre la vita utile delle apparecchiature. Inoltre un aumento della temperatura media potrebbe avere come conseguenza un maggiore consumo di energia elettrica per i sistemi di condizionamento e refrigerazione. Possibili inondazioni rendono difficoltosi gli spostamenti del personale e l'operatività diminuendo l'efficienza del sistema.

LE OPPORTUNITA' LEGATE AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

[G4-EC2] Il settore ICT è chiamato a svolgere un ruolo importante nella lotta ai cambiamenti climatici favorendo la sostituzione di prodotti fisici e servizi tradizionali con prodotti e processi digitali (cfr. anche *Digitalizzazione/servizi innovativi*), in grado di favorire la dematerializzazione della società, riducendo l'esigenza di spostamento fisico di persone e cose. In generale:

- i servizi di audio/videoconferenza e il telelavoro riducono la necessità di spostamenti fisici delle persone;
- la fatturazione e i pagamenti on line, oltre a permettere il risparmio di carta e quindi dell'energia relativa alla produzione e al trasporto, eliminano gli spostamenti per effettuare i pagamenti;
- i servizi di telemedicina riducono la necessità di incontri medico-paziente;
- i sistemi di infomobilità, utilizzando informazioni ottenute da terminali mobili, permettono di ottimizzare i flussi di traffico riducendo i tempi di percorrenza e le emissioni di gas serra;
- i sistemi di monitoraggio e analisi dei consumi consentono di ottimizzare l'efficienza energetica di uffici e abitazioni.

Il miglioramento dell'efficienza, i risparmi ottenibili in termini economici e la riduzione degli impatti sull'ambiente associati all'utilizzo di tali servizi rappresentano un'interessante opportunità di business per l'Azienda, vista anche la sensibilità dei suoi stakeholder e dei cittadini in generale verso la necessità di abbattere in modo significativo le emissioni di gas serra per garantire un futuro sostenibile al pianeta e alla società. Un esempio è riportato nel box relativo al Programma Digital Life TIM.

Quanto sopra esposto vale ovviamente anche per il Brasile dove ha un peso importante anche lo sviluppo di soluzioni per la mitigazione e l'adattamento ai cambiamenti climatici. Un esempio è costituito dall'accordo di partnership siglato con il Ministero della Scienza, Tecnologia e Innovazione (MCTI) per l'installazione di piattaforme per la raccolta dei dati sulle precipitazioni presso le Stazioni Radio Base situate in prossimità di zone ad elevato rischio di disastri naturali.

Inoltre, al fine di prevenire possibili situazioni di scarsa disponibilità di energia elettrica dovute a ragioni opposte, cioè a scarsità di precipitazioni, TIM Brasil promuove iniziative finalizzate alla riduzione dei consumi di servizi e installazioni.

Anche in Brasile, il cambiamento climatico può influenzare il comportamento degli investitori che tendono sempre di più a dare priorità alle aziende che sono trasparenti in relazione alla gestione delle proprie emissioni e dimostrano di saper valutare e anticipare i rischi potenziali e cogliere le opportunità. A testimonianza del proprio impegno TIM Participações S.A. nel 2016 è stata confermata nel BM&F Bovespa's Corporate Sustainability Index (ISE) per il nono anno consecutivo, come indicato nel paragrafo Indici/riconoscimenti del presente rapporto.

TIM Brasil inoltre misura e comunica in modo trasparente le proprie emissioni fin dal 2008, oltre a rispondere al questionario CDP dal 2007 e partecipare al programma nazionale EPC



(Empresas pelo Clima) dal 2010 e questo potrebbe costituire un vantaggio competitivo. Nel 2013 la società ha formalizzato per la prima volta l'acquisto volontario di "Crediti di Carbonio" (Carbon Credits) per compensare le proprie emissioni dirette (Scope 1); nel 2015 ne sono stati acquistati altri per un totale complessivo pari a 6.000 tCO₂ e generati dal Progetto REDD+ Jari-Amapá¹ (riduzione delle emissioni da deforestazione e degrado delle foreste) che è portato avanti attraverso una partnership fra il Grupo Jari e Biofilica nella valle del fiume Jari, nello stato di Amapá. Le emissioni dirette prodotte nel 2013 e nel 2014 sono state compensate completamente, mentre i crediti residui (pari a 4.374 tCO₂e) sono stati utilizzati per compensare le emissioni dirette prodotte dall'autoparco di TIM, dai generatori elettrici e le perdite dei gas refrigeranti nel 2015, pari in totale al 29% delle emissioni dirette (Scope 1).

Programma Digital Life TIM

L'Agenda Digitale Europea, presentata dalla Commissione Europea nel 2010 è una iniziativa specificamente elaborata per favorire la crescita dei Paesi dell'Unione Europea in termini di modernizzazione infrastrutturale, innovazione ed efficienza delle risorse e dei servizi, sia per la pubblica amministrazione che per i cittadini e le imprese. In seguito alla sottoscrizione da parte di tutti gli Stati Membri, il programma dell'Agenda Digitale Europea mira a realizzare, attraverso l'ampia e profonda adozione delle nuove tecnologie dell'informatica e delle telecomunicazioni, una crescita intelligente, sostenibile ed inclusiva.

L'Italia, recependo quanto condiviso in ambito Europeo, in data 1° marzo 2012 ha definito l'Agenda Digitale Italiana, e ha elaborato una propria strategia nazionale, individuando priorità e modalità di intervento, nonché le azioni da compiere e da misurare sulla base di specifici indicatori di performance, in linea con quello individuato dall'Unione Europea - il DESI (Digital Economy and Society Index) - per la valutazione del livello di digitalizzazione dei Paesi della Comunità Europea.

In tale contesto TIM ha lanciato il Programma Digital Life, un insieme di soluzioni che hanno l'obiettivo di erogare nuovi servizi dedicati alla sicurezza, all'ambiente e alla gestione ottimale dell'energia, fornendo una risposta globale alle esigenze del territorio e delle città. L'obiettivo è promuovere il modello di "città intelligente" (Smart City) per il miglioramento della qualità della vita attraverso e lo sviluppo di servizi digitali innovativi.

Le soluzioni di Digital Life che hanno benefici positivi sull'ambiente sono:

NUVOLA IT URBAN SECURITY (ricavi 2016 circa 350.000 euro): la piattaforma cloud che eroga servizi per l'ottimizzazione dei processi sanzionatori effettuati dalle polizie municipali (con anche impatti positivi sul contenimento di processi documentali cartacei), la gestione partecipata della sicurezza urbana, il monitoraggio ambientale e la mobilità intelligente;

NUVOLA IT YOUR WAY: la soluzione integrata per la gestione delle flotte di veicoli commerciali e la pianificazione degli spostamenti nell'ambito del fleet management e infomobility (con impatti positivi sull'inquinamento atmosferico);

NUVOLA IT ENERGREEN (ricavi 2016 circa 650.000 euro): il sistema che permette alle aziende il monitoraggio dei consumi energetici e il loro efficientamento attraverso strumenti attuativi con sensori disposti localmente all'interno delle aziende. Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10% in relazione alla sola implementazione di funzionalità di Metering & Reporting, per arrivare anche oltre il 50 % per specifici progetti di efficientamento energetico.

NUVOLA IT MESSAGE CUBE: la piattaforma cloud per l'erogazione dei servizi di Unified



Communications e Collaboration per le aziende e le pubbliche amministrazioni (con anche impatti positivi sia sul contenimento di processi documentali cartacei sia sul contenimento di spostamenti fra sedi);

LIGHTING SUITE (ricavi 2016 circa 343.000 euro): il servizio di gestione illuminazione pubblica, che permette l'efficienza energetica attraverso il controllo dei corpi luminosi, trasformandola in una rete cittadina outdoor di erogazione di servizi a valore aggiunto in ambito metropolitano (per approfondimenti si rimanda al capitolo Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale). Il risparmio energetico è stimabile in un range di valori tra il 15% (illuminazione prodotta con lampade ad alta efficienza, p.e. a LED) ed oltre il 30% nel caso di illuminazione prodotta attraverso lampade di vecchio tipo (p.e. a vapori di sodio o incandescenza). A questi valori va aggiunta la possibilità di modulare l'illuminazione accendendo e/o riducendo l'intensità luminosa del singolo lampione.

Assumendo per l'illuminazione pubblica un consumo medio pro capite in Italia di 107 kWh e applicando una riduzione del 20% (la sostituzione delle lampade convenzionali con quelle ad alta efficienza è in progress in molti comuni) ad un comune di 100.000 abitanti sarebbe possibile ottenere un risparmio complessivo su base annua di 2.140.000 kWh, pari a 827 t di emissioni di CO₂ evitate¹.

SMART BUILDING: soluzioni ad hoc per la gestione intelligente e l'automazione degli edifici implementabili su base progetto tramite le componenti dell'offerta Lighting Suite e Nuvola It Energreen (per approfondimenti si rimanda al capitolo Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale). Il risparmio energetico è stimabile in circa il 10% in relazione alla sola implementazione di funzionalità di Metering & Reporting, per arrivare anche oltre il 50 % per specifici progetti di efficientamento energetico.

Il trend di ricavi ipotizzato da TIM per il programma complessivo nel prossimo triennio è del +10% YoY.

Soluzioni OLIVETTI

SMART CLEAN AIR: soluzione per il monitoraggio della qualità dell'aria e l'abbattimento delle polveri sottili e delle principali sostanze inquinanti in ambito indoor e outdoor.

La soluzione, integrata nel cloud TIM, si compone di un dispositivo di campo dislocato sul territorio che aspira aria inquinata, filtra le sostanze nocive e rileva le misure di una serie di parametri ambientali che vengono inviate al sistema centrale; il dispositivo, integrato nella piattaforma IoT di Olivetti, è gestito da remoto attraverso una apposita applicazione in Cloud. Il dispositivo è composto da un modulo di telemetria che trasmette i dati rilevati all'applicazione in Cloud, un "naso elettronico" costituito da sensori per la rilevazione di particolato, metalli pesanti e altre sostanze nocive, infine da uno scrubber che effettua la bonifica consentendo l'abbattimento delle sostanze inquinanti (PM 10 ~ 99%) senza l'utilizzo di filtri e senza generare rifiuti speciali.

Smart Clean Air richiede una manutenzione a frequenza ridotta, consumi energetici molto limitati, ed è particolarmente indicata per ambienti industriali, sedi di uffici o fabbriche, così come per aree outdoor ad alta frequentazione, quali per esempio stazioni ferroviarie e metropolitane, centri commerciali o fermate di autobus.

L'efficacia di abbattimento degli agenti inquinanti varia a seconda delle caratteristiche specifiche del sito di installazione. Misure effettuate in ambito outdoor cittadino, in zone ad alta frequentazione, mostrano un'efficacia di abbattimento, ovvero una riduzione percentuale del particolato rispetto alla concentrazione iniziale, che varia tra il 19% ed il 100% in relazione alle diverse dimensioni di particolato.

¹ Utilizzando il fattore di conversione 2009 per l'Italia calcolato dal GHG Protocol, pari a 0,3864 kgCO₂/kWh



SMART AGRICULTURE: soluzione in cloud che permette di monitorare i parametri ambientali e attuare azioni volte a ottimizzare la resa e la qualità della coltivazione.

La soluzione consente il monitoraggio dei parametri tramite sistema di sonde applicate nel terreno di coltura, collegate ad una centralina di acquisizione ed elaborazione dei dati. Un apposito sistema di alerting permette di ricevere avvisi preventivi via mail o sms in caso di rischi legati al raccolto (gelate, colpi di calore, necessità di irrigazione, ...). La costante registrazione dei dati ambientali rende disponibili serie storiche utili per studi agronomici e modellizzazione dei fenomeni naturali.

La soluzione consente di ottenere una serie di benefici, quali:

- minimizzazione dell'utilizzo delle risorse idriche: grazie ai sensori di umidità distribuiti sul terreno e alla conoscenza delle necessità specifiche della coltura, è possibile ottimizzare i cicli di irrigazione in funzione dell'effettivo stato del terreno, evitando così inutili sprechi.
- riduzione dell'uso di concimi: se la coltura viene irrigata troppo spesso, una parte del concime distribuito nel terreno viene drenato via insieme all'acqua; l'automazione dell'irrigazione permette di ottimizzare la resa dei concimi.
- risparmio energia: l'automazione dell'impianto di irrigazione riduce i cicli di utilizzo dell'acqua e di conseguenza riduce i consumi di energia legati al trasporto idrico.



PERFORMANCE AMBIENTALE

[G4-DMA Energy] Le informazioni sulla performance ambientale sono ricavate elaborando dati gestionali, in parte oggetto di stime. I dati riportati di seguito riguardano il consumo di energia (riscaldamento, autotrazione ed energia elettrica), l'eco-efficienza, le emissioni atmosferiche, i consumi di acqua, carta e la produzione di rifiuti. Gli indicatori principali attraverso cui viene misurata la performance ambientale del Gruppo nel 2016 hanno mostrato i seguenti andamenti:

Indicatore	Trend
Totale energia elettrica acquistata e prodotta	In crescita
Totale emissioni di CO ₂ in atmosfera	In crescita
Totale consumo di acqua	In diminuzione
Eco-efficienza	In crescita

ENERGIA

[G4-EN3], [G4-EN6] I consumi di energia del Gruppo vengono presentati seguendo le linee guida proposte dal Global Reporting Initiative con riferimento ai consumi diretti per riscaldamento, generazione di energia elettrica e autotrazione (Scope1, secondo il Greenhouse Gas Protocol¹) e a quelli indiretti per acquisto e consumo di energia elettrica (Scope2).

Riscaldamento

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

		Gruppo	Domestic	Brasile
Energia generata da Gasolio	MJ	65.041.599	100%	0%
Energia generata da Gas Naturale	MJ	405.242.474	100%	0%
Totale energia per riscaldamento	MJ	470.284.073	100%	0%
2016 su 2015		(14)%	(14)%	
2016 su 2014		(34)%	(34)%	

I dati della tabella evidenziano nel 2016 una significativa riduzione rispetto al 2015 e al 2014, da attribuire principalmente ad una revisione delle modalità di rendicontazione dei consumi di combustibile ma anche alle condizioni climatiche verificatesi durante l'anno di riferimento e ad azioni di razionalizzazione immobiliare ed efficienza energetica.

In Brasile, in considerazione delle particolari condizioni climatiche durante tutto l'anno,

¹ Il Greenhouse Gas (GHG) Protocol, sviluppato dal World Resources Institute (WRI) e del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), definisce gli standard di riferimento per misurare, gestire e rendicontare le emissioni di gas serra.



non si fa ricorso al riscaldamento degli ambienti. INWIT, la società del Gruppo che opera in Italia nel settore delle infrastrutture per le comunicazioni elettroniche, ha una dimensione estremamente ridotta rispetto al Gruppo e rientra pertanto nella BU Domestic.

Autotrazione(*)

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

		Gruppo	Domestic	Brasile
Energia da benzina senza piombo	MJ	56.364.281	49%	51%
Energia da gasolio	MJ	606.185.541	100%	0%
Energia da GPL	MJ	3.493.183	100%	0%
Energia da gas naturale	MJ	250.951	100%	0%
Totale energia per autotrazione(**)	MJ	666.293.956	95%	5%
2016 su 2015		(6)%	(5)%	(32)%
2016 su 2014		(5)%	(3)%	(39)%
Numero totale veicoli	n.	18.585	97%	3%
2016 su 2015		(5)%	(4)%	(34)%
2016 su 2014		(7)%	(6)%	(35)%
Percorrenza totale veicoli	km	278.114.632	97%	3%
2016 su 2015		(10)%	(9)%	(37)%
2016 su 2014		(8)%	(6)%	(41)%

(*) I dati riportati nelle tabelle relative all'autotrazione riguardano tutti i veicoli del Gruppo (industriali, commerciali, in uso ai dirigenti/quadri/venditori), sia in affitto sia di proprietà. Solo per utilizzi significativi e con caratteristiche di continuità d'uso sono compresi veicoli, consumi e percorrenze di proprietà o in uso alla forza vendita di Tim Brasil.
(**) Rappresenta la conversione in Megajoule dei consumi di benzina senza piombo, gasolio, GPL (espressi in litri) e di gas naturale (espressi in kg).

In generale i consumi energetici per autotrazione e le percorrenze sono in diminuzione. In Italia è in corso un progetto di rinnovamento della flotta operativa.

Si riportano di seguito i consumi di energia elettrica per il funzionamento degli impianti di telecomunicazioni e degli impianti tecnologici civili e industriali. L'acquisto di energia elettrica da fonti miste ha subito un incremento significativo nel 2016 rispetto ai due anni precedenti a causa della decisione di non investire, in Italia, nell'acquisto di garanzie d'origine, che certificano l'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, ma piuttosto in interventi di efficienza energetica che hanno riguardato l'infrastruttura di rete e le sedi sociali.

In questi ultimi anni gli sviluppi tecnologici che hanno riguardato l'infrastruttura di rete fissa e mobile e le soluzioni IT stanno causando una significativa crescita annuale dei consumi energetici. In Italia gli sviluppi della rete fissa e mobile, sono stati più che compensati dai saving resi possibili sia da una serie di interventi di efficientamento energetico, avviati negli anni precedenti, sia di nuovi interventi avviati e completati nel corso del 2016.



Energia elettrica acquistata e prodotta

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

		Gruppo	Domestic	Brasile
Energia elettrica da fonti miste	kWh	2.642.134.246	75%	25%
2016 su 2015		263%	1.106 %	17%
2016 su 2014		337%	1.545%	37%
Energia elettrica da fonti rinnovabili	kWh	42.143.908	100%	0%
2016 su 2015		(98)%	(98)%	
2016 su 2014		(98)%	(98)%	
Totale energia elettrica	kWh	2.684.278.154	75%	25%
2016 su 2015		2%	(2)%	17%
2016 su 2014		7%	0%	37%

Nelle tabelle sotto riportate vengono specificati i principali ambiti di incremento di consumi e di saving in TIM S.p.A..

Progetti di deployment in Italia

		Incrementi
Sviluppi di rete fissa	GWh	110
Sviluppi di rete mobile	GWh	55
Sviluppi Data Centre	GWh	20
Altri incrementi	GWh	9
Incremento totale dei consumi	GWh	194

Progetti di saving in Italia

		Risparmi
Saving su infrastrutture di alimentazione e condizionamento	GWh	125
Dismissione piattaforme di rete obsolete	GWh	100
Saving su uffici	GWh	6
Totale saving	GWh	231



Nel corso del 2014 e del 2015 TIM aveva già valutato soluzioni di maggiore efficienza energetica per le stazioni radio base GSM installate nella sua rete. Nel 2016 l'attività si è ampliata alle soluzioni di efficienza energetica per il 3G ed il 4G, per tutti i fornitori di TIM. Nel complesso queste soluzioni consentono di realizzare importanti risparmi sui consumi della rete di accesso mobile, senza ricorrere allo spegnimento fisico dei siti radio. Questi risparmi sono dell'ordine di 4-6 GWh/anno per ciascuna delle reti di accesso radio 2G, 3G, 4G e nel complesso assicurano un risparmio stimato dell'ordine del 3% dei consumi complessivi annui della rete mobile di TIM.

L'autoproduzione di energia elettrica, tramite i sistemi di cogenerazione e trigenerazione, nel 2016 è stata sostanzialmente stabile rispetto al 2015. Nel 2016 alcuni grandi impianti sono stati interessati da interventi di manutenzione straordinaria che ne hanno rallentato il normale funzionamento. Si prevede, nei prossimi anni, di sfruttare maggiormente il potenziale di produzione degli impianti di trigenerazione in consistenza con un obiettivo di crescita della autoproduzione di circa il 20%. I sistemi di cogenerazione e trigenerazione consentono un risparmio energetico complessivo nell'ordine del 30% rispetto ai sistemi tradizionali di produzione dell'energia elettrica e svolgono un ruolo non trascurabile per TIM in particolare nei siti industriali, nei centri elaborazione dati (CED), che presentano fabbisogni energetici significativi ed elevate esigenze di riscaldamento/raffreddamento.

L'efficienza energetica di TIM è stata anche riconosciuta tramite l'assegnazione di Titoli di Efficienza Energetica (TEE, detti anche Certificati Bianchi): alla fine del 2016 il numero complessivo di progetti approvati è arrivato a 41, corrispondenti ad un valore economico stimato a prezzi attuali, su 5 anni, pari a 44,5 milioni di euro. I titoli, detti anche certificati bianchi, attestano il conseguimento di risparmi energetici negli usi finali di energia attraverso interventi di incremento dell'efficienza energetica virtuosi perché più performanti rispetto alla media nazionale. La valorizzazione nel 2016 dei ricavi da TEE tramite vendita è pari a circa 21 milioni di euro.

Nel corso del 2016 sono stati implementati numerosi interventi; i principali sono descritti nel seguito.

Interventi in continuità in ambito industriale:

- Piano Lighting relativo alle centrali di rete fissa: è stato completato il piano di sostituzione dei corpi illuminanti tradizionali (neon) presenti nelle Centrali di rete fissa con tubi a tecnologia LED. Nel corso del 2016 sono stati installati tutti i 108.500 tubi previsti che si aggiungono ai 100.000 sostituiti nel 2015. Il risparmio energetico previsto a regime è di circa 7 GWh.
- Centrali di rete fissa: sono stati completati gli interventi di compattamento apparati. Il progetto ha portato alla virtualizzazione ed efficientamento dei server di rete. I benefici di tali interventi sono legati per una quota significativa alla riduzione dei consumi energetici degli apparati stimata, a regime, in circa 2,5 GWh.
- Sono proseguite le iniziative di decommissioning di piattaforme tecnologiche "obsolete" che hanno riguardato principalmente i seguenti progetti:
 - PSTN: il Progetto prevede la migrazione degli accessi tradizionali (ad eccezione di quelli ISDN) verso piattaforme innovative (VoIP). Ciò permetterà di ridurre i consumi energetici, l'occupazione degli spazi, la manutenzione ed in generale di superare l'obsolescenza degli impianti tradizionali. Di conseguenza è proseguito nel 2016 il piano di spegnimento degli apparati stradali non più necessari (circa 9.400).
 - E' stato completato il progetto di passaggio a superSGU. L'iniziativa mirava al compattamento di apparati di rete fissa concentrando le funzioni di alcuni Stadi di Gruppo Urbano (SGU) su un ridotto numero di 'superSGU' con beneficio diretto sulla riduzione dei consumi energetici, stimata a regime in circa 3 GWh.
 - ATM: il Progetto prevede l'ottimizzazione degli accessi dati il verso una progressiva



dismissione degli apparati ATM e spostamento su apparati a tecnologia IP. Ciò permetterà di ridurre i consumi energetici ed in generale di superare l'obsolescenza degli impianti tradizionali.

- Quick-Hits: fanno parte di questa categoria i Piani di ammodernamento di sistemi aziendali in obsolescenza tramite una semplificazione dell'architettura che permette di aumentare l'efficienza energetica.
- Sistemi di alimentazione: è stato completato il piano di sostituzione integrale delle stazioni di energia di maggiori dimensioni e con più basso rendimento che ha portato all'installazione di 235 nuovi apparati; sono inoltre terminati gli interventi di sostituzione dei moduli raddrizzatori che hanno interessato 253 stazioni di energia; in questo modo è stato possibile elevarne il rendimento medio al di sopra del 90%.
- Sistemi di condizionamento: in ambito rete fissa è stato completato il piano di sostituzione dei Gruppi Frigo (83) e dei Condizionatori (215) obsoleti, con nuovi apparati a maggior rendimento; per quanto riguarda la rete mobile nel 2016 sono state sostituite 120 stazioni di energia e adottate soluzioni di free-cooling che hanno permesso di spegnere 122 sistemi di condizionamento.
- È stato completato il progetto di Gestione dei set point; tale intervento prevede l'installazione di un pulsante benessere atto a consentire ai tecnici in opera un temporaneo miglioramento della temperatura di sala per la durata dell'intervento.

In totale nel 2016, per l'ammodernamento tecnologico e l'efficientamento degli impianti a servizio delle Centrali di rete fissa e delle Stazioni Radio Base di rete mobile sono stati effettuati:

- 608 interventi su stazioni di energia;
- 420 interventi su impianti di condizionamento;
- 1.187 interventi su batterie.

Per gli interventi del 2016 su sistemi di alimentazione e condizionamento in ambito industriale si stima a regime una riduzione complessiva dei consumi di circa 20 GWh; ove possibile, verranno richiesti i relativi Titoli di Efficienza Energetica (certificati bianchi).

Interventi in continuità in ambito uffici:

- Progetto Lighting LED: è stato completato il progetto di sostituzione dei corpi illuminanti tradizionali a neon avviato negli anni precedenti nei locali ad uso ufficio nelle principali sedi aziendali con tecnologia LED e sensori di presenza e regolazione flusso luminoso (dimmer). Nel 2016 sono state sostituite ulteriori 1.800 lampade al neon.
- Progetto di sostituzione UPS: completato il piano di sostituzione degli UPS con vita media superiore a 10/15 anni e vetustà normativa, con conseguente ottimizzazione del condizionamento degli uffici.

In ambito sperimentazioni è stata completata la realizzazione dei 4 impianti di solar-cooling (Regione Puglia) con l'obiettivo di utilizzare l'energia solare per il completo fabbisogno termico della centrale, mediante assorbitori a bromuro di litio.

Interventi nuovi in ambito industriale:

- Coibentazione Centrali: sono stati completati gli interventi per minimizzare i consumi energetici, attraverso l'applicazione di pellicole riflettenti su vetri, l'oscuramento interno totale, la coibentazione dei cassoni, l'estensione del free cooling, la coibentazione interna del solaio di copertura, la coibentazione delle pareti, la chiusura di forometrie e cavedi di passaggio impianti, l'installazione di chiudi porta oleodinamici e strumenti di monitoraggio.
- "Smart Building": è stata completata l'installazione di opportuna sensoristica ambientale su 2 PoP¹ TIM (Padova e Mestre) con l'obiettivo di ottimizzare i consumi legati al condizionamento attraverso la creazione di mappe termiche, il calcolo delle temperature di set point ottimali e la programmazione ottimale dell'utilizzo dei diversi Gruppi Frigo.

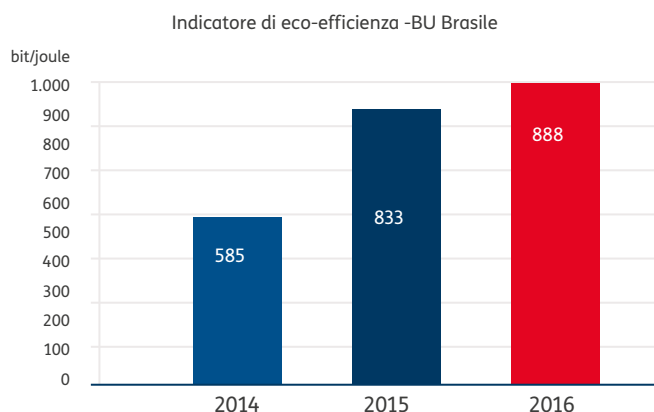
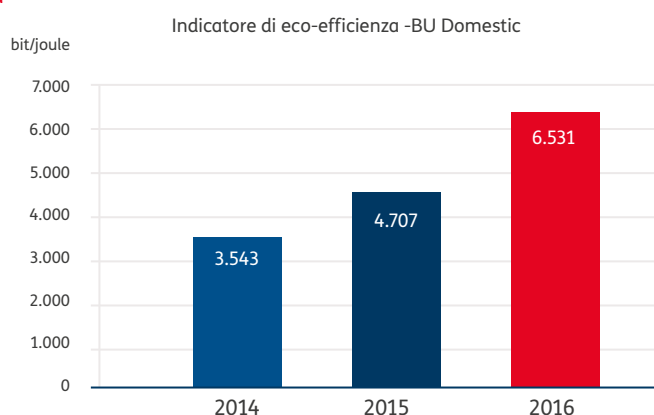
¹ I PoP, o Point of Presence, sono punti di accesso alla rete lungo la rete di accesso.



INDICATORE DI ECO-EFFICIENZA

[G4-EN5] Il Gruppo misura la propria efficienza energetica mediante un indicatore che mette in relazione il servizio offerto alla clientela in termini di bit trasmessi con l'impatto sull'ambiente rappresentato dai joule di energia consumati. Vengono presi in considerazione i valori di traffico dati e voce da rete fissa/mobile e i consumi energetici industriali (per uso trasmissivo e di condizionamento delle centrali), civili (energia elettrica per uso ufficio, condizionamento e riscaldamento sedi) e i consumi per autotrazione. I grafici che seguono mostrano l'andamento dell'indicatore di eco-efficienza negli ultimi tre anni per le BU Domestic e Brasile.

Eco-efficienza



Nel 2016 il valore dell'indicatore calcolato per la BU Domestic è risultato pari a 6.531 bit/joule, in crescita di circa 39% rispetto al 2015 e di 84% rispetto al 2014. L'impegno prosegue con la definizione per il 2017 di un obiettivo di 8.500 bit/Joule, pari ad un incremento di +30% rispetto al dato 2016 (cfr. Obiettivi 2017 in Appendice).

Anche l'indicatore di eco-efficienza calcolato per il Brasile mostra un continuo miglioramento nel tempo: nel 2016 è cresciuto di circa il 7% rispetto al 2015 e di circa il 52% rispetto al 2014, e ciò è dovuto ad un sostanziale aumento del traffico dati nel corso dell'ultimo anno che non ha comportato un corrispondente aumento del consumo di energia elettrica grazie all'efficienza della rete. I valori degli indicatori calcolati rispettivamente per l'Italia e per il Brasile non sono peraltro confrontabili direttamente in quanto le due realtà sono molto diverse dal punto di vista operativo e ambientale: per esempio in Brasile il traffico è prevalentemente da rete mobile, e come già menzionato non vengono utilizzati combustibili per riscaldamento date le particolari condizioni climatiche.



EMISSIONI ATMOSFERICHE

[G4-EN15], [G4-EN16], [G4-EN17], [G4-EN19] Le emissioni di gas ad effetto serra del Gruppo sono costituite quasi esclusivamente dall'anidride carbonica e sono da ricondursi all'utilizzo di combustibili fossili, per riscaldamento, autotrazione, produzione di energia elettrica, acquisto di energia elettrica prodotta da terzi e agli spostamenti del personale (in occasione di viaggi di lavoro o per spostamenti casa-lavoro). Vengono inoltre considerate e convertite in kg di CO₂ equivalente anche le dispersioni di gas idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC) dagli impianti di condizionamento.

Anche per le emissioni in atmosfera vengono seguite le linee guida del Global Reporting Initiative – GRI Version 4 - che rimandano alle definizioni del GHG Protocol - distinguendo tra emissioni dirette (Scope1: utilizzo di combustibili fossili per autotrazione, riscaldamento, generazione di energia elettrica), emissioni indirette (Scope2: acquisto di energia elettrica a uso industriale e civile) e altre emissioni indirette (Scope3). Le emissioni in atmosfera riportate nel presente Bilancio, salvo diversa indicazione, sono state calcolate in base ai coefficienti aggiornati resi disponibili dal GHG Protocol.



Nella tabella che segue sono riportate le emissioni complessive di CO₂ del Gruppo.

Emissioni atmosferiche

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

		Gruppo	Domestic	Brasile
Emissioni di CO ₂ per autotrazione	kg	49.673.594	96%	4%
Emissioni di CO ₂ per riscaldamento	kg	26.862.102	100%	0%
Emissioni di CO ₂ equivalenti per dispersioni HCFC/HFC(*)	kg	6.112.260	100%	0%
Emissioni di CO ₂ da generazione elettrica da cogenerazione	kg	59.332.797	100%	0%
Emissioni di CO ₂ da generazione elettrica mediante gasolio	kg	3.170.846	74%	26%
Totale emissioni dirette di CO₂ - ex Scope1 GRI	kg	145.151.599	98%	2%
2016 su 2015		(6)%	(6)%	(20)%
2016 su 2014		3%	4%	(24)%
Emissioni di CO ₂ da acquisto di energia elettrica prodotta da fonti miste	kg	770.216.498	93%	7%
Totale emissioni indirette di CO₂ - ex Scope2 GRI	kg	770.216.498	93%	7%
2016 su 2015		826%	5688%	(23)%
2016 su 2014		865%	5169%	(18)%
Emissioni di CO ₂ da spostamenti casa-lavoro**	kg	64.755.152	92%	8%
Emissioni di CO ₂ da spostamenti aerei***	kg	4.999.265	56%	44%
Emissioni di CO ₂ da spostamenti in treno****	kg	618.298	100%	0%
Totale altre emissioni indirette di CO₂ - ex Scope3 GRI	kg	70.372.715	90%	10%
2016 su 2015		(10)%	(8)%	(28)%
2016 su 2014		(10)%	(9)%	(21)%
Totale emissioni di CO₂	kg	985.823.334	93%	7%
2016 su 2015		210%	295%	(23)%
2016 su 2014		228%	317%	(18)%

(*) La valorizzazione delle emissioni di CO₂ equivalente degli idroclorofluorocarburi (HCFC) e idrofluorocarburi (HFC) è effettuata facendo riferimento a specifici parametri del Global Warming Potential per i due gas: l'indice è basato su una scala relativa che confronta il gas considerato con un'uguale massa di biossido di carbonio il cui GWP è pari a 1. Il GWP utilizzato per HCFC è pari a 1.780 e quello per HFC è pari a 1.300.

(**) Nella determinazione dell'impatto degli spostamenti casa-lavoro si prendono a riferimento dati statistici elaborati sul personale aziendale.

(***) Il calcolo delle emissioni per gli spostamenti aerei è stato effettuato a cura del centro studi e ricerche della American Express (l'Agenzia di Viaggi a cui si appoggia TIM) supportato dal DEFRA (Department of Environment, Food and Rural Affairs del Regno Unito) sulla base del numero di tratte effettivamente operate, suddivise in funzione della tipologia di durata del singolo viaggio (breve, media o lunga).

(****) Il calcolo delle emissioni per gli spostamenti in treno è relativo all'Italia e solo per la S.p.A., ed è stato ricavato dai report di LifeGate (utilizzati unicamente per la valorizzazione della CO₂ Rail). I fattori di emissione fanno riferimento ai mezzi di trasporto adibiti al trasporto passeggeri e derivano da due fonti principali: 1. Annuario delle emissioni ambientali legate al trasporto annualmente calcolate dall'Istituto Superiore per la Protezione e la Ricerca Ambientale (ISPRA); 2. Database Ecoinvent versione 2.2; i fattori di emissione sono stati calcolati usando i fattori di caratterizzazione rilasciati dall'Intergovernmental Panel of Climate Change (IPCC) nel 2007.



Le emissioni prodotte dall'acquisto di energia elettrica da fonti miste (Scope2) hanno subito un incremento significativo nel 2016 rispetto ai due anni precedenti. Come già accennato in precedenza, ciò è conseguenza della decisione di non investire in Italia nell'acquisto di garanzie d'origine, che certificano l'energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili, a differenza dei due anni precedenti, ma piuttosto in interventi di efficienza energetica che hanno riguardato l'infrastruttura di rete e le sedi sociali.

ACQUA

[G4-EN8]

Consumo di acqua

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

		Gruppo	Domestic	Brasile
Consumo di acqua prelevata da pozzi artesiani	m ³	25.000	100%	0%
Consumo di acqua prelevata da enti erogatori	m ³	3.875.353	96%	4%
Consumo di acqua prelevata da altre fonti	m ³	36.823	0%	100%
Totale consumo di acqua	m ³	3.937.176	95%	5%
2016 su 2015		(31)%	(32)%	(2)%
2016 su 2014		(18)%	(17)%	(24)%

In generale il consumo di acqua tende a diminuire, grazie ad interventi mirati di gestione e sensibilizzazione.

CARTA

Carta per uso ufficio e commerciale

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

		Gruppo	Domestic	Brasile
Carta non riciclata e non certificata acquistata per uso ufficio	kg	10.700	100%	0%
Carta riciclata acquistata per uso ufficio	kg	2.017	40%	60%
Carta certificata FSC acquistata per uso ufficio	kg	167.033	87%	13%
Totale carta acquistata per uso ufficio	kg	179.750	87%	13%
2016 su 2015		(37)%	(37)%	(40)%
2016 su 2014		(49)%	(49)%	(48)%
Totale carta acquistata per uso commerciale	kg	2.844.702	72%	28%
2016 su 2015		(30)%	23%	(67)%
2016 su 2014		(26)%	56%	(68)%



Gli acquisti di carta continuano a essere orientati, sia per gli usi d'ufficio sia per l'uso commerciale (bollette telefoniche), verso le tipologie che rispondono ai più elevati standard ambientali basati sulla gestione responsabile delle foreste secondo i requisiti del Forest Stewardship Council (FSC, cfr. fsc.org).

La riduzione dei consumi di carta per uso di ufficio esposta in tabella segue un trend storico frutto dell'opera di sensibilizzazione sull'utilizzo responsabile della carta in ambito lavorativo e di razionalizzazione dei consumi ottenuta attraverso il progetto "printing on demand" che prevede l'impiego di stampanti condivise ad alte prestazioni e modalità di stampa che permettono di ridurre i consumi energetici e risparmiare materiale. Inoltre verso la fine del 2015 TIM ha aderito al progetto Cloud Printing di Olivetti per far fronte all'esigenza di rinnovo tecnologico delle apparecchiature di printing, con l'obiettivo di ottimizzare i processi di stampa e di conseguenza ridurre i costi. I nuovi dispositivi di stampa sono caratterizzati da elevata efficienza energetica e presentano un ridotto impatto ambientale.

Sono continuate le attività volte alla riduzione complessiva dei consumi di carta per uso commerciale, tra cui la promozione presso i clienti del ricorso a fatture ed estratti conto in formato elettronico.

RIFIUTI

[G4-EN23] I dati indicati nella tabella si riferiscono alle quantità di rifiuti conferiti¹ e contabilizzati per legge²

Rifiuti conferiti

% di incidenza delle Business Unit sui valori di Gruppo e variazione % rispetto ai 2 anni precedenti

		Gruppo	Domestic	Brasile
Rifiuti pericolosi	kg	3.576.468	98%	2%
Rifiuti non pericolosi	kg	9.142.157	95%	5%
Totale rifiuti conferiti(*)	kg	12.718.625	96%	4%
2016 su 2015		(26)%	(25)%	(30)%
2016 su 2014		(3)%	(4)%	31%
Rifiuti avviati a riciclo o recupero	kg	12.235.314	99%	1%
% Rifiuti avviati a riciclo o recupero		96%	99%	27%

(*) I dati non includono i pali telefonici di competenza della BU Domestic in quanto non conferiti come rifiuti ordinari ma gestiti in base all'accordo di programma concluso nel 2003 con il Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio, il Ministero delle Attività Produttive e le imprese di produzione e di recupero, previo parere favorevole della conferenza Stato-Regioni-Province autonome. Nel 2016 sono stati dismessi da TIM 130.258 pali, per un peso equivalente di 10.420.640 kg.

¹ Per "rifiuti conferiti" si intendono i rifiuti consegnati al trasportatore per l'avvio a riciclo e recupero o smaltimento.

² Lievi scostamenti rispetto alla situazione definita al 31 dicembre si potranno avere fino al 30 marzo successivo in quanto la fonte dei dati è rappresentata dai registri di carico e scarico dei rifiuti che si consolidano una volta verificato il peso reale a destino; l'informazione è fornita al produttore del rifiuto entro 3 mesi dal conferimento e ciò giustifica la possibilità di scostamento del dato.



I dati relativi ai rifiuti presentano un andamento variabile nel tempo in relazione ai quantitativi e alle tipologie consegnati alle ditte incaricate per il loro trattamento. Il dato di maggior rilievo, per quanto riguarda TIM, è rappresentato dal rapporto fra i rifiuti prodotti e quelli conferiti per riciclo/recupero che ha raggiunto un livello notevole.

Il Decreto ministeriale n. 65 dell'8 marzo 2010 (pubblicato in Gazzetta Ufficiale il 10 maggio 2010) ha reso esecutivo, a partire dal 18 giugno 2010, il processo di ritiro dei Rifiuti di Apparecchiature Elettriche ed Elettroniche (RAEE) da parte di tutti i canali di vendita di TIM con la conseguente iscrizione in qualità di "distributore" all'Albo nazionale gestori ambientali. TIM ha stipulato contratti mirati con società specializzate nella gestione di prodotti usati, guasti e giunti a fine vita, con l'obiettivo di permettere il recupero della componentistica e delle materie prime, ottenendo al contempo tangibili benefici economici derivanti appunto dalla loro valorizzazione.

Nel 2016 le varie attività di gestione hanno consentito di rigenerare prodotti di logistica e materiali di rete (58.386 pezzi), rigenerare prodotti di logistica commerciale (119.367 pezzi), inviare al recupero della componentistica e delle materie prime (458.185 pezzi, quasi esclusivamente di telefonia fissa) e rivendere prodotti usati (67.786 pezzi, quasi esclusivamente di telefonia mobile).

In Brasile TIM raccoglie e gestisce terminali mobili, batterie ed accessori presso i propri negozi attraverso il programma Recarregue o Planeta (Ricarica il Pianeta). Nel 2016 ne sono stati raccolti complessivamente 961 kg, che sono stati inviati a recupero/riciclo o smaltiti in modo conforme alla legislazione vigente.

Tale attività ha una duplice valenza: contribuire alla riduzione dei RAEE prodotti e al contempo generare un beneficio economico derivante dalla differenza tra il costo che dovrebbe essere sostenuto per l'acquisto di apparati nuovi e il costo di rigenerazione.

EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE

L'attenzione del Gruppo TIM al tema delle emissioni elettromagnetiche si sostanzia:

- nella gestione attenta degli impianti durante tutto il ciclo di vita e nel rispetto della normativa vigente e degli standard interni di efficienza e di sicurezza;
- nell'uso e nella ricerca costante di strumenti tecnologici all'avanguardia per l'attività di controllo e di verifica.

Il monitoraggio sistematico dei livelli di emissioni elettromagnetiche degli impianti è finalizzato a garantire il rispetto dei limiti di legge e il mantenimento di elevati standard di sicurezza per la popolazione e per i lavoratori. In base ai controlli effettuati sul territorio italiano le emissioni elettromagnetiche generate rientrano ampiamente nei limiti di legge.

Nell'ambito dell'attività di certificazione dei terminali per telefonia mobile venduti sul mercato con il brand TIM, TILab svolge su tutti i prodotti tecnologicamente innovativi i test per la verifica del SAR (Specific Absorption Rate) dichiarato dai fornitori. Tale parametro stima la quantità di energia elettromagnetica per unità di massa corporea assorbita dal corpo umano in caso di esposizione al campo elettromagnetico generato da telefoni e altri dispositivi mobili. TIM certifica e mette in vendita attraverso la propria rete commerciale solo terminali mobili che presentano un valore di SAR inferiore al valore limite fissato dalla normativa europea. Nel determinare tale conformità TIM segue le indicazioni definite nelle linee guida ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) e successive dichiarazioni di conformità¹. Tale qualificazione, effettuata nella fase di pre-commercializzazione quando

¹ Guidelines for Limiting Exposure to Time-Varying Electric, Magnetic, and Electromagnetic Fields (up to 300 GHz). Health Physics 74 (4): 494-522; 1998; Statement on the "Guidelines for limiting exposure to time-varying electric, ma-



spesso TIM non dispone del valore di SAR dichiarato dal fornitore, conferisce al test un valore ulteriore rispetto a un semplice controllo di qualità.

Nell'ambito delle valutazioni del SAR, anche nel corso del 2016 sono state effettuate prove su dispositivi mobili in prossimità del corpo umano. Le misurazioni di SAR sono state effettuate su diciassette nuovi modelli di "smartphone" in tecnologia 2G-3G e cinque nuovi modelli di tablet 3G/WiFi/LTE tecnologicamente innovativi.

I risultati ottenuti hanno confermato il rispetto del limite previsto dalla Normativa Europea per tutti i dispositivi sottoposti a prova. Sono inoltre in corso attività congiunte con alcune ARPA per la valutazione dei campi elettromagnetici irradiati dalle SRB, tenendo conto dell'effettiva potenza trasmessa in funzione del traffico e dei meccanismi di power control, in conformità con le variazioni del DPCM 8/7/2003 contenute nel Decreto legge sulla crescita 179/2012. Analoga attenzione è posta alle emissioni dei terminali mobili attivi sulle bande di frequenza operate da TIM.

In Brasile le radiazioni non ionizzanti emesse dalle stazioni radio base di TIM Brasil rientrano ampiamente nei parametri dettati dalla World Health Organization e adottati dall'Anatel. Tutte le stazioni radio base di TIM Brasil hanno la licenza di operare rilasciata dall'Anatel.

CONFORMITA' CON LA LEGISLAZIONE AMBIENTALE VIGENTE

Le Società del Gruppo quali componenti attive e responsabili delle comunità in cui operano sono impegnate a rispettare e far rispettare al proprio interno le leggi vigenti negli Stati in cui svolgono la propria attività, e adottano strumenti organizzativi atti a prevenire la violazione di disposizioni di legge¹. Nel corso del 2016 non sono state inflitte alle aziende del Gruppo in Italia sanzioni pecuniarie significative² per violazioni alla legislazione ambientale riscontrate nelle aree in cui le stesse svolgono le proprie attività. Tale considerazione ha valenza anche per i due anni precedenti.

In Brasile a TIM sono state inflitte 341 sanzioni significative nel corso del 2016, tutte per aver messo in funzione stazioni radio base senza aver atteso il rilascio dell'autorizzazione ambientale da parte dell'organismo competente; TIM ha presentato ricorso ed è in attesa del giudizio da parte dell'autorità competente. Nel 2015 ne era stata inflitta una, risolta, per la stessa ragione, mentre non ne erano pervenute negli anni precedenti.

Per l'anno 2016 sono anche da segnalare 7 sanzioni amministrative non pecuniarie; nessuna sanzione di questo tipo da segnalare nei due anni precedenti mentre non si riportano casi di risoluzione di controversie ambientali attraverso meccanismi di conciliazione. In Brasile non è prevista la forma di risoluzione conciliativa delle eventuali controversie ambientali.

L'ICT può influenzare le caratteristiche di prezzo, efficienza e convenienza relativa dei prodotti e servizi finendo per incidere sulla stessa domanda di servizi aumentando complessivamente la domanda energetica. Può inoltre accelerare l'obsolescenza dei prodotti e rendere necessaria la gestione dei rifiuti tecnologici che ne derivano. È responsabilità del settore ICT, e quindi anche di TIM, tenere in considerazione questi effetti puntando alla ricerca e sviluppo di prodotti a basso impatto ambientale lungo tutto il proprio ciclo di vita (cfr. Digitalizzazione). Nel 2016 nel Gruppo sono state gestite in maniera centralizzata 90.177 audioconferenze (-5% rispetto al 2015) e 45.223 videoconferenze (+2% rispetto al 2015). A queste si aggiunge l'utilizzo di servizi di audioconferenza "Free Access" assegnati a dipendenti/gruppi di lavoro

gnetic and electromagnetic fields (up to 300 GHz)". Health Physics 97(3):257-259; 2009.

¹ Principi enunciati nel Codice Etico e di Condotta di Gruppo e nella policy per il Rispetto dei Diritti Umani

² Si considerano sanzioni pecuniarie significative per il Gruppo in Italia quelle per un importo superiore a 500.000 euro; il Brasile utilizza per la propria rendicontazione un importo di 100.000 reais.



autorizzati, per i quali al momento non viene valutato l'effettivo utilizzo¹. Si stima che il ricorso a questi sistemi di comunicazione abbia permesso di evitare consistenti emissioni di anidride carbonica (e altri inquinanti) connesse all'utilizzo dei mezzi di trasporto.

TIM ECO-FRIENDLY

TIM ha lanciato già alla fine degli anni 90 una serie di attività interne di ricerca e sviluppo per realizzare terminali a impatto ambientale ridotto. Migliorare l'efficienza ambientale dei prodotti proposti ai clienti, sia privati che business, significa avere cura degli aspetti energetici, ottimizzando i consumi rispetto alle esigenze dei servizi erogati e applicare regole di "Design For Environment" che riducano gli impatti sull'ambiente, in particolare nella fase di produzione e nella gestione del fine vita degli apparati.

Seguendo e ampliando questa logica è stato creato il logo TIM Green, ribattezzato TIM eco-friendly nel 2015, che identifica sia le iniziative e i progetti di TIM rivolti alla tutela dell'ambiente sia i prodotti eco-compatibili.

Per i prodotti e le iniziative che recano tale marchio vengono fornite informazioni sulle caratteristiche e sulle specifiche soluzioni adottate, in virtù delle quali è dimostrabile la loro eco-compatibilità e/o il vantaggio che se ne ricava in termini ambientali. Nel caso dei prodotti queste informazioni sono riportate sia sulla dichiarazione ambientale redatta in conformità alla Norma UNI EN ISO 14021, sia nella sezione di sostenibilità del sito telecomitalia.com in cui sono disponibili anche informazioni sulle caratteristiche di eco-compatibilità delle iniziative e dei progetti.

Fanno parte della linea Green alcuni prodotti, sviluppati in collaborazione con i fornitori, dedicati alla clientela business e consumer.

Le dichiarazioni ambientali più recenti prodotte sono relative a 6 nuovi prodotti² lanciati nel 2016, cioè:

- lo Smart Modem per servizi broadband prodotto da Technicolor, che in funzionamento attivo permette di risparmiare l'8% di energia elettrica in più rispetto ai valori obiettivo del Codice di Condotta Europeo sul consumo di energia degli Apparati Broadband;
- lo Smart Modem per servizi Broadband prodotto da Sercomm, che in un annodi funzionamento consente di risparmiare circa il 19% di energia elettrica rispetto ai già sfidanti obiettivi stabiliti dal Codice di Condotta Europeo sul consumo di energia degli Apparati Broadband;
- il telefono "Sirio Classico", prodotto da Bertana, che viene offerto ai clienti TIM per il servizio di telefonia fissa, che per un utilizzo medio annuo consente di risparmiare oltre il 90% di energia elettrica rispetto ad un modello con simili funzionalità alimentato da rete;
- il nuovo decoder TIMvision con Android TV™ che per un utilizzo medio annuo permette di risparmiare oltre il 64% di energia elettrica rispetto al decoder della generazione precedente ed è dotato di un alimentatore caratterizzato da un'elevata efficienza energetica, superiore all'84%;
- il telefono cordless FACILE DESIGN prodotto da Motorola che attraverso l'attivazione delle modalità «ECO» e «ECO Plus» consente di ridurre il consumo di energia elettrica fino al 99% rispetto a prodotti di generazione precedente;

¹ La Free Access è sempre attiva, e non viene conteggiato il numero di volte che il singolo codice viene utilizzato ma viene solo monitorato, per il controllo dello stato di occupazione totale della piattaforma, lo stato delle porte attive.

² Nel 2015 i nuovi prodotti della linea TIM eco-friendly sono stati 4, mentre nel 2014 sono stati 3.



- il Modem FIBRA per servizi ultra broadband prodotto da ADB, che a piena funzionalità consente di risparmiare circa il 23% di energia elettrica rispetto ai già sfidanti valori obiettivo del Codice di Condotta Europeo sul consumo di energia degli Apparati Broadband.

Il risparmio di energia elettrica si traduce anche in una equivalente riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Va anche sottolineato che tutti i prodotti della linea TIM eco-friendly sono progettati applicando criteri di eco-progettazione e sia la scocca che l'imballo sono realizzati con materiali omogenei, riciclati e/o riciclabili.





Cultura Digitale



Accanto al progetto d'infrastrutturazione, TIM si è fatta promotrice di diverse iniziative tese ad aumentare l'alfabetizzazione digitale, la dotazione tecnologica della popolazione e l'utilizzo di servizi che sfruttano le potenzialità della rete internet.

A tale proposito TIM ha utilizzato diverse strategie (dai convegni alle sperimentazioni sul campo al finanziamento di start-up) al fine di esplorare e far conoscere le possibilità applicative offerte dal digitale in molte aree di interesse sociale ed economico: la scuola, i servizi offerti dalla PA ai cittadini, le applicazioni rivolte a persone con disabilità, le soluzioni innovative indirizzate alle imprese, ai distretti industriali, alle città.

Possono costituire un esempio in questo senso iniziative patrocinate per diffondere la conoscenza di soluzioni ideate per aumentare l'efficienza dei processi della PA: dalla fatturazione elettronica alla firma grafometrica, dai servizi di identità digitale alla certificazione amministrativa e sanitaria. L'e-Government può anche ridurre i costi della burocrazia. **[G4-EC8b]** Non a caso la CE ha identificato come uno dei principali obiettivi da raggiungere nell'implementazione dell'Agenda Digitale proprio il favorire il decollo dei servizi di e-Government.

[G4-EC8b] Le competenze digitali hanno un ruolo cruciale nella nostra società e rappresentano uno dei principali fattori di vantaggio competitivo delle economie degli ultimi due decenni, come evidenziato in molti lavori realizzati dall'OCSE o promossi dalla CE.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] Anche su questo tema l'Agenda Digitale chiede ai Paesi membri di intervenire per ampliare la conoscenza degli strumenti digitali e aumentare il numero di persone in possesso di skills digitali evoluti anche attraverso la diffusione di tecnologie IC nelle scuole, che diventano attori chiave per costruire le nuove competenze. In questa prospettiva, le scuole devono compiere un cambiamento radicale sia del modo di progettare e proporre l'offerta formativa, sia del modo di rapportare alunni, insegnanti e famiglie. Proprio per l'importanza data al tema, la CE monitora costantemente la velocità dell'introduzione delle tecnologie digitali nelle scuole e nei processi didattici. Un recente rapporto di confronto elaborato dalla CE evidenzia che la presenza di computer connessi ad Internet è un fattore critico a tutti i livelli dell'offerta scolastica in Italia.

Le società del Gruppo, inoltre, considerano con favore e, se del caso, forniscono sostegno a iniziative sociali, culturali e educative orientate alla promozione della persona e al miglioramento delle sue condizioni di vita.

[G4-DMA Local Communities]

TemI materiali in questo capitolo:

- gestione dell'innovazione
- copertura della rete e Disaster Recovery
- programmi di anticorruzione

Policy aziendali rilevanti:

Codice Etico e di Condotta del Gruppo TIM, Policy Diritti Umani, Policy anticorruzione, Procedura segnalazioni per il controllo interno, Procedura segnalazioni al Collegio Sindacale, Linee guida del Gruppo TIM per i contributi volontari alla comunità, Guidelines concerning the relations between TIM and Local Administrations and other Local Entities, Guidelines concerning stakeholder engagement in TIM, disponibili sul sito telecomitalia.com

Efficacia e monitoraggio:

per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione e dalle strutture preposte al controllo interno, l'Azienda fa uso di alcuni



KPI numerici. Il presente capitolo espone quelli relativi alla formazione sulle procedure anti-corruzione, sugli episodi di corruzione rilevati in Azienda e tra i suoi fornitori. Rilevanti sono inoltre i KPI relativi alla copertura del territorio con le infrastrutture di larga banda, esposti nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*.

Per i progetti con le comunità, le società del Gruppo interagiscono con:

- la società civile: tutti i cittadini e quelli con particolari esigenze (giovani, anziani,

MACRO AREE D'INTERVENTO	INDIVIDUAZIONE DEI PROGETTI	REALIZZAZIONE DEI PROGETTI
<p>Gli investimenti nella comunità riguardano due principali aree d'intervento:</p> <ul style="list-style-type: none"> - attività volontarie coerenti con il core business del Gruppo, collegate all'offerta di servizi ICT ; - attività finalizzate allo sviluppo generale della comunità che comprendono principalmente le attività di Fondazione TIM. 	<p>TIM individua i progetti da realizzare sulla base di:</p> <ul style="list-style-type: none"> - consultazione degli stakeholder e contatti diretti con le associazioni della società civile; - progetti di partnership con stakeholder e associazioni; - benchmark con gli altri operatori di TLC europei; - partecipazione ad associazioni di settore; - conoscenza delle problematiche di settore condivisa con le altre funzioni del Gruppo; - sollecitazioni esterne come risposta a urgenze sociali (per esempio nel caso di terremoti). 	<p>La realizzazione di ciascun progetto passa attraverso 4 fasi:</p> <p>pianificazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - vengono individuati gli obiettivi da raggiungere, i destinatari del progetto, le tempistiche delle singole attività, la durata complessiva dell'iniziativa, i modi per monitorare il progetto, il budget; <p>selezione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - tramite bandi pubblici; - tramite scelta diretta dell'Azienda, maturata a valle del processo di consultazione degli stakeholder, in coerenza con le linee guida per i contributi volontari alla comunità ; <p>gestione:</p> <ul style="list-style-type: none"> - di regola avviene attraverso partnership o accordi quadro. Talvolta vengono effettuate delle erogazioni in denaro lasciando la gestione dell'attività all'ente/ associazione beneficiari; <p>controllo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - avviene con modalità differenti a seconda delle peculiarità dei singoli progetti.

- diversamente abili, ecc.), le loro associazioni rappresentative e le non profit in genere;
- le Istituzioni: enti locali e Istituzioni centrali nazionali e sovranazionali;
- gli istituti universitari e di ricerca;
- i media tradizionali e i social media.



RAPPORTI CON LE COMUNITÀ LOCALI

[G4-DMA Local Communities] TIM si impegna quotidianamente affinché le sue relazioni con le Amministrazioni e gli enti locali siano durature e soddisfacenti, nel convincimento che solo in questo modo si possano creare le condizioni per una crescita di entrambe le parti che consenta agli enti locali di migliorare la qualità della vita dei cittadini e a TIM di raggiungere i suoi obiettivi di business.

Per raggiungere questo obiettivo, TIM, nelle sue operazioni, pone in primo piano il rispetto dei diritti delle comunità locali e si offre per fornire soluzioni adeguate alle esigenze espresse dagli enti locali su temi relativi alle tecnologie delle comunicazioni, raccogliendo le istanze che sorgono spontaneamente e informando gli enti locali sulle innovazioni tecnologiche che possono migliorare la qualità della vita e la diffusione della cultura digitale.

In TIM esiste una funzione centrale interamente dedicata alla gestione delle relazioni con gli enti locali, che, tra l'altro, coordina le relazioni intrattenute dalle funzioni territoriali con gli enti locali anche tramite i "local accounts". Inoltre, insieme a eventuali altri settori coinvolti per questioni specifiche, questa funzione centrale:

- definisce i criteri per selezionare gli enti locali con cui avere relazioni, così come le modalità di gestione delle relazioni;
- valuta i rischi e le opportunità derivanti da tali relazioni;
- stabilisce le priorità;
- contribuisce alla redazione di accordi con gli enti locali;
- ascolta sistematicamente le richieste e le segnalazioni degli enti locali e provvede al loro corretto indirizzamento presso le funzioni competenti all'interno TIM;
- organizza sessioni di ascolto e incontri informativi;
- supporta le altre funzioni di TIM nel momento in cui debbono realizzare un progetto che impatta sul territorio;
- organizza sessioni con i local accounts territoriali allo scopo di condividere informazioni su argomenti rilevanti;
- esercita un ruolo di facilitatore per la realizzazione di progetti.

Poiché la missione primaria di TIM è la fornitura di servizi ICT, particolare attenzione viene posta alle organizzazioni che hanno a che fare con tali servizi, in particolare a chi si occupa di:

- upgrade e sviluppo delle reti;
- miglioramento di servizi ICT pubblici;
- copertura broadband;
- inclusione digitale di tipo sociale;
- realizzazione dell'Agenda Digitale;
- gestione fondi pubblici;
- sviluppo agenda urbana di sviluppo locale.

Le modalità di gestione dei progetti congiunti tra TIM e gli enti locali prevedono la specifica di ruoli e doveri di ciascuna parte, di meccanismi di controllo formali e strumenti di misurazione. TIM favorisce la costituzione di comitati di controllo congiunti, cioè, comitati formati da rappresentanti di tutte le parti coinvolte. La composizione e gli obiettivi dei comitati sono definiti secondo le esigenze specifiche del progetto, e prevedono la presenza degli stakeholder senza alcun tipo di discriminazione, in particolare, senza discriminazione di genere.

Nel pieno rispetto dei principi di trasparenza e accountability, TIM risponde in modo flessibile alle richieste pervenute con qualunque modalità.



[G4-SO1] In virtù della capillarità della sua rete, il Gruppo TIM intrattiene rapporti con gli enti locali su tutto il territorio, e le attività di valutazione degli impatti delle operazioni e dei piani di sviluppo vengono effettuate per qualsiasi tipo di intervento, che avviene comunque sempre nel pieno rispetto non solo della normativa vigente, ma anche delle esigenze delle comunità locali.

[G4-SO2] I possibili impatti negativi, dovuti esclusivamente agli scavi per canalizzazione o al posizionamento delle stazioni radio base, sono mitigati grazie all'utilizzo di tecnologie a basso impatto ambientale, quali le minitrincee e grazie agli accordi preventivi con le comunità locali, ad esempio, sui luoghi dove posizionare le antenne. In Brasile, in particolare, per decidere sul posizionamento delle stazioni radio base, vengono regolarmente consultate le Istituzioni preposte alla salvaguardia dell'ambiente oltre a utilizzare strutture multifunzionali che migliorano la qualità della trasmissione dati e possono essere contestualmente utilizzate per l'illuminazione pubblica e la videosorveglianza¹.

PROGETTI DI CULTURA DIGITALE

Come già descritto, le competenze digitali hanno un ruolo cruciale nella nostra società e rappresentano uno dei principali fattori di vantaggio competitivo delle economie degli ultimi due decenni, come evidenziato in molti lavori realizzati dall'OCSE o promossi dalla CE. Il problema fondamentale è che gli studenti di oggi sono dei "nativi digitali", cioè nati e cresciuti insieme alle nuove tecnologie, mentre la scuola che li educa è in forte ritardo nell'utilizzo di tecnologie e supporti didattici multimediali.

Il digital divide, il divario tra chi ha accesso effettivo alle nuove tecnologie dell'informazione e chi ne è escluso, risulta purtroppo molto robusto anche in ambito scolastico, rivelando una preoccupante disparità tra le attuali modalità di insegnamento e quelle di apprendimento. L'effetto più evidente di questa situazione è che i tradizionali sistemi pedagogici risultano sempre più incapaci di attrarre giovani abituati a guardare ben oltre il libro di testo, affascinati da ciò che consente loro di entrare in comunicazione diretta con le tematiche.

La didattica digitale si offre ai docenti come strategia di insegnamento attivo, capace di valorizzare la partecipazione del discente e di metterlo alla prova in un ambiente più "reale", in un connubio di sapere e saper fare, da sempre poco sperimentato all'interno della scuola "cattedratica".

L'educazione che utilizza le nuove tecnologie, miscelando con i metodi canonici, dota docenti e studenti di strumenti che possono portare a una vera innovazione, necessaria allo sviluppo sociale e tecnologico di questo XXI secolo.

Le ICT offrono strumenti di lavoro, di condivisione e cooperazione, consentendo ai docenti di "erogare educazione" in modo integrato e potenziando anche le competenze necessarie all'apprendimento indipendente. In questo contesto risulta chiaro ed evidente il potenziale di supporto che TIM può garantire all'evoluzione della scuola italiana.

TIM partecipa, in qualità di partner Fondatore Mecenate, a **Programma il Futuro**, un'iniziativa del MIUR che favorisce l'introduzione del pensiero computazionale e del coding nei programmi didattici delle scuole di ogni ordine e grado. Il progetto è attuato dal CINI (Consorzio

¹ TIM Brasil ha lanciato il Biosite, un palo metallico capace di supportare tutto l'equipaggiamento necessario per l'installazione di una Stazione Radio Base all'interno della propria struttura come meglio spiegato nel capitolo *Tutela dell'ambiente*.



Interuniversitario Nazionale per l'Informatica) e l'Azienda supporta tutte le attività attraverso tre tipologie d'intervento: sostegno economico, comunicazione e volontariato d'impresa, con oltre 400 dipendenti volontari che offrono collaborazione e attività di tutoraggio a docenti e studenti. In affiancamento a questo progetto l'iniziativa **TIM4Coding** promuove l'insegnamento de l'"Ora del Codice" sia presso le scuole sia presso gli acceleratori TIM#Wcap contribuendo alla formazione dei professionisti del futuro, anche attraverso la collaborazione dei TIM ambassador. TIM, inoltre, nel 2016 ha lanciato **A scuola di Digitale con TIM**, il progetto in collaborazione con il MIUR per avvicinare i docenti al mondo e agli strumenti digitali, per offrire loro una visione d'insieme sulle applicazioni tecnologiche che aggiungono valore e nuove opportunità alla didattica. Si tratta di un progetto di durata biennale che coinvolge i docenti delle scuole di ogni ordine e grado in 18 regioni italiane. Nel Lazio, la prima regione interessata all'inizio dell'anno scolastico 2016-2017, l'iniziativa ha coinvolto circa 500 docenti.

L'educazione al digitale passa anche attraverso ambienti e mezzi non necessariamente legati al sistema scolastico, proprio per intercettare un pubblico più vasto ed eterogeneo. Per questo TIM è scesa in campo nel 2016 producendo **Start!**, un programma televisivo che racconta come il digitale e l'innovazione possono contribuire concretamente a migliorare la vita delle persone. Un programma di factual entertainment condotto da Francesco Mandelli e Federico Russo che durante le 10 puntate andate in onda su Rai 2 ha accompagnato i telespettatori alla scoperta di tante start up innovative ed utili. Questa prima edizione del programma ha riscontrato un grande successo di pubblico, con più di 600k telespettatori a settimana e uno share medio del 6,4%. La sicurezza in rete è promossa attraverso la partecipazione a varie associazioni quali la ICT Coalition for children online che raggruppa circa 25 aziende ICT¹ con la finalità di scambiare best practice tra le aziende e sviluppare policy e soluzioni per garantire un ambiente sicuro ai bambini quando navigano online. Nel 2016 sono stati aggiornati i principi generali dell'associazione. La ICT Coalition organizza un forum semestrale, a cui partecipano le aziende e le istituzioni maggiormente rilevanti, sia a livello europeo che internazionale, alcune NGO e altri gruppi di interesse. Oltre alla ICT Coalition, il Gruppo partecipa attivamente agli incontri e ai lavori dell'Alliance to better protect minors online, piattaforma lanciata dalla Commissione Europea con l'obiettivo di facilitare la conclusione di un codice di condotta tra gli attori maggiormente rilevanti e rappresentativi del settore digitale. L'iniziativa è stata lanciata a settembre, e chiuderà la prima fase a febbraio del 2017 con la firma di uno *statement of purpose*, una sorta di dichiarazione di intenti che verrà sottoscritta dalle aziende che hanno partecipato ai lavori.

Su questi temi, la funzione CSV ha lanciato il progetto **Navigare Sicuri**, una piattaforma digitale (app e sito web) strutturata in 3 macro aree: una sezione bambini, il cui obiettivo è sensibilizzare i giovanissimi (target 8-12 anni) ai rischi del digitale e veicolare le dieci regole da seguire nella navigazione in rete in maniera ludica ed accattivante; una sezione genitori, il cui obiettivo è sensibilizzare i genitori sui pericoli del web seguendo le raccomandazioni del FOSI² e una sezione educatori.

#TIMgirlsHackathon³ si propone di contribuire a colmare i gap di genere nell'ambito della cultura scientifica. Una maratona di circa 7 ore per avvicinare le ragazze ancora sui banchi di scuola al coding. La sfida è, in una sola giornata e senza competenza alcuna, realizzare una vera e propria app su un tema prestabilito. Una giornata di formazione fuori dall'aula in un ambiente stimolante e sfidante nel quale poter conoscere *mentor* eccezionali, *testimonial* di una *leadership* al femminile

¹ Tra le società sono presenti Vodafone, Orange, Telefonica, Google, Twitter, Facebook oltre a Telecom Italia.

² Family Online Safety Institute - www.fosi.org

³ Il termine nasce come composizione dei due termini: hack e marathon, a partire dal virtuosismo informatico promosso dagli hacker; è un evento a cui partecipano, a vario titolo, esperti di diversi settori dell'informatica e tra le finalità, oltre a obiettivi di carattere tecnico, possono essere inclusi obiettivi didattici e sociali.



che ha saputo abbattere pregiudizi e vincoli culturali. Il tema dei #TIMgirlsHackathon è stato il cyberbullismo e l'uso consapevole del web.

Cultura digitale è inoltre l'ambito dei progetti finalizzati ad avvicinare contenuti culturali d'eccellenza e linguaggi digitali, capitalizzando le possibilità di interazione offerte dalla rete. In questo modo l'Azienda si attesta come partner innovativo del sistema culturale e artistico italiano, assumendo un ruolo riconosciuto dagli interlocutori che la affiancano nei diversi settori culturali delle iniziative di diffusione digitale.

La partnership con **Accademia Nazionale di Santa Cecilia** si sviluppa nel progetto PappanoinWeb ideato per portare la grande musica classica al grande pubblico della rete. L'iniziativa, giunta alla sesta edizione nel 2016, si è arricchita quest'anno dell'esperienza della WebArena, uno spazio tecnologicamente allestito dall'Azienda all'interno della sala da concerto, dedicato ai giovani under 30 liberi di connettersi per condividere foto, video, emozioni ed esperienze reali. Durante i sei anni di programmazione i concerti proposti sono stati seguiti da oltre 200mila utenti streaming su telecomitalia.com/pappanoinweb, grazie anche alle guide all'ascolto, alle interviste esclusive e alla possibilità di interagire con i musicologi dell'Accademia durante le dirette. Due prove di concerto aperte hanno inoltre permesso a più di 3.000 colleghi di vivere l'emozione del *backstage* con i protagonisti e assistere senza filtri alle difficoltà di *performance* musicali di alto livello.

In ambito "storytelling & performing arts" si segnala la partnership con **Scuola Holden** di Torino fondata da Alessandro Baricco, che sperimenta nuovi modi di insegnare e di condividere idee, conoscenze, creatività attraverso il digitale. La rete diviene veicolo per mettere a disposizione lezioni con grandi maestri ed eventi speciali che accadono nella scuola. La collaborazione, giunta nel 2016 al terzo anno, ha reso possibile la realizzazione di un laboratorio multimediale d'avanguardia dentro la scuola, che supporta, con un gruppo di lavoro formato dai migliori studenti, la comunicazione di alcuni progetti di sostenibilità del Gruppo.

Sul fronte brasiliano, la strategia d'investimento sociale di Tim Participações mira a favorire l'inclusione sociale delle fasce svantaggiate della popolazione brasiliana, in particolare bambini e adolescenti, attraverso la realizzazione di progetti educativi che rafforzino il concetto di "impresa senza frontiere" anche all'interno della sfera sociale.

Nel 2013 è stato fondato l'Istituto TIM al fine di impostare strategie e mettere in campo risorse per la diffusione di scienza e innovazione a supporto dello sviluppo della collettività in Brasile, in particolare attraverso la tecnologia mobile.

Sono state individuate quattro aree d'intervento sulle quali sviluppare progetti:

- education/insegnamento
- application
- lavoro
- inclusione sociale



Di seguito un riepilogo del “modus operandi” dell’Istituto TIM e alcuni progetti del 2016.

MODALITA'	OBIETTIVI STRATEGICI	SELEZIONE E CONTROLLO PROGETTI
<ul style="list-style-type: none"> Partnership con organizzazioni, Istituzioni e enti pubblici e privati Software gratuito/ open source technologies e materiali. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizzazione di progetti educativi per l’inclusione sociale di giovani e adolescenti. Realizzazione di progetti di formazione per incentivare l’uso quotidiano del web e del mobile come strumenti di sviluppo e inclusione sociale. 	<ul style="list-style-type: none"> La selezione dei progetti avviene in base alla loro rispondenza alle strategie e ai requisiti aziendali. Il controllo delle iniziative e loro valutazione finale avviene a posteriori. Per ciascun progetto viene redatto un report in cui viene fornita una descrizione dettagliata dell’iniziativa e i risultati raggiunti, anche in termini quantitativi.

O Círculo da Matemática do Brasil (Il Circolo dei Matematici Brasiliano)

Uno dei maggiori ostacoli che si frappone al progresso scientifico e tecnologico in Brasile è lo scarso livello dell’insegnamento della matematica nelle scuole. Secondo il Ministero dell’istruzione, solo il 42% degli studenti di terza elementare è capace di eseguire semplici operazioni aritmetiche come addizioni e sottrazioni. Nel Programma Internazionale per la Valutazione dell’Allievo (PISA) 2012, il Brasile, considerati i risultati ottenuti in matematica dai suoi studenti, si è posizionato solo al 58° posto in una classifica che interessava 65 nazioni.

Focalizzando l’attenzione sui primi anni della scuola primaria, il progetto O Círculo da Matemática do Brasil, in collaborazione con i suoi fondatori, i professori Bob ed Ellen Kaplan dell’Università di Harvard, introduce nel paese l’approccio del Circolo della Matematica, perfezionando e adattandone i contenuti alla realtà brasiliana. Il punto di forza del Circolo della Matematica sta nel suo aspetto pedagogico, secondo cui la partecipazione e la riflessione degli studenti è fondamentale per l’apprendimento delle conoscenze matematiche. Nel 2013, si sono tenute 7.000 lezioni legate al progetto O Círculo da Matemática do Brasil, con il coinvolgimento di oltre 6.000 studenti tra i 7 e i 9 anni provenienti da 61 scuole di tutto il paese. Il progetto è iniziato con la formazione di 50 insegnanti selezionati da scuole pubbliche di tutto il paese. Gli insegnanti hanno preso parte ad un workshop di formazione con Bob e Ellen Kaplan e hanno imparato a replicare in aula l’approccio del Circolo della Matematica con i propri studenti.

Alla fine del periodo è stata condotta una valutazione sull’impatto del progetto, che ha dimostrato che in soli tre mesi le competenze degli studenti in matematica sono aumentate del 5,7%. Nel 2014 si sono tenute oltre 14.000 lezioni presso scuole pubbliche brasiliane nei comuni di Duque de Caxias (RJ), Porto Velho (RO), Belém (PA), Brasilia (DF), Fortaleza (CE), Aracaju (SE), Salvador (BA), Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro (RJ) e San Paolo (SP), coinvolgendo 8.000 studenti e promuovendo la formazione di 200 insegnanti provenienti dalle scuole in cui si sono tenute le lezioni. Nel luglio dello stesso anno, sono stati selezionati tre insegnanti per partecipare alla 7ª formazione annuale tenutasi nel Math Circle Summer Teacher Training Institute, presso l’Università di Notre Dame, nell’Indiana (Stati Uniti), in veste di ambasciatori del programma O Círculo da Matemática do Brasil. La valutazione sull’impatto registrato alla fine dell’anno ha evidenziato che i bambini che hanno preso parte al progetto hanno migliorato le proprie competenze in matematica in media del 7,3%. Nel 2015 sono



state coinvolte nel progetto e lo sono tuttora, 12 città, e 5.548 studenti. Verso giugno, 50 insegnanti hanno iniziato a prendere parte attivamente a questo processo di formazione, replicandone l'approccio e divenendo responsabili della formazione di altri 2.146 insegnanti. Ciò permetterà a più di 75.000 studenti di 20 città brasiliane di godere dei frutti di questo metodo di insegnamento. Nel 2016 il progetto è continuato con altri 50 insegnanti che hanno completato il processo di formazione nel mese di aprile, diventando responsabili di altri 1.800 insegnanti in ulteriori 20 città.

TIM Faz Ciência (TIM Fa Scienza)

I risultati degli studenti brasiliani in ambito scientifico son tutt'altro che ideali. Il test di scienze condotto nel 2012 dal PISA (Programma Internazionale per la valutazione dell'allievo), ha posto il Brasile al 59° posto di una classifica che interessava 65 paesi. Tra i tre ambiti valutati - lettura, matematica e scienze - quest'ultimo è stato quello in cui gli studenti brasiliani hanno ottenuto i risultati meno soddisfacenti. Tuttavia, durante l'anno scolastico 2014, più di 2.000 insegnanti delle scuole pubbliche di tutto il Paese sono stati in grado di applicare un approccio più interessante durante le lezioni di scienze.

Nella seconda metà del 2013, l'Istituto TIM ha dato vita a TIM Faz Ciência (TIM Fa Scienza): un'attività educativa rivolta a insegnanti e studenti del 4° e 5° anno della scuola primaria. Il progetto prevede lo sviluppo di un insieme di risorse volte a guidare i docenti nell'insegnamento delle basi del pensiero scientifico ai bambini. Il contenuto esplora le nozioni di definizione, osservazione, formulazione di domande e ipotesi, classificazione, verifica, applicazione e generalizzazione.

Complessivamente, nel 2014, 70.000 studenti sono stati invitati ad esplorare le nozioni e i concetti scientifici in modo più piacevole ed efficace. Nel 2015, il programma ha coinvolto oltre 125.000 studenti e 4.000 insegnanti ed è stato adottato da 6 città come progetto di formazione locale mentre nel 2016 gli studenti sono saliti a 136.764, gli insegnanti a 4.731 in 115 città del Paese.



Le persone che lavorano nel Gruppo sono le figure che hanno il maggiore interesse al successo della loro relazione con l'Azienda e, con loro, le rappresentanze sindacali. Allo stesso modo, sono fortemente coinvolte in questa relazione le famiglie dei dipendenti e, in misura minore ma comunque importante, le comunità all'interno delle quali le persone di TIM conducono la propria vita. Le dimensioni del Gruppo giustificano inoltre un forte interessamento non solo da parte degli Enti e Istituti Pubblici che si occupano di tematiche relative al mondo del lavoro, ma anche dello stesso Governo.

[G4-DMA Employment], [G4-DMA Labor/Management Relations], [G4-DMA Occupational Health and Safety],[G4-DMA Training and Education], [G4-DMA Diversity and Equal Opportunity], [G4-DMA Equal Remuneration for Women and Men], [G4-DMA Labor Practice Grievance Mechanisms]

↑ Temi materiali in questo capitolo:

- gestione dell'organico, ricambio generazionale e valorizzazione dei talenti;
- salute e sicurezza sul lavoro.

Policy aziendali rilevanti: Codice Etico e Carta dei Valori; Policy per il Rispetto dei Diritti Umani del Gruppo; HRO Strategy; Policy di responsabilità sociale su lavoro infantile, lavoro obbligato, salute e sicurezza, libertà di associazione e diritto alla contrattazione collettiva, discriminazione, procedure disciplinari, orario di lavoro, retribuzione; Carta delle pari opportunità. Di fondamentale importanza sono, in questo contesto, gli accordi con le rappresentanze sindacali e, in particolar modo, i Contratti Collettivi di Lavoro.

Efficacia e monitoraggio: per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi, oltre al monitoraggio previsto dalle numerose procedure interne e dai comitati azienda-sindacato, l'Azienda fa uso di alcuni KPI numerici. Il presente capitolo espone quelli relativi alla struttura e all'evoluzione dell'organico, alla formazione, alla salute e sicurezza, alla remunerazione, alle non conformità e alle segnalazioni relative al lavoro. In appendice al Bilancio sono esposti i KPI per cui l'Azienda si è posta target numerici, quali i target relativi alla formazione e, in particolare, alla formazione su salute e sicurezza e i target relativi agli infortuni.

→

La nuova Business Strategy, definita per il rilancio del posizionamento dell'Azienda, è caratterizzata da un significativo cambiamento di rotta che si focalizza su alcune direttrici prioritarie di rilevanza strategica, quali lo sviluppo delle reti di nuova generazione, il rinnovamento dell'offerta, il potenziamento della customer experience, unite ad una forte attenzione ai costi e alla produttività.

In coerenza con il nuovo orientamento strategico, nel mese di giugno 2016, la funzione People Value, rinominata Human Resources & Organizational Development, ha messo a punto una HRO Strategy, basata su 4 aree principali di intervento:

- **controllo del costo del lavoro:** garantire un corretto dimensionamento quanti-qualitativo degli organici, nel rispetto delle condizioni economico-finanziarie dell'Azienda;
- **allineamento del modello di rewarding:** ridefinire strumenti di *total rewarding* a supporto del raggiungimento degli obiettivi del Gruppo, in coerenza con i principi di sostenibilità finanziaria;
- **allineamento del modello organizzativo e dei processi:** sostenere la *lean organization* attraverso la semplificazione degli assetti organizzativi con focus sull'efficacia ed efficienza dei processi e la riduzione dei costi esterni;



- **ridefinizione del modello di competenze e allineamento dei processi di sviluppo:** collegare a tutti i processi di valutazione e sviluppo un nuovo mix di competenze professionali e manageriali per supportare l'identificazione e la valorizzazione delle persone che maggiormente esprimono le caratteristiche richieste dall'attuale contesto organizzativo e di business.

In questo contesto, alcune iniziative della funzione HRO sono state riorientate o riadattate in relazione alle attuali priorità strategiche.

LE PERSONE DI TIM: I NUMERI DI SINTESI¹

[G4-9] La più sintetica visione dei numeri delle persone del Gruppo è espressa dalla seguente tabella:

(unità)	31.12.2016	31.12.2015	Variazione
Italia	51.122	52.554	(1.432)
Estero	10.103	13.310	(3.207)
Totale personale a payroll	61.225	65.864	(4.639)
Personale con contratto di lavoro somministrato	4	3	1
Totale personale	61.229	65.867	(4.638)
Attività non correnti destinate a essere cedute - estero	-	16.228	(16.228)
Totale	61.229	82.095	(20.866)

Escludendo i lavoratori con contratto di lavoro somministrato, il personale di Gruppo presenta un decremento di 4.639 unità rispetto al 31 dicembre 2015.

(unità)	Entrate	Uscite	Variazione netta
Domestic	628	2.082	(1.454)
Brasile	1.920	5.113	(3.193)
Altre attività	39	55	(16)
Turnover	2.587	7.250	(4.663)

Le variazioni sono dovute a

- entrata nel perimetro di consolidamento della Società Noverca (24 unità);
- turnover netto (al netto cioè delle variazioni di perimetro) in diminuzione di 4.663 unità, così dettagliato per singola Business Unit:

¹ I dati delle tabelle contenute nel capitolo Le nostre persone, salvo ove diversamente indicato, riguardano tutte le società del Gruppo (cfr. *Sostenibilità e Governance/Reporting*).

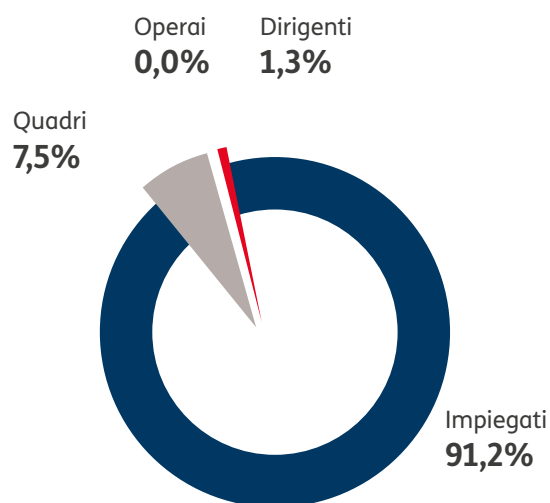


Turnover: dettaglio per BU	Assunzioni	Cessazioni	Passaggi infra Gruppo +	Passaggi infra Gruppo -	Totale variazione
Domestic	396	1.831	232	-251	(1.454)
Brasile	1.920	5.113			(3.193)
Altre attività	1	36	38	-19	(16)
Turnover	2.317	6.980	270	-270	(4.663)

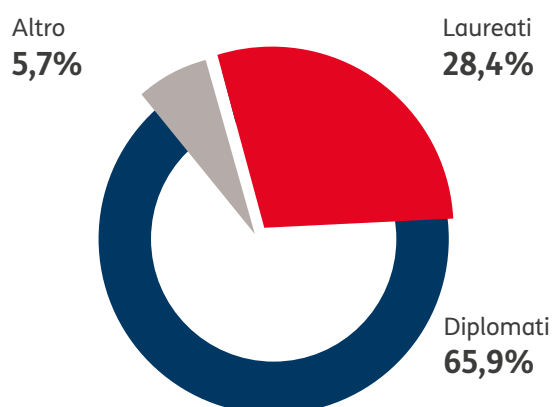
La composizione delle persone del Gruppo, al netto del personale con contratto di lavoro somministrato, può essere analizzata secondo varie tipologie di segmentazione:

Gruppo TIM: distribuzione per categorie professionali e titolo di studio

Gruppo TIM: distribuzione per categorie professionali



Gruppo TIM: distribuzione per titolo di studio





Distribuzione dei dipendenti del Gruppo per area geografica

(unità)	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014	Variazione (16/15)
Italia	51.122	52.554	52.878	(1.432)
Estero	10.103	13.310	13.138	(3.207)
Totale	61.225	65.864	66.016	(4.639)

Distribuzione delle assunzioni del Gruppo per area geografica

(unità)	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014	Variazione (16/15)
Italia	378	325	575	53
Estero	1.939	3.946	5.224	(2.007)
Totale	2.317	4.271	5.799	(1.954)

Per ulteriori approfondimenti sulle caratteristiche del personale del Gruppo si rinvia all'appendice del presente capitolo che, rispetto ai requisiti dello standard GRI G4, contiene i KPI specifici [G4-10], [G4-LA1], [G4-LA3], [G4-LA6], [G4-LA13], [G4-LA9].

Come meglio dettagliato successivamente e riportato nei KPI relativi, le politiche di assunzione, formazione e sviluppo si attuano all'interno delle comunità in cui le aziende del Gruppo operano; inoltre nella lettura dei KPI, si noti che:

- **[G4-10e]** TIM non fa ricorso a lavoratori in proprio (self employed workers) per lo svolgimento delle attività proprie del business, benché sia possibile che occasionalmente qualche attività di tipo consulenziale sia attribuita a professionisti che lavorano in proprio;
- **[G4-10f]** le attività del Gruppo non sono soggette a variazioni stagionali, pertanto le variazioni nell'organico sono correttamente rappresentate dalle dinamiche annuali;
- **[G4-LA3a]** tutti i dipendenti hanno diritto a congedi parentali.



EQUITÀ DI GENERE

[G4-DMA Equal Remuneration for Women and Men] Le telecomunicazioni, come tutte i settori la cui principale attività è strettamente connessa alla ricerca e allo sviluppo di nuove tecnologie, ancora nei decenni post-bellici avevano un organico a fortissima prevalenza maschile per quanto riguardava l'ingegneria e la manutenzione delle tecnologie. Man mano che le donne hanno abbracciato il mondo del lavoro e, in parallelo, la cultura e gli studi scientifici e tecnologici, è cresciuta la loro presenza all'interno delle aziende e in ruoli di maggior peso, con livelli di remunerazione più alti. In TIM S.p.A., ad esempio, l'organico femminile è cresciuto di circa 8 pp in 15 anni, e a livello di Gruppo, nello stesso periodo, di circa 9 pp.

Ciononostante, la strada da percorrere per raggiungere la parità di genere è ancora lunga. Per questo in TIM

- lo statuto del Gruppo richiede che, nel CdA, gli esponenti del genere meno rappresentato siano almeno un terzo del totale dei consiglieri, con arrotondamento, in caso di numero frazionario, all'unità superiore;
- l'attuale modello di sviluppo presta molta attenzione affinché i percorsi di crescita individuale, a partire dall'assunzione, non contengano vincoli derivanti da differenze di genere o di età, e particolare cura viene prestata alla componente femminile, a parità di competenze e di prestazioni.

[G4-LA12a]

Composizione del Consiglio di Amministrazione per genere ed età

	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
Uomini < 30	0	0	0
Uomini 30-50	2	2	4
Uomini > 50	8	9	4
Donne < 30	0	0	0
Donne 30-50	1	1	0
Donne > 50	5	5	5



[G4-LA12b]

Composizione delle categorie professionali nel Gruppo per genere e età

	2016				2015				2014			
	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Totale	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Totale	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Totale
Uomini	647	3.391	35.355	39.393	700	3.518	37.507	41.725	733	3.459	37.616	41.808
Donne	126	1.235	20.471	21.832	145	1.267	22.727	24.139	135	1.254	22.819	24.208
Totale	773	4.626	55.826	61.225	845	4.785	60.234	65.864	868	4.713	60.435	66.016
Fino a 32 anni	0	20	6.990	7.010	0	22	9.899	9.921	0	22	10.600	10.622
Da 33 a 45	61	878	15.617	16.556	87	1.081	18.016	19.184	113	1.271	19.823	21.207
Oltre 45	712	3.728	33.219	37.659	758	3.682	32.319	36.759	755	3.420	30.012	34.187
Totale	773	4.626	55.826	61.225	845	4.785	60.234	65.864	868	4.713	60.435	66.016

Lo sbilanciamento generazionale è dovuto principalmente alla componente italiana che, a causa delle avverse condizioni di mercato e per garantire l'impiego dei propri dipendenti, ha in passato rinunciato al rinnovo generazionale costituito da nuove rilevanti campagne di assunzioni.



PEOPLE CARING

TIM ritiene che essere un'azienda inclusiva, capace di prendersi cura delle sue persone, di realizzare soluzioni che mettono ognuno in condizione di dare il meglio di sé, sia alla base della sostenibilità economica e sociale. TIM dà molta importanza alla maturazione della consapevolezza interna dell'inclusione e della valorizzazione delle diversità. Per questo fissa degli obiettivi, per ora relativi soprattutto all'awareness e alla diffusione, che sono misurate attraverso survey interne. Nell'ultima survey, svolta nel 2016, si è raggiunto lo sfidante obiettivo di arrivare a oltre tre quarti della popolazione aziendale (79,5% di awareness complessiva sui programmi di equity & inclusion; una crescita di oltre il 300% rispetto all'anno precedente, superiore al target prefissato pari a +30%). Nel 2016 le iniziative realizzate hanno riguardato diversi ambiti di attività.

Work-life balance e Family Care

- 20 asili nido e 1 scuola materna: oltre ai 9 asili nido aziendali (presenti in 8 città), sono state attivate 11 convenzioni con altrettanti asili esterni ed è stata aperta una scuola materna aziendale a Roma;
- time saving - disbrigo pratiche, lavanderia/calzoleria, edicole, aree benessere (nel primo semestre dell'anno, attualmente in fase di rivisitazione);
- convenzioni di carattere immobiliare, viaggi e vacanze, banche ed istituti finanziari, pay-tv, autonoleggio, trasporti, sportivo;
- 41 soggiorni estivi per i figli dei dipendenti per un totale di 7.544 partecipanti;
- gestione della mobilità per agevolare le persone nel tragitto casa-lavoro attraverso car-pooling, navette aziendali (290 corse giornaliere nelle sedi aziendali in 4 città), rastrelliere per biciclette nelle sedi (1.782 posti bicicletta distribuiti in 29 città e 60 sedi aziendali);
- circa 10.000 biglietti ed inviti a colleghi e loro familiari per accedere ad eventi di sport, arte, cultura, musica, in aree esclusive;
- 5 incontri del programma "Push to open": per i figli dei dipendenti (140 ragazzi) si sono tenute delle sessioni per avvicinare i ragazzi al mondo del lavoro, attraverso un confronto diretto e interattivo con professionisti, esperti delle aziende e testimonianze di giovani in modalità online attraverso webcast e social network;
- Smart Working effettuato nelle città di Milano, Torino, Bologna, Roma e Palermo ha coinvolto circa 8.800 colleghi con un risparmio di circa 1.100 tonnellate di CO₂.

Iniziative di volontariato dei dipendenti

- Circa 80 colleghi sono stati coinvolti in "Programma il Futuro", iniziativa del MIUR volta a favorire l'introduzione della programmazione informatica nelle scuole primarie, attuata dal CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per Informatica);
- 1.862 dipendenti hanno rinnovato l'impegno ad aiutare CIAI (Centro Italiano Aiuti all'Infanzia), Comunità di Sant'Egidio e Save the Children, dando la loro adesione all'adozione di bambini a distanza (876 sostegni attivati);
- sono state organizzate 61 giornate di donazione del sangue (circa 1.400 donazioni di sangue nell'anno);
- nelle sedi aziendali sono stati allestiti circa 200 stand per la vendita di prodotti solidali o la raccolta di fondi ad opera di associazioni benefiche e onlus, con la partecipazione di dipendenti;
- oltre 1.000 colleghi si sono iscritti per partecipare a "Race for the Cure" organizzato dalla Fondazione Susan Komen per aiutare la ricerca contro il tumore al seno.

Equity & Inclusion Management

- Circa 200 colleghi sono stati impegnati in un progetto di ricerca/intervento per promuovere e diffondere la cultura del Diversity Management in TIM, in partnership con il Consorzio Humanitas e l'Università LUMSA;
- TIM "Equity & Inclusion Week", settimana dedicata all'inclusione e la valorizzazione delle



- diversità come fattore di successo per lo sviluppo delle competenze, realizzata in molte sedi e città dal 28 novembre al 2 dicembre 2016 con oltre 50 eventi;
- corso di formazione sui “Diritti umani” e corso di formazione su “Dare valore alla diversità”, disponibili per tutti sulla piattaforma e-learning della TIM Academy;
- attivazione della community #TIM4inclusion: oltre 200 persone TIM impegnate per la diffusione della cultura dell’inclusione;
- campagna social network “#TIM4inclusion” con 7 testimonial d’eccezione; presenza di un rimando specifico alle tematiche su equity & inclusion nei principali documenti dell’identità organizzativa: codice etico, policy Diritti Umani, carta dei valori, modello di leadership.

Disability management

In Azienda sono presenti 2.134 colleghi con disabilità¹, pari a circa il 4% della forza lavoro.

- Corso di formazione “Gestire la disabilità”, volto a comprendere meglio come relazionarsi con un collega o un collaboratore con disabilità, disponibile per tutti sulla piattaforma e-learning della TIM Academy;
- progetto “Comunico-IO” - per aumentare la capacità dei dipendenti affetti da sordità di operare in piena autonomia mediante strumenti tecnologici evoluti; questo include anche agevolazioni tariffarie per i colleghi sordi a cui non viene tariffato mai il servizio di videocomunicazione, sia che lo usino per servizio sia per contattare i propri cari;
- procedura per rendere disponibili ai colleghi sordi, in forma sottotitolata, i principali materiali video di comunicazione interna e formazione;
- policy per l’adeguamento automatico delle postazioni di lavoro, fisse e mobili, delle persone TIM con disabilità;
- caselle di posta elettronica dedicate ai colleghi sordi per consentire loro di comunicare con i principali servizi aziendali (ASSILT, Telemaco, CRALT), oltre a fornire servizi di videochiamata gratis;
- partecipazione a progetti di ricerca in partnership con centri universitari, sul disability management.

Genere

- Collaborazione con Valore D, associazione che raggruppa oltre 150 aziende, con cui abbiamo collaborato per tre progetti di ricerca;
- appuntamenti del ciclo di incontri “LeadHERship al femminile”, organizzati con la partecipazione di rappresentanti TIM e di altre aziende per raccontare casi di successo e di valorizzazione della managerialità al femminile;
- programma di reinserimento soft dopo la maternità “Nuovamente in pista”;
- partecipazione di circa 80 persone TIM ai corsi di Skill Building sulla leadership al femminile.

Orientamento sessuale e identità di genere

- equiparazione alle coppie conviventi e ai loro bambini/ragazzi (a prescindere dal sesso del partner del dipendente) di permessi, congedi, fruizione di benefit e servizi di welfare;
- attivazione dell’affinity group LGBT “TIM Rainbow”;
- membri del CdA di PARK, Liberi e Uguali, l’associazione delle aziende per la promozione delle persone LGBT nel mondo del lavoro.

[G4-DMA Occupational Health and Safety] Promozione e supporto della persona e del suo benessere

- Servizio di *counseling* del Centro People Caring (CPC) per la promozione del benessere psico-fisico, gestito da psicologi professionisti su tutto il territorio nazionale. Dalla sua



- entrata in funzione il Centro ha gestito percorsi di *counseling* per 378 colleghi, dei quali 49 nel 2016;
- “Area benessere” sulla Intranet che raccoglie tutti i servizi offerti dall’Azienda per la salute, la prevenzione e il benessere fisico delle persone, in collaborazione con Fondazione TIM e Fondazione Veronesi;
 - erogazione di sussidi economici per il supporto ai dipendenti in condizione di particolare disagio economico;
 - rimborso delle tasse universitarie, per l’iscrizione al primo anno di Università per i figli meritevoli di 388 dipendenti;
 - erogazione di 120 borse di studio Intercultura per soggiorni all’estero;
 - partecipazione, con la squadra aziendale “TIM Runners”, all’edizione 2016 della Race for the Cure (la corsa promossa per la lotta al tumore al seno). Oltre 1000 persone TIM iscritte alle 4 Race di Roma, Brescia, Bologna e Bari. TIM è stata premiata come nuova squadra più numerosa;
 - adesione, con circa 500 iscritti, alla Bike Challenge, una competizione interaziendale volta a incentivare l’utilizzo della bicicletta sia negli spostamenti casa-lavoro sia nel tempo libero, utilizzando una app che misura i km percorsi e la mancata immissione di CO₂.

Altre iniziative per i dipendenti

[G4-DMA Occupational Health and Safety] L’ASSILT (Associazione per l’assistenza sanitaria integrativa ai lavoratori delle aziende del Gruppo TIM), finanziata dalle aziende del Gruppo, dai soci lavoratori e dai soci pensionati, persegue senza fini di lucro lo scopo di erogare a favore dei soci e dei beneficiari prestazioni integrative a quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale, ivi comprese, in concorso con le strutture sanitarie pubbliche, l’effettuazione di ricerche, indagini conoscitive e interventi di prevenzione sanitaria di gruppo ed individuali, nonché la promozione di iniziative di educazione sanitaria a tutela della salute e dell’integrità fisica dei soci. L’Associazione ha erogato, nel 2016, per cassa, rimborsi per un totale di circa 52 milioni di euro (circa 600.000 pratiche). All’Associazione erano iscritte, al 31 dicembre 2016, circa 147.000 persone, di cui 49.000 dipendenti, 33.000 pensionati e 65.000 familiari. L’ASSIDA eroga ai dirigenti rimborsi per prestazioni sanitarie integrative rispetto a quelle fornite dal Servizio Sanitario Nazionale. Al 31 dicembre 2016 l’Associazione conta 3.500 iscritti, in servizio e in pensione, a cui si aggiungono i familiari per un totale di oltre 7.600 assistiti.

[G4-EC3] TELEMACO è il Fondo Pensione Nazionale Complementare per i lavoratori delle aziende del settore delle telecomunicazioni, costituito nel 1998 in forma di associazione riconosciuta senza fine di lucro, e operativo dall’ottobre 2000; l’obiettivo è assicurare ai lavoratori associati il mantenimento del proprio tenore di vita anche al momento della pensione grazie alla creazione di una previdenza complementare a quella pubblica.

E’ destinato agli operai, impiegati e quadri delle aziende che applicano il contratto nazionale delle telecomunicazioni, per i lavoratori a tempo indeterminato, di apprendistato e di inserimento, nonché ai soggetti fiscalmente a carico dei lavoratori iscritti al Fondo.

Al 31 dicembre 2016 gli iscritti dipendenti di aziende del Gruppo sono 38.803, quelli complessivi circa 59.200 e le aziende associate con iscritti attivi 191.

Il CRALT (Circolo Ricreativo Aziendale per i Lavoratori delle Aziende del Gruppo TIM) organizza per i propri soci, dipendenti, pensionati e per i familiari, iniziative di carattere turistico, sportivo, culturale e ricreativo. Il CRALT consente inoltre ai soci e ai loro familiari, attraverso la stipula di apposite convenzioni, di poter acquisire beni e servizi a prezzi/tariffe di particolare convenienza, sempre fruendo della rateizzazione delle spese. A tale riguardo, di particolare rilevanza è la convenzione e la relativa contribuzione sull’acquisto di testi scolastici e universitari a favore dei figli dei soci, quale valido sostegno alla capacità di spesa delle famiglie. Al 31 dicembre 2016 gli iscritti sono 43.588, di cui 37.995 dipendenti e 5.593 pensionati. In media nel 2016 la contribuzione dal CRALT a favore dei soci è stata di circa il 17% del costo delle iniziative.

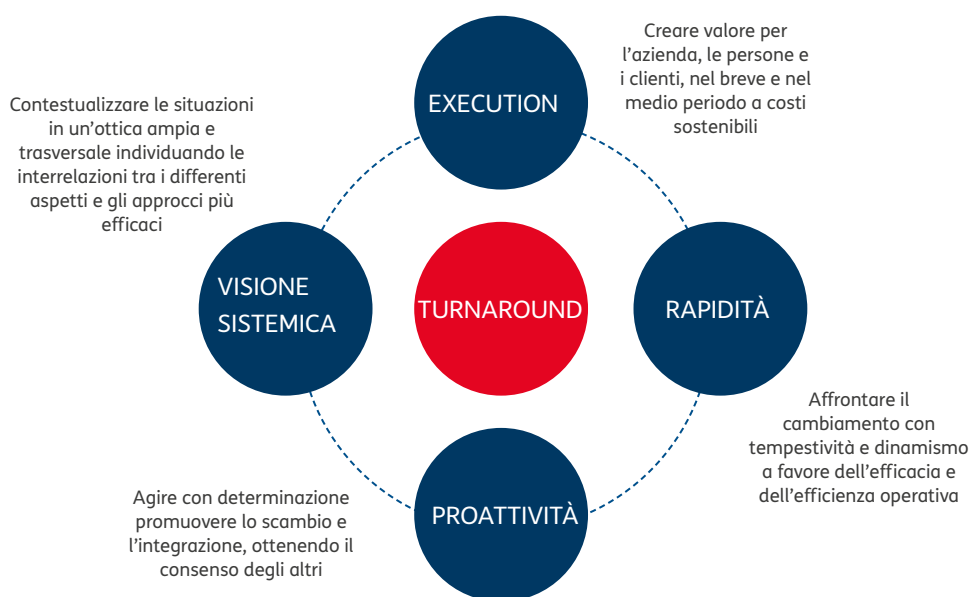


[G4-LA2], [G4-DMA Employment] Tutti i lavoratori del Gruppo, a tempo pieno o parziale, indeterminato o determinato, beneficiano degli stessi benefit, mentre, in Italia, l'istituto di previdenza complementare è esteso ai lavoratori con contratto di apprendistato e d'inserimento, oltre che ai lavoratori a tempo indeterminato.

SVILUPPO E NUOVE COMPETENZE

IL NUOVO MODELLO DI COMPETENZE

In coerenza con il ri-orientamento strategico dell'Azienda, nel primo semestre è stato definito un nuovo modello di competenze che alimenta tutti i sistemi di sviluppo (Recruiting, Performance Management, Valutazione del Potenziale, Job Mobility) e supporta l'identificazione e la valorizzazione delle persone che maggiormente esprimono le caratteristiche in linea con l'attuale contesto organizzativo e di business.



Il modello di sviluppo

[G4-LA11] Attraverso l'integrazione di tutti i processi valutativi, il modello di sviluppo vuole garantire una conoscenza accurata delle persone per realizzare piani di sviluppo individuali, calibrati sulle caratteristiche di ciascuno e finalizzati al miglioramento e alla crescita manageriale e professionale. Il modello di sviluppo si basa sul modello di competenze e tiene conto degli obiettivi della Business Strategy, nell'intento di migliorare il contributo delle persone alle nuove necessità e sfide aziendali.

Il modello si articola nei seguenti processi:

- **Recruiting e Selezione:** nel febbraio 2016 è stata rilasciata la nuova procedura di Recruitment e Selezione, finalizzata a integrare i processi di reperimento interno ed esterno delle competenze professionali e manageriali. Sempre nell'ambito della reingegnerizzazione del processo, nel mese di marzo è stato rilasciato il modulo



“Recruiting” sulla nuova piattaforma HR, denominata “PeoplePlace”. La piattaforma consentirà nel tempo la gestione di tutti i processi di selezione, sviluppo e formazione delle persone in Azienda.

- **External Recruiting:** nei primi mesi del 2016 è stato soddisfatto il fabbisogno di competenze previsto nel Piano 2015, attraverso l’inserimento di 32 neolaureati/professionalizzati, selezionati tra 330 candidati.
- **Internal Recruiting:** sono state attivate e chiuse 42 ricerche di profili professionali attraverso il job posting per i quali sono state presentate 780 candidature.
- **Programmi di Onboarding:** si tratta di programmi aventi la finalità di fornire ai nuovi assunti gli strumenti per ottimizzare la propria velocità di risposta. A maggio è stata avviata una tranches di onboarding training per 76 colleghi neoassunti nel periodo fine 2015-maggio 2016 e a ottobre una seconda tranches di onboarding modulare per altri 27 colleghi.
- **[G4-LA11] Performance Management:** il processo prevede la valutazione degli obiettivi e dei comportamenti dell’intera popolazione aziendale (manager, professional e impiegati) ed è articolato in quattro fasi (assegnazione degli obiettivi, valutazione, feedback, piani di sviluppo). Nel primo quadrimestre del 2016 si è concluso il processo di Performance Management 2015 che ha coinvolto l’intera Business Unit Domestic (circa 50.000 persone): **[G4-LA11]** il 99,8% delle persone è stata valutata dal proprio capo, il 99% delle persone ha dichiarato di aver ricevuto il feedback da parte del capo, il 91,3% delle persone aventi diritto ha ricevuto un piano di sviluppo post performance 2015 (compresi i manager). Da settembre è stato lanciato il processo di Performance Management 2016, con la fase di assegnazione degli obiettivi che si è conclusa nel mese di dicembre.
- **Piani di sviluppo individuali:** è stato progettato un sistema di analisi ed elaborazione dati, il Playbook, che, sulla base dei risultati del performance management, supporta i capi nel definire per ciascun collaboratore il relativo piano di sviluppo individuale, composto da iniziative formative, azioni *on field* e *job rotation*. La fase di assegnazione dei piani di sviluppo è stata avviata a luglio e si è conclusa alla fine di ottobre. In totale sono stati assegnati 32.392 piani (su un target di 35.552 destinatari potenziali) di cui 1.057 manageriali (su un totale di 1.387 destinatari di piani manageriali potenziali).
- **Sviluppo Manageriale:** si compone di una serie di processi e piani (assessment del potenziale; nomina alla dirigenza; succession planning; piani di sviluppo della leadership manageriale) funzionali all’individuazione e alla valorizzazione del patrimonio manageriale attuale e futuro dell’Azienda. Tali processi e piani consentono di creare dei percorsi di crescita manageriale che tendono a valorizzare prioritariamente lo scouting di risorse interne all’organizzazione rispetto al recruiting esterno.

Inoltre sono in via di completamento le progettazioni di due nuovi processi di sviluppo:

- **Knowledge Review**, con la duplice finalità di mappare le competenze tecniche presenti in Azienda e individuare i *Knowledge Holder*, cioè coloro che detengono competenze critiche. A valle di questa verifica sono previsti piani di sviluppo individuali al fine di valorizzare la leadership professionale;
- **Motivation Review**, che rileva il livello individuale della componente intrinseca della motivazione, relativa ad aspetti meno condizionati da fattori esogeni - legati all’ambiente - e quindi più stabili nel tempo. E’ basata su strumenti progettati *ad hoc*, validati attraverso una sperimentazione nel Gruppo.

In Brasile

Nel 2016 in TIM Brasil sono stati attuati quattro programmi principali che hanno avuto grande impatto sulle persone, in coerenza con i cambiamenti organizzativi e il posizionamento competitivo sul mercato:

- **Modello delle Competenze:** dopo aver definito il nuovo piano strategico, TIM Brasil ha



- adottato lo stesso Modello delle Competenze del Gruppo, focalizzato su un processo di selezione delle persone maggiormente orientato al soddisfacimento delle esigenze aziendali. Tale modello guiderà tutti i processi relativi alle Risorse Umane.
- **[G4-LA11] Performance Evaluation:** nel 2016 c'è stato un cambiamento nella scala di valutazione, che ora consiste di 7 punti, come da indicazioni di TIM. Da questo dovrebbe derivare un vantaggio di normalizzazione della curva e una migliore distribuzione dei risultati
 - **Percorsi di carriera:** nel 2016 sono proseguiti i Career Workshop, un programma che ha lo scopo di promuovere una riflessione personale per incoraggiare il coinvolgimento e l'impegno nella gestione della carriera, di aumentare la consapevolezza e promuovere un atteggiamento proattivo degli individui, avviando la costruzione di un progetto di carriera e di un Piano di Sviluppo Individuale.
 - **Cultura:** nel 2016 sono proseguite sessioni di coaching di gruppo per affrontare questioni attinenti modalità di gestione che si adeguino al livello di maturity dei team.

FORMAZIONE

[G4-LA10] Dopo il lancio nel primo semestre 2016, la TIM Academy (università corporate) ha consolidato il suo ruolo, sviluppando un approccio innovativo all'apprendimento e alla condivisione del *know how*, a supporto del processo di *trasformazione digitale* e dei *cambiamenti aziendali*.

In sintesi, la TIM Academy propone programmi, corsi e percorsi formativi in aula, *on line* e *on the job*; favorisce la condivisione di *know-how* e *skills* attraverso *community*, *workshop*, *seminari*, *think tank* con docenti e testimonial qualificati a livello nazionale e internazionale; progetta ed eroga nuovi format di apprendimento digitali: *web based training*, *video*, *webinar*, *virtual learning*, un catalogo di soluzioni formative sempre disponibili ed accessibili multidevice.

Le attività formative sono articolate in quattro macro-categorie:

- management education;
- evoluzione delle competenze di ruolo, specialistiche e new capabilities;
- sviluppo e empowerment;
- istituzionale e cultura d'impresa.

Per ciascuno dei suddetti ambiti vengono di seguito riportate le principali attività realizzate nel 2016.

Management education

La formazione manageriale è fondamentale per l'indirizzamento della strategia aziendale e dei processi di cambiamento tecnologico e organizzativo. Si sviluppa su due filoni:

- **“SALP - Social Action Learning Program”:** un percorso formativo che ha come obiettivi l'apprendimento, la collaborazione e la generazione di idee. Nel 2016 ha coinvolto circa 400 manager che, suddivisi in team in competizione tra loro, si sono confrontati su sfide aziendali attraverso modalità di lavoro *digital* e *social*, con l'obiettivo di proporre progetti

¹ In Brasile le campagne valutative si ripetono ogni anno e coinvolgono tutti i dipendenti, purché abbiano lavorato almeno 149 giorni in azienda. Nel 2016 il processo di valutazione si è concluso con un coverage pari al 91%. Per gli operatori del call center la performance è valutata attraverso un programma ad hoc.



innovativi da implementare in Azienda;

- **“Library online”**: consente a tutti i manager di fruire di video, *webinar* e materiali di *speaker* nazionali e internazionali su temi di *business*, *finance*, tecnologia e leadership. Nel 2016, circa 1.400 manager hanno usufruito dei contenuti formativi della Library online.

Evoluzione delle competenze di ruolo, specialistiche e new capabilities

[G4-LA10] La formazione per l'evoluzione delle competenze di ruolo, specialistiche e delle *new capabilities* è fondamentale per l'implementazione dei *driver* strategici, occupa quindi un ruolo centrale nel piano degli investimenti formativi del Gruppo.

Queste le iniziative 2016:

- **“Front End Unico”**: la formazione ha accompagnato la complessa trasformazione del Front End in ambito Network, garantendo l'effettiva operatività delle persone anche attraverso la misurazione dell'efficacia della formazione stessa;
- **“Skill improvement dei Tecnici on Field di Open Access”**: il progetto di *Skill Assessment*, finalizzato a incrementare l'efficacia e l'efficienza della forza lavoro, è stato avviato con una fase pilota a settembre 2015, coinvolgendo - da gennaio a giugno 2016 - l'intera popolazione di circa 9.000 tecnici *on field*. Il piano è stato realizzato in 8 campagne di 3 giornate ciascuna, su 59 sedi distribuite sull'intero territorio nazionale. I partecipanti hanno effettuato un test sulle conoscenze tecniche attese dal ruolo. Il livello di partecipazione è stato pari al 99,3%. Nel corso del 2017 verrà effettuata la formazione *blended*¹, finalizzata a sanare le aree critiche emerse nel corso della valutazione;
- **“Digital Educator di line”**: il progetto, nato dall'esigenza di Open Access di formare 92 trainer di line per lo *skill improvement* dei tecnici *on field*, è stato esteso anche ad altre funzioni coinvolgendo colleghi di Technology e di Health, Safety & Environment;
- **“Induction training”**: programma d'inserimento dedicato alle persone provenienti dal mercato esterno o da aziende del Gruppo;
- **“Mantenimento e Sviluppo di Certificazioni aziendali”**: interventi abilitanti la partecipazione a gare e appalti in ambito privato e PA Centrale e Locale;
- **“Telecomunicazioni Fisse e Mobili”**: 200 colleghi dell'*induction training* e 30 del percorso specialistico per il profilo del JobCenter “TIM Personal Consultant” hanno fruito di un corso online sulle architetture di rete e le più moderne tecnologie TLC, realizzato con l'ausilio di video, animazioni ed esercizi;
- **“L'evoluzione delle reti mobili verso LTE-A e 5G”**: percorso *blended* per circa 50 colleghi di Technology, progettato e realizzato interamente dalla Faculty di TIM Academy, con l'obiettivo di valorizzare e condividere le competenze distintive del Gruppo sulle tecnologie radiomobili;
- **“Digital BSS consumer business e caring”**: piani di formazione commerciale, mirata all'aggiornamento continuo delle competenze specialistiche di ruolo con particolare focalizzazione sulle conoscenze tecniche dell'offerta *business* e *consumer*, sui processi di gestione del cliente ed sui modelli evolutivi dei canali di vendita e di *digital marketing*.

Sviluppo e empowerment

Questa tipologia di *education* consente alle persone di potenziare le proprie capacità, in relazione all'evoluzione delle competenze richieste dal business e dal contesto organizzativo:

- **“English@TIM”**: nel 2016 sono state ridefinite le linee guida della formazione linguistica. Le tecnologie digitali hanno consentito l'estensione dell'offerta di corsi d'inglese per tutti i

¹ Blended learning o apprendimento misto o apprendimento ibrido, nella ricerca educativa si riferisce ad un mix di ambienti d'apprendimento diversi.



dipendenti. La piattaforma di formazione linguistica online consente di costruire un corso di inglese personalizzato, attraverso i tanti contenuti presenti: video, audio e articoli su tematiche di *business e general English*; esercizi, test e sezioni di approfondimento per ciascuno dei contenuti fruiti. La piattaforma offre, inoltre, la possibilità di partecipare a classi virtuali, disponibili h24 e 7 giorni su 7 con docenti collegati in video. Per comprovate esigenze di business sono stati attivati anche percorsi formativi individuali *blended*, differenziati in base al livello di conoscenza della lingua inglese;

- **“Modello di Leadership e Performance Management”**: corso rivolto a tutte le persone del Gruppo e articolato in diverse attività che mirano ad accrescere nelle persone del Gruppo la cultura necessaria per orientarne i comportamenti. I percorsi hanno coinvolto circa 35.000 persone;
- **“Smart Working”**: percorso formativo finalizzato a rafforzare la consapevolezza delle persone sul processo di cambiamento generato dal progetto Smart Working nonché a sviluppare le competenze sui nuovi modelli culturali e le nuove modalità lavorative;
- **“Talent In Action”**: progetto di sviluppo e formazione destinato a uno specifico segmento di popolazione di circa 1.000 persone, che prevede la definizione di piani di azione individuali, sulla base di un’articolata offerta formativa di circa 80 diverse iniziative, ritagliata sulle esigenze dei singoli.

Istituzionale e cultura d’impresa

Si tratta di formazione finalizzata a supportare la trasformazione della cultura organizzativa in coerenza con l’evoluzione del contesto sociale, ambientale ed economico e a diffondere le conoscenze sui contenuti richiesti dagli adempimenti di legge.

Nell’ambito di tale attività si inseriscono le iniziative di formazione promosse dalle funzioni Compliance (volte ad accrescere la consapevolezza e il rispetto dei valori del Gruppo, il miglioramento delle competenze su processi e procedure, nonché sulle metodologie e gli strumenti utilizzati), Health, Safety & Environment (volte ad assicurare il rispetto delle normative di riferimento in tema di sicurezza sul lavoro), Regolatorio e Equivalence¹ (per le tematiche relative ad Antitrust e Equivalence).

Sono state, inoltre, realizzate le seguenti attività:

- **“Compliance Day”**: la funzione Compliance ha realizzato giornate di approfondimento sui temi della Compliance dedicate a specifiche funzioni aziendali;
- **“Informazioni Privilegiate - Formazione Rights Management Services”**: modulo digitale con riferimento al trattamento delle Informazioni Privilegiate. Il corso presenta le funzionalità di utilizzo dell’applicazione “*Microsoft - Rights Management Services*” e illustra la procedura operativa “Requisiti di compliance per il trattamento delle informazioni privilegiate”;
- **“Antitrust”**: è stato realizzato un percorso *blended, on line* e in aula, con l’obiettivo di sensibilizzare i dipendenti sulla corretta applicazione della disciplina Antitrust nelle diverse funzioni operative aziendali per garantire la massima diffusione e consapevolezza dei rischi sanzionatori e risarcitori soprattutto per le funzioni che svolgono attività sensibili. Terminata a fine 2015 la fruizione del modulo *on line*, nel corso del 2016 sono state avviate circa 50 sessioni in aula che hanno coinvolto circa 3.100 persone. Attraverso i *mock-case*² i partecipanti prendono consapevolezza di tutti gli attori coinvolti dalla tematica *antitrust*, del Codice Etico e di Condotta, e del Codice di Condotta Antitrust adottato dall’Azienda.

¹ Per approfondimenti sul concetto di Equivalence vedi “Il Gruppo TIM”, paragrafo “Iniziativa regolamentari relative alla rete di accesso”

² Casi ipotetici



A fine percorso, superato il test di valutazione sull'apprendimento con il 100% di risposte corrette, viene assegnato a ciascun partecipante un "open badge" che certifica le competenze acquisite;

- **"Il Nuovo Modello di Equivalence"**: la formazione punta su nuova consapevolezza in termini di maggiore attenzione alla parità di trattamento, alla centralità dei clienti Wholesale, alla focalizzazione sulle conoscenze di processo e sul rispetto delle procedure operative. Si è intervenuto soprattutto sui processi core di Delivery ed Assurance ed è stato avviato un percorso formativo "digitale" dedicato, in particolare, sui tecnici *on field* ed *on line* di Open Access a supporto del cambiamento, finalizzato a rafforzare la cultura dell'Equivalence e a sperimentare comportamenti operativi coerenti con i nuovi processi in piena simmetria tra Wholesale e Retail;
- **"Sicurezza"**: in relazione agli obblighi previsti in attuazione delle misure di prevenzione e protezione aziendale derivanti dalla normativa vigente, sono stati erogati, in continuità con gli anni precedenti, una serie di percorsi formativi finalizzati a garantire la tutela di tutte le figure professionali che frequentano i luoghi di lavoro del Gruppo. Tutti i dipendenti sono stati coinvolti sui moduli obbligatori sulla sicurezza.

Il Job Center

[G4-LA10] Coerentemente con la scelta aziendale della valorizzazione e dello sviluppo delle competenze interne per rispondere alle continue sfide imposte dalla business transformation, è stato istituito il Job Center, con gli obiettivi di:

- riposizionare le persone attualmente dedicate ad attività di supporto verso attività ad impatto diretto sul business e sui clienti;
- qualificare professionalmente le persone da reimpiegare nelle attività precedentemente affidate ad aziende esterne ed oggi internalizzate, garantendo al contempo la tutela dell'occupazione;
- accompagnare le persone nel percorso di diversificazione, coinvolgendole nei percorsi formativi specialistici definiti nell'ambito della TIM Academy ¹.

Il Job Center rappresenta un'opportunità professionale che, da un lato, permette all'Azienda di aprirsi al mercato in maniera più efficace ed efficiente con energia, competenze e professionalità e, dall'altro, permette alle persone di mantenere costantemente aggiornato il proprio profilo professionale. Al 31 dicembre 2016 sono state coinvolte oltre 1.000 persone di cui circa il 72% ha partecipato e concluso il percorso di formazione trasversale dedicato all'acquisizione delle digital skills.

[G4-HR2], [G4-HR4], [G4-HR5], [G4-HR6], [G4-HR7] Anche nel 2016 era disponibile a tutti i dipendenti della BU Domestic il corso online sul rispetto dei Diritti Umani, legato alla pubblicazione della policy sul Rispetto dei Diritti Umani nel Gruppo; lo stesso corso, in lingua locale, è in fase di erogazione per i dipendenti della BU Brasile. Nel 2016, in Brasile, le attività formative hanno riguardato prevalentemente il rispetto del Codice Etico e del modello organizzativo 231, delle norme relative alla Salute e Sicurezza sul lavoro e della Privacy.

TIM conferma il suo impegno nel processo di trasformazione culturale, avviando percorsi formativi sui temi della Diversity (vedi paragrafo dedicato all'interno della sezione People Caring di questo capitolo). In Brasile tutti i neo-assunti sono tenuti a partecipare a corsi di formazione su tematiche aziendali quali etica, sostenibilità e politiche ambientali.

¹ Maggiori informazioni sulla TIM Academy sono contenute nel paragrafo "Formazione" di questo capitolo



Sono inoltre stati svolti, anche nel 2016, corsi di formazione di base e di aggiornamento dedicati ai settori delle Vendite e al personale dei Call Center.

[G4-LA9] Le seguenti tabelle mostrano le ore di formazione nel Gruppo per categoria professionale. Un focus comparativo della formazione per genere è contenuto in Appendice.

2016	Ore		Partecipazioni ¹	Partecipanti	Copertura ²
	Totali	Procapite			
Totale	1.823.553	29,78	505.888	57.591	94,1%
Dirigenti	27.874	36,06	3.817	745	96,4%
Quadri	87.474	18,90	23.515	4.266	92,2%
Impiegati	1.708.205	30,60	478.556	52.580	94,2%

2015	Ore		Partecipazioni	Partecipanti	Copertura
	Totali	Procapite			
Totale	2.498.571	37,94	479.209	58.628	89,0%
Dirigenti	22.113	26,17	3.771	811	96,0%
Quadri	107.240	22,41	16.046	3.946	82,5%
Impiegati	2.369.218	39,33	459.392	53.871	89,4%

2014	Ore		Partecipazioni	Partecipanti	Copertura
	Totali	Procapite			
Totale	2.837.986	42,99	453.968	63.023	95,5%
Dirigenti	23.966	27,61	4.238	800	92,2%
Quadri	133.036	28,23	17.293	4.284	90,9%
Impiegati	2.680.983	44,36	432.437	57.939	95,9%

[G4-LA9] Nel 2016 il Gruppo ha investito 15 milioni di euro, pari ad un costo di 236,12 euro pro capite, in corsi di formazione. Il valore esposto considera la sola spesa in corsi di formazione e non include il beneficio personale ottenuto dai partecipanti ai corsi e l'impatto positivo sulle performance di TIM. La valorizzazione dei corsi di formazione è quindi superiore al costo sostenuto per gli stessi

¹ Indica il numero complessivo di partecipazioni a momenti formativi nelle diverse forme previste (aula, online, training on the job)

² La copertura si riferisce al dato percentuale di partecipanti rispetto alla consistenza, cioè quante risorse del Gruppo in percentuale hanno partecipato ad almeno un evento formativo per singola categoria (dirigenti, quadri, impiegati)



[G4-HR2] Le attività formative legate al rispetto dei Diritti Umani hanno riguardato prevalentemente la diffusione della Policy per il Rispetto dei Diritti Umani del Gruppo, il rispetto del Codice Etico e del Modello Organizzativo 231 (cfr. Essere sostenibili in TIM), delle norme relative alla Salute e Sicurezza sul lavoro e della Privacy.

Numero di ore di formazione sui Diritti Umani¹

	2016	2015	2014
Domestic	110.722	253.883	397.414
Brasile	48.036	44.940	-

[G4-HR7] Tutto il personale che opera nella funzione Security di TIM è formato e aggiornato sulla legislazione e sulle normative nazionali e comunitarie in materia di sicurezza aziendale e svolge le sue attività nel pieno rispetto delle policy e delle procedure aziendali in vigore.

Percentuale di dipendenti formati sui Diritti Umani¹

	2016	2015	2014
Domestic	20,85%	46,54%	94,12%
Brasile	110%*	87,89%	-

* La percentuale considera il numero dei dipendenti ancora in azienda e coloro che l'hanno lasciata

In particolare, al fine di tutelare le risorse umane, materiali, immateriali e le infrastrutture dell'Azienda, il personale di Security svolge attività di analisi dei rischi e delle segnalazioni di incidenti di sicurezza, prevenzione delle perdite e contenimento dei danni, interfaccia verso il Dipartimento di Protezione Civile e gli altri Enti istituzionali impegnati nella gestione delle emergenze o dei grandi eventi che coinvolgono i diversi asset aziendali. Il personale di Security non svolge attività di controllo della folla e scorta a persone e valori, attività demandate istituzionalmente alle Forze di Polizia.

KNOWLEDGE MANAGEMENT

[G4-LA10] Nel 2016 è stato rafforzato e sviluppato il *deployment* del modello di *Knowledge Management* del Gruppo, il cui lancio è avvenuto nei primi mesi del 2015. L'applicazione del modello di knowledge management nella fase pilota dello scorso anno ha consentito di promuovere e diffondere la cultura della condivisione, la creazione di reti di relazioni interne ed esterne, lo scambio di conoscenze e la generazione di idee, con l'obiettivo di favorire i processi di innovazione del Gruppo.

Il modello ha guidato la creazione di una piattaforma che garantisce e sostiene:

- la patrimonializzazione, la trasmissione e lo sviluppo della conoscenza delle persone,
- la ricerca e l'innovazione,
- la competitività sui mercati.

In particolare, il modello si compone di una matrice di apprendimento, di un sistema di *governance*, di un *team* di supporto e di un set di strumenti di collaborazione *social* e in presenza che facilitino l'acquisizione di nuova conoscenza, la diffusione di *best practices*, la condivisione di esperienze e l'apprendimento.

¹ Come anticipato nei precedenti bilanci di sostenibilità 2014 e 2015, la rilevazione di questo dato nella BU brasiliana è partita dal 2015.



Inoltre, contestualmente al lancio della piattaforma tecnologica della TIM Academy, è stata aperta un'area di *social collaboration* dedicata ai percorsi di formazione che consente a docenti e partecipanti dei singoli percorsi di condividere la conoscenza generata nelle aule: materiali, contenuti e conversazioni sulle tematiche oggetto di formazione. Tale spazio comprenderà anche un'interazione con partecipanti esterni all'Azienda che fanno parte dell'ecosistema dei processi di *business* (es. *partner retail*, *contact center* esterni, studenti PhD).

Da giugno 2016, in collaborazione con la funzione Internal Identity, sono stati avviati i *TIM Smart Corners*, incontri informali di breve durata negli spazi aziendali, nei quali colleghi esperti condividono in modo volontario le loro conoscenze professionali con l'obiettivo di condividere e diffondere conoscenze relative al business, sperimentare nuove forme di apprendimento e favorire il *networking* aziendale.

E' stato implementato l'Osservatorio *New Capabilities* con l'obiettivo di identificare i trend emergenti e le nuove competenze ad alto potenziale di *business* avvalendosi del contributo di diversi poli di "osservazione" sia interni al Gruppo che esterni quali le *partnership* con il mondo universitario e della ricerca e i centri di innovazione interna. Entrambi costituiscono gli interlocutori privilegiati dell'Osservatorio, che si pone come integratore e punto di contatto all'interno del più vasto ecosistema della conoscenza. In quest'ambito, è stata lanciata ad ottobre 2016 la *Community Pioneers*, una comunità di colleghi identificati come "pionieri" delle conoscenze del proprio ambito di *expertise*: spazio *social* di confronto e approfondimento dedicato allo scouting delle nuove competenze e all'aggiornamento del *know-how* specialistico dei mestieri e delle professioni. La *Community* inoltre si pone come cinghia di trasmissione dei nuovi *know how* all'interno della TIM Academy per garantire una formazione innovativa e in linea con le sfide emergenti dei nuovi business e agevolare il costante rinnovo dei profili professionali.

COLLABORAZIONI CON LE UNIVERSITÀ E LE SCUOLE

Nel 2016 l'Azienda ha rinnovato il proprio modello di relazione con i principali *stakeholder* del mondo accademico, con le scuole e con gli enti istituzionali e sociali con l'obiettivo di abilitare ulteriormente l'innovazione e diffondere la cultura digitale. Sono state quindi attivate o consolidate *partnership* mirate a generare valore nel breve-medio periodo mettendo a disposizione il proprio *know how* per lo sviluppo e la formazione dei giovani.

Tali *partnership* si sono realizzate concretamente attraverso le seguenti principali iniziative:

- la collaborazione con le scuole secondarie, nell'ambito del progetto "Network Scuola Impresa", nato nel 2009 con l'intento di creare un rapporto strutturato con le scuole superiori anche al fine di valorizzare le competenze interne, entrare in contatto con i giovani sul territorio nazionale e promuovere l'immagine aziendale; in particolare, sul tema dell'Alternanza Scuola Lavoro TIM ha aderito ad un progetto pilota sperimentale di Assolombarda "Alternanza Licei - Imprese TLC" con la finalità di sperimentare un modello che riuscisse a coniugare gli obiettivi delle scuole con quelli dell'impresa;
- il finanziamento di borse di studio per favorire il conseguimento di un titolo post-lauream a giovani laureati in ingegneria ed economia: dal 2011 al 2016 sono state assegnate 166 borse di dottorato di ricerca (PhD) dedicate allo sviluppo di specifici progetti di ricerca di interesse aziendale, con temi che spaziano dal *cloud computing* al geomarketing, dai big data alla e-health, dall'LTE alla robotica, fino a ricomprendere tematiche attinenti al diritto e all'economia del web. Per il triennio 2017-2019 sono in corso di attivazione ulteriori 6 borse di dottorato (XXXII ciclo);



- la partecipazione al progetto pilota denominato “PHD ITalents” gestito dalla Fondazione CRUI¹ su incarico del MIUR e in partenariato con Confindustria per il collocamento di dottori di ricerca in impresa;
- il finanziamento di 10 borse di studio, per laureandi meritevoli in Ingegneria, provenienti prioritariamente dal Mezzogiorno d’Italia in ognuno dei due programmi biennali erogati da CONSEL- Consorzio Elis, mirati a sviluppare competenze ICT ;
- la collaborazione in corsi di studi post-universitari attraverso 4 master su temi collegati al nostro business;
- la sponsorizzazione della Cattedra “TIM Chair in Market Innovation”, presso l’Università Bocconi di Milano, che si è concluso nel 2016;
- le attività di divulgazione di fonti di sapere *cutting edge* sul tema della trasformazione digitale con lo scopo di trasferire la conoscenza atta a sostenere la trasformazione e l’evoluzione digitale, alimentare l’osservatorio delle *nuove competenze* attraverso la partecipazione ad eventi di *sharing, think tank* con altre aziende, incontri con esperti, divulgazione di ricerche sul tema. Di rilievo l’accordo concluso con la Business School del POLIMI per la fruizione dei contenuti d’avanguardia sul tema della trasformazione digitale presenti sul sito Osservatori.net del MIP;
- la partecipazione alla stesura del Report “Osservatorio Università-Imprese” per il dialogo e la cooperazione tra Università e Imprese, organizzato da Fondazione CRUI.

Le partnership attivate agiscono sinergicamente con le attività di Employer Branding, contribuendo al posizionamento del Gruppo tra le Top 20 Best Employer of Choice in Italia (14° posto). Nel corso dell’anno, come già riportato, TIM ha inoltre partecipato a 20 incontri presso le Università e le Scuole, incontrando oltre 5.000 studenti, laureandi e neolaureati e coinvolgendo nello staff alcuni tra gli oltre 200 Employer Brand Ambassador, giovani colleghi. Dall’inizio del 2016 sono stati attivati 35 tirocini formativi.

¹ Acronimo CRUI: Conferenza dei Rettori delle Università Italiane



COMUNICAZIONE INTERNA

Nel 2016, in coerenza con il contesto di riferimento in continua evoluzione, la comunicazione interna ha intrapreso un percorso guidato da due direttrici fondamentali:

- la conversione dai canali tradizionali della comunicazione interna verso forme più innovative, in logica web centric, per favorire la bilateralità, lo scambio e il confronto tra tutti i componenti della comunità aziendale. Criterio guida è l'ingaggio delle persone per poter contare sulla loro energia e motivazione;
- il «racconto» delle azioni e delle attività aziendali, ovvero il supporto nella diffusione delle informazioni in maniera chiara, diretta, semplice e capillare, attraverso piani di comunicazione ad hoc su ogni progetto.

Di seguito, alcuni esempi di iniziative realizzate:

- comunicazione della strategia: produzione video e iniziative editoriali in cui Presidente e Amministratore Delegato chiariscono le azioni strategiche dell'Azienda, informano sui passi futuri, rassicurano le persone sulla forza e sulla coerenza delle azioni messe in atto. Si aggiunge inoltre la collana-video "5 domande a", video interviste ai top manager per diffondere la strategia commerciale dell'Azienda. La collana ha cadenza mensile, il video è pubblicato sulla web tv, visibile da pc e da App;
- campagne informative sui progetti aziendali trasversali, in particolare piani di sviluppo e smartworking: lo scopo è informare i colleghi sulle iniziative che impattano sulla loro vita professionale;
- supporto al processo di rebranding con azioni di comunicazione interna mirate per l'Italia e per il Brasile;
- piano di comunicazione "Job Center": videostorytelling, attività editoriali intranet, redazione dei materiali informativi post-colloquio, per supportare la manovra di riqualificazione professionale dell'Azienda;
- *benchmarking* di comunicazione interna con 15 aziende di vari settori industriali, con lo scopo di confrontarsi sui trend e sulle best practices della comunicazione interna;
- rafforzamento della rete dei positive teller, realizzato tramite incontri e azioni mirate, con lo scopo di affiancare la comunicazione istituzionale attraverso azioni di diffusione delle informazioni partecipate;
- lancio di "Idea sharing", il contest di internal crowdsourcing grazie al quale i colleghi possono proporre un'idea progettuale e aggiudicarsi la possibilità di realizzarla con nuove risorse e tempo dedicato;
- lancio della Web Tv, il canale video interno con alta qualità, praticità nell'utilizzo, massima usabilità anche su smartphone;
- lancio della TIM People APP, la versione APP della Intranet con le 15 news più recenti e alcune utilities per il dipendente (visualizzazione timbrature, comunicazione malattia).

In Brasile

In Brasile, il 2016 è stato caratterizzato da importanti iniziative di People Caring & Communication atte a promuovere l'integrazione tra colleghi sul posto di lavoro, diffondere il marchio, nonché sviluppare l'attenzione nei confronti dei nostri dipendenti in ogni azione e campagna.

Nel corso di questo anno abbiamo strutturato un piano di comunicazione di marketing interno e delle azioni per presentare ai dipendenti il nuovo brand TIM e il posizionamento sul mercato per consentire loro di comprendere appieno il proprio ruolo e contribuire a questa nuova fase della società.

Un altro momento rilevante che ha caratterizzato il 2016 è stato lo spostamento della sede centrale della società. Quest'attività ha richiesto l'elaborazione di nuove modalità di



comunicazione dei vari passaggi e dell'impatto positivo sul proprio lavoro per i dipendenti. La strategia dell'area è stata caratterizzata dalla creazione di una newsletter specifica scritta in un linguaggio giovanile e amichevole, così da mitigare i dubbi e i punti di resistenza delle parti interessate.

Inoltre, il 2016 ha visto anche la creazione di iniziative per la diffusione di notizie aziendali, come Flex Office e la Comunicazione Integrata.

La Funzione People Caring & Communication ha dato vita a campagne per aumentare le attività di caring della società e i programmi per la flessibilità, la mobilità e l'uso della tecnologia, in modo tale da creare un riscontro diretto nella qualità della vita dei dipendenti, nelle loro opinioni e nella loro percezione dell'Azienda.

TUTELA DELLA SALUTE E DELLA SICUREZZA

Il sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro messo in campo da TIM assicura la piena aderenza dell'Azienda alle normative nazionali e agli accordi presi in merito con le organizzazioni sindacali, e prevede altre numerose iniziative volte ad assicurare una sicurezza sempre maggiore ai lavoratori.

[G4-LA5] In Italia la norma di riferimento è il Testo Unico sulla Salute e Sicurezza sul Lavoro, che, tra l'altro, richiede esplicitamente che ci sia partecipazione e consultazione in materia con i rappresentanti dei lavoratori. La norma richiede che il rappresentante dei lavoratori per la sicurezza sia eletto o designato dai lavoratori nell'ambito delle rappresentanze sindacali in azienda. **[G4-LA8], [G4-LA5]** Il numero, le modalità di designazione o di elezione dei rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza, nonché il tempo di lavoro retribuito e gli strumenti per l'espletamento delle funzioni sono stabiliti in sede di contrattazione collettiva. La normativa è applicata in tutte le realtà italiane e, in particolare, per quanto riguarda TIM S.p.A., sono stati istituiti i Comitati per la Salute e Sicurezza. Questi Comitati, secondo gli accordi sottoscritti con le organizzazioni sindacali, hanno un ruolo partecipativo e collaborativo atto a garantire analisi e confronto congiunto tra parte aziendale e parte sindacale su tutte le tematiche relative alla tutela della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro, a livello nazionale e territoriale. A tal fine l'accordo istitutivo dei Comitati prevede che sia il Comitato Paritetico Salute e Sicurezza Nazionale (CPSSN) sia ciascuno dei 4 Comitati Paritetici Salute e Sicurezza Territoriali (CPSST) siano composti da tre membri nominati dall'Azienda e tre membri nominati dalle Organizzazioni Sindacali firmatarie dell'accordo. A parte gli specifici compiti assegnati dall'accordo ai Comitati, il CPSSN ha il compito di coordinare e fornire indicazioni ai CPSST che a loro volta fungono da interfaccia e supporto con le rappresentanze dei lavoratori.

[G4-LA7] In TIM S.p.A. le attività lavorative sono state classificate su livelli di rischio basso e medio, in coerenza con quanto definito dalla normativa di riferimento, secondo la classificazione ATECO dell'Istituto Nazionale di Statistica. Non sono presenti in azienda attività a rischio alto.

Anche nelle altre consociate del Gruppo non sono presenti attività classificate ad alto rischio.

[G4-DMA Occupational Health and Safety] Nel 2016 le principali aree di intervento in tema di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro hanno riguardato la pianificazione e lo sviluppo di una serie di iniziative informative e di sensibilizzazione atte a rafforzare la cultura della sicurezza in Azienda. In particolare sono stati definiti i contenuti di una campagna di comunicazione che prevede iniziative mirate al contenimento del fenomeno infortunistico anche attraverso azioni di miglioramento volte ad incidere sui comportamenti individuali e sul processo lavorativo.



Il progetto ha visto la realizzazione di prodotti digitali informativi e di aggiornamento, rivolti a tutto il personale, con riferimento alla corretta applicazione delle norme di sicurezza durante la conduzione delle attività lavorative nonché un focus specifico sulla gestione delle emergenze antincendio e del primo soccorso.

Sono inoltre proseguite le campagne di misure strumentali con riferimento a vibrazioni, rumore, campi elettromagnetici e microclima, per un puntuale monitoraggio delle misure di controllo dei rischi.

Al fine di migliorare il processo della valutazione dei rischi è stato altresì introdotto un software dedicato per l'elaborazione del livello di rischio derivante dall'utilizzo di sostanze e preparati chimici.

Sempre nel corso del 2016 è proseguita l'azione formativa destinata a tutte le figure aziendali coinvolte nella gestione della sicurezza che ha visto tra l'altro la prosecuzione dei corsi di guida sicura dedicati al personale che utilizza auto aziendali.

Sul piano del rafforzamento della consapevolezza sui temi della salute e sicurezza anche da parte della filiera di fornitura nel 2016 sono state condotte 16 verifiche sui principali fornitori. Il tema del contenimento degli infortuni ha visto coinvolgimento anche delle principali imprese appaltatrici di Rete, con la realizzazione di un workshop volto alla sensibilizzazione e al confronto sugli aspetti operativi di maggior impatto in termini prevenzionistici.

Nel secondo semestre è stato formalizzato il protocollo di Relazioni Industriali tra Azienda e organismi sindacali che ha riconfermato la centralità del ruolo dei Comitati Paritetici (Centrale e Territoriali) in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

E' proseguita nel 2016 l'attività di *benchmarking* promossa da TIM con le principali imprese a rete italiane (Enel, Poste Italiane, Ferrovie dello Stato, Rai, Terna, Anas, Autostrade per l'Italia, Vodafone, etc.) con incontri periodici su tematiche di salute e sicurezza e workshop, organizzati a rotazione da ciascuna azienda, con la partecipazione di esperti del settore e di enti istituzionali, i temi affrontati hanno riguardato le misure di controllo e contenimento degli infortuni sul lavoro, controlli sanitari e contenimento del rischio aggressioni nel ruolo di front line.

Infortuni e malattie professionali

Infortuni

	31.12.2016	31.12.2015	31.12.2014
Numero infortuni (esclusi in itinere)	524	554	566
Indice di gravità(*)	0,23	0,21	0,34
Indice di frequenza(*)	8,66	8,31	8,96
Durata media in ore	145,51	139,93	131,62
Indice di improduttività(*)	1,52	1,42	1,39
Infortuni x 100 lavoratori	1,21	1,27	1,30

(*) Gli indici di gravità, di frequenza e di improduttività rappresentano rispettivamente:
 - i giorni convenzionali perduti per infortunio ogni mille ore lavorate
 - gli infortuni per ogni milione di ore lavorate
 - le ore perse per infortunio ogni mille lavorate



Per l'anno 2016 si conferma il trend positivo di riduzione del numero degli infortuni sul lavoro, registrando un calo del 5,4% rispetto al 2015. In particolare l'analisi degli indici infortunistici evidenzia una flessione degli infortuni x 100 lavoratori, mentre per gli altri indici si rileva un lieve aumento rispetto ai valori del 2015, dovuto all'incremento della durata media in ore dei singoli eventi. I dettagli relativi agli infortuni, alle malattie professionali e alle assenze richiesti dallo standard **[GRI-G4], [G4-LA6a]** sono riportati nell'appendice al presente capitolo.

Le principali tipologie di infortunio riscontrate sono state, in ordine decrescente: cadute di persona, incidenti stradali, distorsioni, strappi, maneggio materiali, urti, e altre tipologie minori.

Per quanto riguarda le malattie professionali sono state prese in considerazione le denunce presentate all'INAIL nell'anno di riferimento e sottoposte ad iter di riconoscimento.

Nel corso del 2016 le malattie professionali denunciate dai lavoratori hanno riguardato patologie inerenti le neoplasie, l'apparato muscolo-scheletrico, l'apparato uditivo/vocale e le malattie psichiche/psicosomatiche.

[G4-LA7] In conformità a quanto disposto dalla normativa di riferimento, il personale TIM è stato classificato a rischio basso/medio in funzione delle attività svolte. In azienda non sono presenti lavoratori che svolgono attività/lavorazioni tali da essere esposti ad alto rischio di insorgenza di malattie specifiche.

[G4-LA6c] In TIM esiste una procedura in cui vengono descritte le norme e gli adempimenti che ciascun soggetto deve porre in essere nel processo di "genesì", gestione e chiusura delle denunce di infortunio sul lavoro e/o in itinere occorsi ai lavoratori per i quali le aziende sono tenute al pagamento del premio INAIL (Istituto Nazionale per l'Assicurazione contro gli Infortuni sul Lavoro). La procedura prevede che al verificarsi di un infortunio il lavoratore invii un certificato di infortunio al proprio responsabile e alla gestione del personale. Quest'ultima inoltra la denuncia d'infortunio all'INAIL che, dopo opportune verifiche, confermerà o meno l'infortunio. Nel caso in cui l'infortunio non fosse riconosciuto, i giorni di assenza del lavoratore diventeranno in automatico giorni di assenza per malattia ordinaria.

In Brasile

[G4-DMA Occupational Health and Safety] In TIM Brasil tutti i dipendenti ricevono, dopo l'assunzione, una formazione in materia di salute e sicurezza. Vengono inoltre regolarmente effettuati controlli per identificare i rischi e le relative misure di controllo, le cui risultanze vengono riportate nel documento Programma di Prevenzione per i Rischi Ambientali. Il documento, redatto per ogni sito TIM, viene aggiornato annualmente, secondo quanto previsto dalla legge.

Ogni anno si svolge la Settimana Interna della Prevenzione Infortuni, durante la quale i dipendenti vengono informati sui rischi legati all'ambiente di lavoro e sulle relative misure di controllo.

[G4-LA5] Nei siti TIM Brasil con oltre 50 dipendenti sono state costituite commissioni interne per la prevenzione degli infortuni sul lavoro (Cipas), per un totale di 11 commissioni su tutto il territorio nazionale. Le commissioni sono composte da dipendenti, eletti per il 50% da dipendenti con ruolo di responsabilità e, per il restante 50%, da dipendenti senza incarichi di responsabilità. Nei siti aziendali con meno di 50 dipendenti, un dipendente viene formato appositamente per seguire queste attività.

In TIM Brasil sono 27 le persone impegnate in attività di prevenzione.

[G4-LA8] Di norma in Brasile gli accordi collettivi prevedono che vengano riportate anche informazioni sulla prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali e TIM Brasil segue questa prassi.



RELAZIONI INDUSTRIALI

[G4-HR4] [G4-DMA Employment] Da sempre TIM intrattiene rapporti aperti e trasparenti con i sindacati e le rappresentanze dei lavoratori, nella convinzione che solo attraverso un confronto continuo e costruttivo si possa arrivare alle soluzioni di miglior equilibrio rispetto alle aspettative di tutti gli stakeholder.

[G4-11] Tutti i lavoratori del Gruppo, tanto in Italia quanto in Brasile, sono coperti da contratti collettivi di lavoro concordati con le organizzazioni sindacali e a tutto il personale è garantita la possibilità di partecipare alle assemblee sindacali, in termini di ore di permesso retribuito e di spazi aziendali che ne consentano lo svolgimento, nonché di partecipare liberamente alle consultazioni per l'elezione dei rappresentanti sindacali. In nessuna delle operazioni del Gruppo il diritto alla partecipazione sindacale è a rischio o messo in discussione. Gli accordi sindacali, tra l'altro, specificano le modalità di fruizione dei diritti e stabiliscono gli organi di controllo per il loro rispetto. **[G4-LA4]** I cambiamenti organizzativi con significativa incidenza sui livelli occupazionali e sul personale sono discussi con le rappresentanze sindacali e, in taluni casi, si procede alla stipula di un accordo ad hoc che specifica i tempi e le modalità della riorganizzazione. **[G4-HR5], [G4-HR6]** La collaborazione con le rappresentanze dei lavoratori, insieme alle procedure e ai sistemi di controllo interni, ha fatto sì che non sia stata segnalata alcuna violazione o alcun rischio riguardante l'applicazione delle policy di Responsabilità Sociale del Gruppo che tutelano i diritti fondamentali del lavoro, quali il divieto di lavoro coatto o di lavoro minorile ¹.

TIM S.p.A.

Il primo semestre 2016 è stato caratterizzato da numerose sessioni di confronto e d'informazione con le parti sindacali, che hanno riguardato diverse funzioni aziendali. Nell'ambito di tali incontri, Azienda e Rappresentanze Sindacali hanno individuato soluzioni condivise per l'introduzione di nuovi turni di lavoro per le persone che operano in ambito *Fraud Operations*, che contribuiranno a migliorare ulteriormente il livello di presidio del servizio e a soddisfare le esigenze della clientela di riferimento.

Confronti significativi con le parti sindacali hanno riguardato anche le funzioni aziendali preposte alla supervisione dei servizi e delle piattaforme di rete, nonché all'assistenza tecnica, per stabilire presidi orari coerenti con i mutamenti organizzativi e con la volontà di offrire maggiori servizi e qualità alla clientela.

In particolare, per la funzione Network sono stati siglati gli accordi relativi ai turni del neo costituito 'Front End Unico', che ha concentrato nei due soli poli di Roma e Milano le attività fino ad allora assicurate da diversi presidi territoriali, il cui bagaglio di competenze è stato integralmente recuperato e attraverso una strutturata manovra di riconversione professionale che ha garantito il reimpiego di tutte le risorse.

Inoltre, sono stati sottoscritti specifici accordi sia a livello nazionale che a livello territoriale per consentire al personale interessato di fruire di un giorno di permesso retribuito in alternativa al riconoscimento economico contrattuale previsto per le festività nazionali e di Santo Patrono cadenti di domenica nel 2016.

Nel mese di giugno, Azienda e organizzazioni sindacali hanno rinnovato, con la sottoscrizione di uno specifico protocollo, la struttura del modello delle relazioni industriali di TIM, al fine di valorizzare ulteriormente il confronto nell'ambito dell'area dell'informazione, della consultazione e della negoziazione, sia a livello nazionale che territoriale.

¹ In tema di lavoro minorile, le policy consentono alcune deroghe, interamente legali, come, ad esempio, i contratti di formazione incentivati dal governo brasiliano.



In linea con il modello di relazioni sviluppato nel tempo, volto alla ricerca del dialogo e del confronto costruttivo, è stata confermata l'importanza della sede aziendale, quale sede idonea a individuare soluzioni atte ad accompagnare i processi di evoluzione organizzativa, anche attraverso un maggiore coinvolgimento delle rappresentanze territoriali.

Le Rappresentanze Sindacali Unitarie (RSU), recentemente rilette, sono presenti in modo capillare in tutte le regioni italiane; con il nuovo Protocollo, si pongono le basi per sviluppare ulteriormente le relazioni a livello locale, ricercando adeguati momenti di confronto decentrato al fine di meglio cogliere e coniugare, nel rispetto dei ruoli reciproci, le specifiche esigenze e opportunità che contraddistinguono le diverse realtà territoriali.

Nel pieno rispetto della vigente disciplina legislativa, l'Azienda ha esperito la prevista procedura con le rappresentanze sindacali interessate, per la fusione per incorporazione della Soc. Information Technology S.r.l. in TIM S.p.A., che si è conclusa con esito positivo con accordo tra le Parti.

La fusione è diretta a massimizzare l'efficienza organizzativa del Gruppo attraverso una semplificazione della struttura e dei relativi processi con conseguente riduzione dei costi amministrativi e lo sviluppo delle competenze tradizionali delle risorse IT.

Nel mese di luglio, TIM e Federmanager RSA Dirigenti hanno siglato un accordo per la gestione di personale dirigente in esubero quantificato in 170 unità, prevedendo per questi ultimi l'uscita dall'Azienda entro il 31 dicembre 2018. Ad essere interessati sono stati principalmente tutti coloro che avevano maturato o che matureranno i requisiti per l'accesso a qualsiasi trattamento pensionistico entro la fine del 2018, ovvero al prepensionamento in base alla legge Fornero.

Il piano di esuberi si è reso necessario per consentire la riduzione dei costi garantendo al contempo il ricambio generazionale all'interno di un processo di profonda riorganizzazione e semplificazione delle strutture avviato dalla società. Nell'ambito del quadro sopra tracciato, il dimensionamento qualitativo e quantitativo dei dirigenti assume un ruolo essenziale e costituisce il presupposto per futuri percorsi di valorizzazione e sviluppo delle risorse manageriali interne.

Le parti hanno convenuto di avviare una procedura collettiva ai sensi della legge 223/1991 assicurando trattamenti economici certi e omogenei a tutti i dirigenti coinvolti.

Inoltre, per il periodo di vigenza dell'accordo, l'Azienda, in deroga al Contratto di Lavoro, ha riconosciuto, ai dirigenti non pensionabili che hanno aderito volontariamente all'accordo un'incentivazione all'esodo commisurata agli anni di servizio prestato oltre ad altre erogazioni.

Con questo accordo TIM e Federmanager RSA hanno inteso individuare misure idonee ad attenuare l'impatto sociale del necessario adeguamento degli organici.

Brasile

La Società ha tenuto diversi incontri con le due federazioni nazionali (Fenattel e Fittel), che, insieme, rappresentano 27 sindacati del paese, per negoziare il Contratto di Lavoro Collettivo, nello specifico gli aspetti sociali e economici, inclusi aumenti salariali e benefit, nonché per negoziare il Programma di Compartecipazione agli Utili.



POLITICA DI REMUNERAZIONE

La politica di remunerazione del Gruppo è costruita in modo da garantire i necessari livelli di competitività dell'impresa sul mercato del lavoro. La competitività si traduce nel sostenere gli obiettivi strategici, perseguire la sostenibilità dei risultati nel lungo termine e tendere al giusto equilibrio tra le esigenze di unitarietà del Gruppo e di differenziazione dei diversi mercati di riferimento. Ne consegue un'architettura retributiva prioritariamente finalizzata a garantire il corretto bilanciamento della componente fissa e della componente variabile, di breve e di lungo termine, cui si affianca il sistema dei benefit e welfare, in ottica di Total Rewarding. Più in particolare, la componente fissa riflette l'ampiezza e la strategicità del ruolo ricoperto ed è ancorata all'andamento dei mercati di riferimento.

La retribuzione variabile a breve termine (MBO) è invece finalizzata a rendere trasparente il legame tra riconoscimento economico e grado di raggiungimento degli obiettivi annuali. A tal fine gli obiettivi sono fissati con riferimento a indicatori di natura quali-quantitativa, rappresentativi e coerenti con le priorità strategiche e di piano industriale, misurati secondo criteri predefiniti e oggettivi. Nel 2016 l'architettura dell'incentivazione manageriale è stata semplificata attraverso la riduzione della numerosità degli obiettivi.

Nel 2016 si conferma la presenza di un obiettivo MBO che costituisce un "cancello", il quale – però – agisce diversamente per il Vertice e per la restante popolazione incentivata:

- per l'Amministratore Delegato, il mancato raggiungimento del livello minimo dell'obiettivo gate comporterà una decurtazione del 50% del premio target su cui calcolare la valorizzazione dei restanti obiettivi;
- per il Presidente, a partire dal 2016, il cancello viene previsto con lo stesso meccanismo dell'Amministratore Delegato;
- per tutti gli altri destinatari, il cancello rimarrà condizione di accesso al conseguimento dei soli obiettivi macro-aziendali.

La componente variabile di lungo termine è finalizzata a promuovere l'allineamento tra gli interessi del management e quelli degli azionisti attraverso la partecipazione al rischio d'impresa; al riguardo si evidenzia che è stato adottato il piano di Stock Option 2014-2016 che ha interessato l'Amministratore Delegato, il Top Management e un bacino selezionato della dirigenza¹.

In un'ottica di Total Compensation, ai tradizionali strumenti di tipo monetario, sono stati affiancati strumenti non monetari come benefit, attraverso l'estensione di alcuni di essi a tutta la popolazione aziendale.

In sede di nomina dell'Amministratore Delegato in carica, Flavio Cattaneo (30 marzo 2016), è stata decisa l'introduzione di una nuova misura premiale, aggiuntiva, volta a perseguire l'obiettivo di discontinuità e turnaround aziendale. Lo Special Award prevede, per l'Amministratore Delegato e per una parte di dirigenza da lui selezionata, che, a fronte dell'over-performance su alcuni kpi economico-finanziari definiti, venga maturato un premio costituito dall'80% in azioni e 20% in cash.

¹ Al fine di fornire un'indicazione corretta del rapporto tra la remunerazione del Top Management e il resto della popolazione aziendale [G4-54], [G4-55], in conformità con la "policy per la Classificazione e la Gestione delle informazioni sotto il profilo della riservatezza", TIM fornisce alcune indicazioni, utili al calcolo, nelle consuete modalità tabellari della Relazione sulla Remunerazione (pag. 18) e nella Relazione Finanziaria Annuale (pag 244).



Stakeholder di riferimento	Obiettivi oggetto di incentivazione	% di manager (a cui l'obiettivo si applica)
Clienti	- Customer satisfaction	82%
	- Qualità del servizio erogato	41%
	- Qualità del servizio percepita dai clienti consumer e business	82%
	- Qualità del servizio percepita dagli altri operatori nazionali di telefonia fissa e mobile	17%
Risorse Umane	<ul style="list-style-type: none">- Salute e sicurezza dei dipendenti- Programmi di formazione e crescita professionale- Attività di welfare (People Caring) e benessere per i dipendenti	} 3%
Ambiente	- Consumi di materiali, energia	17%
Azionisti e Istituzioni	- Qualità e tempestività dell'informativa societaria	6%
Comunità	<ul style="list-style-type: none">- Organizzazione di manifestazioni ed eventi corporate- Qualità di iniziative/progetti corporate	} 28%



SEGNALAZIONI PERVENUTE TRAMITE LA PROCEDURA PER IL CONTROLLO INTERNO

[G4-LA16] Sono di seguito espone le segnalazioni ricevute attraverso la procedura di Segnalazione per il Controllo Interno (cfr. *Il Gruppo TIM*, paragrafo Il sistema di Corporate Governance) relative a questioni di lavoro per il triennio 2016-2014, in Italia e in Brasile.

In Brasile la Procedura di Segnalazione è presente dal 2014. L'aumento della numerosità delle

Italia

	2016	di cui sostanziate	2015	di cui sostanziate	2014	di cui sostanziate
Numero totale segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute attraverso meccanismi formali nel periodo di riferimento	7	0	1	0	7	0
Di cui gestite durante il periodo di riferimento	7	0	1	0	7	0
Di cui risolte durante il periodo di riferimento	6	0	1	0	7	0
Numero totale di segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute in precedenza che sono state risolte nel periodo di riferimento	0	0	0	0	1	0

Brasile

	2016	di cui sostanziate	2015	di cui sostanziate	2014	di cui sostanziate
Numero totale segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute attraverso meccanismi formali nel periodo di riferimento	12	9	42	18	7	6
Di cui gestite durante il periodo di riferimento	12	9	42	18	7	6
Di cui risolte durante il periodo di riferimento	12	9	35	18	6	6
Numero totale di segnalazioni relative a questioni di lavoro pervenute in precedenza che sono state risolte nel periodo di riferimento	7	3	1	1	0	0

segnalazioni registrata nel 2015 rispetto all'anno precedente è ascrivibile a una maggiore accessibilità della procedura, rivista proprio nel 2015. Il dato del 2016 è in linea con la numerosità del 2014.



APPENDICE – TABELLE DI DETTAGLIO

Sono di seguito riportati i dati analitici dell'organico aziendale, segmentati secondo le indicazioni dello standard GRI G4. Il dato di Gruppo include, oltre alle Business Unit Domestic e Brasile, altre società per un totale di 100 unità. Seguendo il principio di rilevanza, non è stata inserita una colonna apposita anche per queste entità.

Inoltre, in tutte le tabelle sottostanti non è compresa la BU Media in quanto confluita nella BU Domestic dal 1 gennaio 2016.

[G4-10a]

Dipendenti per tipologia di contratto e genere

	2016 Contratto a tempo Indeterminato		2015 Contratto a tempo Indeterminato		2014 Contratto a tempo Indeterminato	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	39.306	21.767	41.660	24.084	41.753	24.166
Domestic	34.379	16.746	35.521	17.001	35.793	17.180
Brasile	4.860	4.989	6.006	7.036	5.884	6.957

	2016 Contratto a tempo Determinato		2015 Contratto a tempo Determinato		2014 Contratto a tempo Determinato	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	87	65	65	55	55	42
Domestic	86	65	65	55	55	40
Brasile	0	0	0	0	0	0



[G4-10b] Dipendenti con contratto a tempo indeterminato e determinato, per tipologia di impiego e genere

Dipendenti con contratto a tempo indeterminato

	2016				2015				2014			
	Full Time		Part Time		Full Time		Part Time		Full Time		Part Time	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	37.776	14.187	1.530	7.580	39.599	15.011	2.061	9.073	39.742	15.039	2.011	9.127
Domestic	33.389	10.754	990	5.992	34.523	11.005	998	5.996	34.783	11.107	1.010	6.073
Brasile	4.320	3.403	540	1.586	4.944	3.962	1.062	3.074	4.884	3.905	1.000	3.052

Dipendenti con contratto a tempo determinato

	2016				2015				2014			
	Full Time		Part Time		Full Time		Part Time		Full Time		Part Time	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	5	3	82	62	8	10	57	45	8	8	47	34
Domestic	4	3	82	62	8	10	57	45	8	6	47	34
Brasile	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



[G4-10c] Dipendenti a payroll e lavoratori con contratto di somministrazione per genere

Dipendenti a payroll

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	39.393	21.832	41.725	24.139	41.808	24.208
Domestic	34.465	16.811	35.586	17.056	35.848	17.220
Brasile	4.860	4.989	6.006	7.036	5.884	6.957

Lavoratori con contratto di somministrazione

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	0	4	1	2	3	6
Domestic	0	4	1	1	3	5
Brasile	0	0	0	0	0	0

[G4-10d]

Dipendenti per area geografica e per genere

	2016			2015			2014		
	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero	Totale
Uomini	34.338	5.055	39.393	35.516	6.209	41.725	35.706	6.102	41.808
Donne	16.874	5.048	21.832	17.038	7.101	24.139	17.172	7.036	24.208
Totale	51.122	10.103	61.225	52.554	13.310	65.864	52.878	13.138	66.016



[G4-10e]

Dipendenti di fornitori che lavorano presso le sedi del Gruppo e le cui attività rientrano nel core business di TIM¹

	2016	2015	2014
FTE esterni on site	943	1.801	985

[G4-LA1a]

Assunzioni per età e area geografica

	2016			2015			2014		
	<30	>=30; <=50	>50	<30	>=30; <=50	>50	<30	>=30; <=50	<30
Gruppo	1.518	736	63	2.850	1.346	75	3.917	1.779	114
Domestic	214	144	38	137	170	43	241	258	82
Brasile	1.303	592	25	2.712	1.174	32	3.675	1.511	30

[G4-LA1a]

Assunzioni per genere e area geografica

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	1.081	1.236	1.940	2.331	2.781	3.029
Domestic	242	154	225	125	384	197
Brasile	838	1.082	1.715	2.203	2.387	2.829

¹ Le uniche operazioni di core business che fanno ricorso a un rilevante apporto del lavoro di dipendenti di fornitori presso le sedi aziendali sono relative allo sviluppo di piattaforme informatiche. I dati nella tabella si riferiscono esclusivamente a questa realtà.



[G4-LA1b]

Turnover per genere e area geografica

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	3.436	3.539	2.029	2.411	2.350	3.058
Domestic	1.424	407	431	279	583	306
Brasile	1.985	3.128	1.593	2.124	1.763	2.752

[G4-LA1b]

Turnover per età e area geografica

	2016			2015			2014		
	<30	>=30; <=50	>50	<30	>=30; <=50	>50	<30	>=30; <=50	<30
Gruppo	3.138	2.268	1.569	2.397	1.705	338	3.283	1.682	443
Domestic	138	283	1.410	162	264	284	129	355	405
Brasile	3.000	1.979	134	2.235	1.435	47	3.151	1.326	38

[G4-LA3b]

Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale per genere

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	201	1.370	172	1.301	191	1.796
Domestic	68	999	61	756	81	1.244
Brasile	132	369	111	543	110	549



[G4-LA3c]

Dipendenti che sono rientrati dopo aver usufruito del congedo parentale per genere¹

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	*	*	197	1.331	189	1.785
Domestic	*	*	67	988	80	1.239
Brasile	*	*	129	342	109	546

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2017

¹ Si noti che, nella rappresentazione tabellare, l'anno di pertinenza del rientro del dipendente x non è stato calcolato in base all'anno in cui x è di fatto rientrato, ma in base all'anno in cui x ha preso il congedo. Quindi, se x ha preso il congedo nel 2015 ed è rientrato nel 2016, il suo rientro è comunque riportato nella colonna 2016. Questo è il motivo per cui i dati relativi alla colonna 2016 sono ancora parziali e quindi non ancora pubblicabili.



[G4-LA3d]

Dipendenti al lavoro dopo un anno dal termine del congedo parentale per genere¹

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	*	*	138	1.251	160	1.629
Domestic	*	*	35	945	76	1.216
Brasile	*	*	103	305	84	413

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2017

[G4-LA3e]

(return to work rate) Percentuale di dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale sul totale dei dipendenti beneficiari del congedo (LAc/LAb)

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	*	*	99%	99%	99%	99%
Domestic	*	*	99%	99%	99%	100%
Brasile	*	*	99%	99%	99%	99%

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2017

[G4-LA3e]

(retention rate) Percentuale di dipendenti al lavoro dopo 12 mesi dal termine del congedo parentale sul totale dei dipendenti beneficiari del congedo (LAd/LAb)

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	*	*	99%	99%	84%	91%
Domestic	*	*	99%	99%	94%	98%
Brasile	*	*	99%	99%	76%	75%

* Il dato sarà disponibile a chiusura dell'anno 2017

¹ Si noti che, nella rappresentazione tabellare, l'anno di pertinenza della persistenza al lavoro del dipendente x non è stato calcolato in base all'anno in cui di fatto x era a lavoro dopo 12 mesi dal congedo, ma in base all'anno in cui x ha preso il congedo. Quindi, se x ha preso il congedo nel 2015 e dopo 12 mesi era ancora a lavoro nel 2016, la sua persistenza al lavoro è comunque riportata nella colonna 2015. Non sapendo ancora chi, dei dipendenti che sono andati in congedo nel 2016, sarà ancora a lavoro dopo 12 mesi, non siamo ancora in grado di calcolare il dato relativo al 2016.



[G4-LA6a]

Tasso di infortuni sul totale della forza lavoro* (numero infortuni su ore lavorate)

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	7,70	3,66	7,58	3,53	8,12	3,63
Domestic	9,05	4,75	8,70	4,15	9,57	4,80
Brasile	0,43	1,21	0,96	2,31	0,88	1,40

*I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (4 persone al 31.12.2016)

[G4-LA6a]

Tasso di giorni persi sulla forza lavoro* (giorni di infortunio su ore lavorabili)

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	0,20	0,10	0,18	0,12	0,29	0,7
Domestic	0,24	0,15	0,21	0,16	0,35	0,10
Brasile	0,00	0,01	0,01	0,03	0,01	0,01

*Il somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (4 persone al 31.12.2016)

[G4-LA6a]

Tasso di assenteismo sul totale della forza lavoro* (totale ore di assenteismo su ore lavorabili)

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	6,09	11,91	5,52	9,94	6,39	10,28
Domestic	6,58	12,69	5,98	11,50	7,14	11,74
Brasile	4,04	10,64	2,69	6,74	2,34	7,27

*Il tasso di assenteismo viene calcolato tenendo in considerazione voci aggiuntive rispetto a quelle dell'indicatore GRI G4-LA6. Nel 2016 la metodologia di calcolo del tasso di assenteismo del Brasile è stata adattata a quella delle restanti Società del Gruppo.

[G4-LA6a]

Tasso di malattie professionali sul totale della forza lavoro* (numero casi su organico)

	2016		2015		2014	
	Uomo	Donna	Uomo	Donna	Uomo	Donna
Gruppo	0,03	0,02	0,03	0,00	0,03	0,01
Domestic	0,04	0,02	0,04	0,01	0,04	0,02
Brasile	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*I somministrati non vengono considerati in questo tipo di rilevazione. La loro incidenza a livello Gruppo è comunque bassissima (4 persone al 31.12.2016)

**[G4-LA9]**

Le seguenti tabelle si riferiscono alle attività formative condotte in TIM S.p.A. segmentate per genere

2016	Ore		Partecipazioni*	Partecipanti	Copertura**
	Totali	Procapite			
Totale	1.058.194	24,80	351.897	37.732	88,4%
Dirigenti	21.632	36,73	3.161	580	98,5%
di cui donne	4.139	42,67	570	101	104,1%
di cui uomini	17.493	35,55	2.591	479	97,4%
Quadri	57.545	17,97	17.242	2.828	88,3%
di cui donne	16.379	18,57	4.798	800	90,7%
di cui uomini	41.166	17,74	12.444	2.028	87,4%
Impiegati	979.017	25,18	331.494	34.324	88,3%
di cui donne	264.911	22,85	113.811	9.847	84,9%
di cui uomini	714.106	26,17	217.683	24.477	89,7%

2015	Ore		Partecipazioni*	Partecipanti	Copertura**
	Totali	Procapite			
Totale	1.338.273	30,3	250.165	38.892	88,0%
Dirigenti	16.176	25,1	3.158	659	102,2%
di cui donne	3.552	31,7	653	114	101,8%
di cui uomini	12.624	23,7	2.505	545	102,3%
Quadri	55.946	16,8	10.681	2.812	84,4%
di cui donne	15.059	16,7	2.686	776	85,7%
di cui uomini	40.887	16,9	7.995	2.037	84,0%
Impiegati	1.266.152	31,5	236.326	35.471	88,2%
di cui donne	289.757	24,5	81.706	10.173	86,1%
di cui uomini	976.395	34,4	154.620	25.298	89,2%



2014	Ore		Partecipazioni*	Partecipanti	Copertura**
	Totali	Procapite			
Totale	1.458.591	33	266.328	43.388	98,2
Dirigenti	20.576	30,8	3.870	660	98,8
di cui donne	4.508	42,9	834	105	100
di cui uomini	16.068	28,5	3.036	555	98,6
Quadri	63.113	19,6	12.991	3.072	95,6
di cui donne	17.356	19,9	3.652	818	94,0
di cui uomini	45.757	19,5	9.339	2.254	96,2
Impiegati	1.374.902	34,1	249.467	39.707	98,6
di cui donne	263.838	22,2	80.882	11.702	98,3
di cui uomini	1.111.064	39,1	168.585	28.005	98,7

* indica il numero complessivo di partecipazioni a momenti formativi nelle diverse forme previste (aula, online, training on the job)

** la copertura si riferisce al dato percentuale di partecipanti rispetto alla consistenza, cioè quante risorse di TIM S.p.A. in percentuale hanno partecipato ad almeno un evento formativo per singola categoria (dirigenti, quadri, impiegati)

[G4-LA9] Nel 2016 TIM ha investito 10,95 milioni di euro in corsi di formazione, pari ad un costo pro-capite di 250,17 euro.



[G4-LA13a]

Rapporto donna/uomo per salario base e rapporto donna/uomo per remunerazione, suddivisi per ciascuna categoria professionale

Italia TIM - S.p.A.		2016	2015	2014
Dirigenti	RAL	0,93	0,91	0,92
	RGA	0,93	0,90	0,92
Quadri	RAL	0,95	0,95	0,95
	RGA	0,93	0,94	0,94
Impiegati	RAL	0,95	0,95	0,95
	RGA	0,95	0,95	0,94
Brasile		2016	2015	2014
Dirigenti	RAL	0,77	0,74	0,76
	RGA	0,85	0,77	0,73
Quadri	RAL	0,95	0,94	0,94
	RGA	0,95	0,94	0,94
Impiegati	RAL	0,67	0,63	0,61
	RGA	0,67	0,62	0,62

RAL = Retribuzione Annuale Lorda, costituita dalla retribuzione fissa ricorrente
RGA = Retribuzione Globale Annuale, costituita dalla Retribuzione Annuale Lorda + bonus erogati nell'anno di riferimento (i bonus possono riferirsi ai sistemi di incentivazione individuali o collettivi, o a titolo di special awards o a titolo di politica meritocratica).



FONDAZIONE TIM



L'IMPEGNO DI FONDAZIONE TIM

Il Gruppo è particolarmente attento alle esigenze delle comunità in cui opera e realizza iniziative e progetti di ampio respiro finalizzati allo sviluppo sociale ed economico delle realtà in cui l'Azienda è presente. È con questo intento che è stata istituita nel 2008 Fondazione Telecom Italia, oggi Fondazione TIM (FTIM), che ha la mission di promuovere la cultura del cambiamento e dell'innovazione digitale, favorendo l'integrazione, la comunicazione e la crescita economica e sociale.

Le attività della Fondazione, che possono essere realizzate in Italia e all'estero, si svolgono secondo obiettivi strategici, aree definite e criteri specifici.

- **Obiettivi strategici:** FTIM promuove la diffusione della cultura dell'innovazione con l'obiettivo di favorire la solidarietà e lo sviluppo civile, culturale ed economico. FTIM, che si impegna senza discriminazioni di nazionalità, carattere razziale e professione religiosa, intende perseguire istituzionalmente la definizione, la realizzazione, la promozione di iniziative e progetti, operando in particolar modo nei seguenti settori:
 - **Istruzione:** innovare didattica e istruzione promuovendo iniziative volte sia all'aggiornamento tecnologico della scuola italiana, sia all'innovazione profonda di metodologie e strumenti didattici a vantaggio di docenti e studenti.
 - **Cultura dell'innovazione:** diventare il punto di riferimento per la cultura dell'innovazione attraverso la realizzazione di progetti tesi alla diffusione della conoscenza di scienze e tecnologie, in particolare verso gli studenti delle scuole superiori e universitari, al fine di offrire nuove prospettive accademiche e professionali.
 - **Social empowerment:** promuovere i processi di cambiamento in atto nella società attraverso l'azione delle nuove tecnologie a favore delle imprese sociali, per aiutarle a fare "bene il bene".
 - **Patrimonio storico-artistico:** contribuire alla tutela di un patrimonio famoso in tutto il mondo consentendone la fruizione anche con modalità innovative, per rendere il nostro Paese sempre più competitivo.
- **Modalità:** FTIM agisce attraverso erogazioni deliberate dal Consiglio di Amministrazione che possono essere indirizzate a favore di istituzioni o enti senza scopo di lucro. Inoltre, a partire dal 2015, FTIM gestisce in proprio la definizione e lo sviluppo di specifiche attività progettuali, in particolare quelle in ambito cultura dell'innovazione.
- **Selezione e controllo progetti:** FTIM predilige progettualità caratterizzate dalla presenza di un elevato contenuto tecnologico, trasformativo e innovativo. Quindi la selezione, che segue uno strutturato processo valutativo, avviene in considerazione anche dell'impatto sociale dei progetti stessi. Per questo motivo i progetti devono essere misurabili, sostenibili e replicabili. Il sistema di monitoraggio viene definito in funzione delle caratteristiche e degli obiettivi specifici di ogni progetto e costituisce più che parametro di valutazione, requisito di ammissibilità.

ATTIVITÀ 2016

Il 2016 è stato un anno molto importante per FTIM, ricco di nuove iniziative.

Nell'area **Istruzione**, si è concluso Curriculum Mapping: un progetto che ha visto la realizzazione di una piattaforma destinata ai docenti per programmare la didattica per competenze, basata sullo sviluppo interdisciplinare del sapere con l'obiettivo di fornire allo studente strumenti per analizzare la realtà sotto diversi punti di vista, per rielaborare criticamente le conoscenze e perseguire un apprendimento personalizzato. Il nuovo ambiente web è stato lanciato nel



corso del convegno “Gli Stati Generali della Scuola Digitale”, che si è tenuto il 26 maggio a Bergamo e ha coinvolto istituzioni e mondo della scuola con 1.500 tra docenti e presidi presenti, provenienti da tutta Italia. Un successo concretizzatosi al 31 dicembre con 9.350 docenti iscritti, 3.852 unità di apprendimento e 2.046 scuole.

Altra importante iniziativa è l'accordo stipulato tra FTIM e Accademia della Scala, che mira a valorizzare e diffondere l'operato di una delle eccellenze italiane e a innovare la formazione per tramandare mestieri tradizionali e preziosi, cercando di avvicinare i giovani al mondo dell'Opera, attraverso:

- l'assegnazione di 127 borse di studio destinate a giovani allievi scenografi, sarti, ballerini, musicisti, cantanti e coristi dell'Accademia finanziate attraverso la campagna di raccolta fondi Talenti on stage presente sulla piattaforma WithYouWeDo messa a disposizione da TIM. Il progetto ha raccolto oltre 200.000 euro, per un valore medio di donazione di 2.628 euro. FTIM ha, inoltre, donato all'Accademia 1 euro ogni euro raccolto, fino all'obiettivo di 200.000, portando il totale a disposizione delle borse di studio a oltre 400.000 euro;
- l'avvio del progetto annuale Innovazione on Stage, per un importo pari a ulteriori 200.000 euro, con cui promuovere l'Accademia e la relativa offerta formativa legata alle professioni dello spettacolo.

In ambito **Cultura dell'innovazione**, sono proseguite le Lezioni sul progresso: un progetto che, attraverso 9 tappe (3 già realizzate nel 2015), si è posto l'obiettivo di avvicinare, attraverso un format teatrale originale, i giovani alla cultura scientifica contrapponendo la spiegazione tecnica di uno scienziato a quella più diretta di un personaggio lontano dal mondo accademico e capace di rendere familiari temi e messaggi scientifici ai ragazzi.

I temi delle lezioni sono stati scelti tra i più attuali, delicati e dibattuti in campo scientifico e tecnologico. In particolare nel 2016 hanno riguardato:

- *la robotica*, e in particolare l'interazione tra uomo e robot sempre più sofisticati negli aspetti cognitivi ed emotivi. Protagonisti della lezione: Giorgio Metta, Direttore dell'iCub Facility all'Istituto italiano di Tecnologia di Genova e il cantautore Elio;
- *la genetica*, in termini di identificazione delle suscettibilità genetiche individuali e della conseguente personalizzazione delle terapie, dei farmaci e di suggerimenti degli stili di vita più appropriati da parte della ricerca e dei possibili impatti sulla sanità pubblica. Protagonisti della lezione: Giuseppe Novelli, Rettore dell'Università Tor Vergata di Roma e genetista, e l'attrice Francesca Reggiani;
- *i meccanismi delle emozioni*, compresi quelli che producono ossessioni, insonnie e depressioni e le sostanze che aiutano a sopportarle. Protagonisti della lezione: Luca Pani, medico specialista in psichiatria esperto di farmacologia e biologia molecolare nonché Direttore Generale dell'Agenzia Generale del Farmaco (AIFA) e Carlo Verdone, regista, attore e sceneggiatore affascinato dalla medicina;
- *la biologia del senso morale*, ovvero i cosiddetti “dilemmi morali”, il legame delle scelte con la genetica e il significato del libero arbitrio. Protagonisti della lezione: Pietro Pietrini, Direttore della Scuola IMT Alti Studi Lucca e Professore ordinario di biochimica clinica e biologia molecolare clinica, e l'attore Francesco Montanari;
- *i mezzi di trasporto del futuro*, anche in ottica di riduzione degli incidenti stradali. Protagonisti della lezione: Paolo Santi, ricercatore scientifico presso il Senseable City Lab del MIT e ricercatore capo presso l'Istituto di Informatica e Telematica del CNR, e Vittorio Brumotti, campione di guida “estrema” di bicicletta;
- *le cellule staminali*, con particolare accento alla possibile evoluzione negli studi e nell'impiego delle stesse. Protagonisti della lezione: Elena Cattaneo, farmacologa, biologa e senatrice della Repubblica Italiana e l'attrice Virginia Raffaele.



I risultati sono stati molto positivi sia in sala, dove, tra Roma e Milano, hanno seguito le lezioni dal vivo 4.300 persone di cui 2.800 studenti di 86 scuole, che in termini di notorietà sui social network, dove si sono registrati 7,3 milioni di contatti su Facebook e 29,6 milioni su Twitter, dove l'hashtag ufficiale #LezioniSulProgresso è sempre entrato in trending topic. Una ricerca Ipsos, infine, oltre a certificare il gradimento delle Lezioni per il 98% degli studenti partecipanti, ha evidenziato come un 12% di questi abbia considerato, dopo questa esperienza, la carriera da ricercatore come possibile sviluppo professionale.

Nell'area **Social Empowerment** sono stati chiusi numerosi progetti dedicati ai disagi della comunicazione e del neuro sviluppo, ma soprattutto è stato confermato l'impegno di FTIM nel campo dei DSA¹: in continuità con i progetti realizzati sin dal 2009, è stata avviata *Dislessia 2.0. Soluzione digitale*, un'iniziativa rivolta a bisogni prioritari rimasti ancora senza una risposta efficace: screening precoce e inclusione scolastica. L'innovazione di questo progetto non si sostanzia solo nel metodo e negli strumenti, ma anche nell'ampiezza del target da raggiungere, per assicurare la fruizione delle soluzioni tecnologiche realizzate a percentuali sempre più importanti della nostra popolazione: al momento sono circa 100.000 gli utenti utilizzatori della piattaforma di screening e la percentuale delle scuole italiane certificate *Dislessia Amica* si attesta al 30%.

Infine, in ambito tutela del **Patrimonio storico-artistico** del Paese, abbiamo finanziato i lavori di restauro del Mausoleo di Augusto, uno dei siti archeologici più famosi e visitati di Roma, che sarà restituito alla comunità rivisitato attraverso le tecnologie più moderne. A tale proposito è stata firmata una convenzione con il Comune di Roma che prevede un finanziamento di 6 milioni di euro e un accordo di valorizzazione e multimedialità pari a 2 milioni di euro con l'obiettivo di:

- realizzare una grande, vitale e attraente piazza urbana che comprenda il livello della quota archeologica, avvicinando la città al suo passato e ricollegando i suoi spazi e percorsi storici (la Scalinata di piazza di Spagna, via Condotti, San Carlo, San Rocco, San Giacomo) con il Tevere e il recente museo dell'Ara Pacis;
- permettere una facile accessibilità al Mausoleo e ai reperti connessi, per una visita animata da una vera sensibilità archeologica.

¹ Disturbi Specifici dell'Apprendimento.

Appendice

RISULTATI 2015 E 2016

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi pubblicati nel precedente Bilancio di sostenibilità per l'anno 2016 e in relazione al solo stakeholder Clienti per l'anno 2015¹.

TIM S.p.A. - Clienti²

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2015	Consuntivo 2015	Status target 2015*	Target 2016
CLIENTI MOBILE	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio prepagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto	%	97	100	●	97
CLIENTI MOBILE	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo contrattualmente previsto	%	97	100	●	97
CLIENTI MOBILE	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato)	%	1,2	0,37	●	1,2
CLIENTI MOBILE	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione ed il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato)	%	1,2	0,30	●	1,2
CLIENTI INTERNET	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive)	%	95,0	97,6	●	95,0
CLIENTI INTERNET	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	giorni	9	6	●	9
CLIENTI INTERNET	Malfunzionamenti servizi di accesso ad internet a banda larga - Tempo medio di riparazione	ore	26	18	●	26
CLIENTI INTERNET	Addebiti contestati - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso ad internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo	%	1,40	0,42	●	1,40
CLIENTI IPTV	Fatture contestate - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi al servizio IPTV (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero di fatture contenenti addebiti relativi allo stesso servizio (emesse nello stesso periodo di rilevazione)	%	1,00	0,45	●	Servizio non più fornito
CLIENTI IPTV	Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio	ore/anno	36	3	●	Servizio non più fornito

(*) Status Target: ● raggiunto ● non raggiunto.

¹ I consuntivi degli obiettivi sopra riportati per il 2016 saranno disponibili nel luglio 2017 sui siti Internet indicati nella nota 2.

² L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2016, è disponibile sul sito tim.it.

L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi di accesso a internet da rete fissa, nonché dei relativi obiettivi per il 2016, è disponibile sul sito telecomitalia.com.

TIM S.p.A. – Altri stakeholder

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2016	Consuntivo 2016	Status target 2016*
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ⁽¹⁾	Ore di formazione	165.000	108.309	●
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Ore di formazione procapite ⁽¹⁾	Ore di formazione procapite	30	24,8	●
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione) ⁽²⁾	%	80	88,4	●
RISORSE UMANE INFORTUNI	Infortuni verificatisi per 100 lavoratori	Numero	1,24	1,21	●
AMBIENTE – ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾	bit/joule	5.300	6.531	●
AMBIENTE – ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione	GWh	151	125	●
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR ⁽⁴⁾	%	100	106	●
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM	Numero	4	5	●

(1) Il dato comprende la formazione in aula, on line e on the job.

(2) Il dato di coverage è stato calcolato in base alla consistenza media annua del 2015.

(3) L'indicatore è calcolato sul perimetro della BU Domestic al netto delle attività di Persidera e del Gruppo Olivetti. Per ulteriori informazioni sull'indicatore di eco-efficienza cfr. § Ambiente/Energia.

(4) Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi. Nel 2016 era prevista la qualifica SAR di 16 terminali, ma ne sono stati effettivamente qualificati 17.

TIM Brasil

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2016	Consuntivo 2016	Status target 2016*
RISORSE UMANE	Formazione (ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	820.000	692.571	●
RISORSE UMANE	Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione)	%	90	91	●
AMBIENTE	Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	Tonnellate	2	0,961	●
AMBIENTE	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	25	21	●
FORNITORI	Fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	200	433	●

OBIETTIVI 2017 E PLURIENNALI

Di seguito si riportano gli obiettivi per l'anno 2017.

TIM S.p.A. - Clienti

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2017
CLIENTI MOBILE	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio pre-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente	%	97
CLIENTI MOBILE	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente	%	97
CLIENTI MOBILE	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami su addebiti in fattura ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero delle fatture emesse nello stesso periodo (servizio post-pagato)	%	1,2
CLIENTI MOBILE	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte pre-pagate ricevuti nel periodo di rilevazione e il numero medio di SIM/USIM attive nello stesso periodo (servizio pre-pagato)	%	1,2
CLIENTI INTERNET FISSO	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche attive)	%	95
CLIENTI INTERNET FISSO	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	Giorni	9
CLIENTI INTERNET FISSO	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Percentuale degli ordini validi completati entro la data concordata con il cliente (linee telefoniche provenienti da altro operatore su cui era già attivo con il precedente operatore il servizio di accesso ad internet a banda larga)	%	95
CLIENTI INTERNET FISSO	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche provenienti da altro operatore su cui era già attivo con il precedente operatore il servizio di accesso ad internet a banda larga)	Giorni	15
CLIENTI INTERNET FISSO	Malfunzionamenti dei servizi di accesso a internet a banda larga - Rapporto tra il numero di segnalazioni di malfunzionamenti effettivi e il numero medio di linee d'accesso a banda larga	%	12
CLIENTI INTERNET FISSO	Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione	Ore	26
CLIENTI INTERNET FISSO	Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Percentuale delle riparazioni completate entro il tempo massimo previsto contrattualmente	%	92
CLIENTI INTERNET FISSO	Addebiti contestati - Rapporto tra il numero dei reclami su addebiti in fattura relativi a tutti i servizi di accesso a internet (ricevuti nel periodo di rilevazione) e il numero totale di fatture emesse nello stesso periodo (servizi di accesso a banda larga)	%	1,4

TIM S.p.A. – Altri stakeholder

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2016	Target 2017
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente(1)	Ore di formazione	108.309	90.000
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Ore di formazione procapite(1)	Ore di formazione procapite	24,8	27
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – coverage (percentuale di persone che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione)	%	88,4	80
RISORSE UMANE INFORTUNI	Infortunati verificatisi per 100 lavoratori	Numero	1,21	1,19
AMBIENTE – ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza(2)	bit/joule	6.531	8.500
AMBIENTE – ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione(3)	GWh	125	125
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR(4)	%	106	L'attività non sarà più svolta nel 2017
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM	Numero	5	L'attività non sarà più svolta nel 2017

(1) Il dato comprende la formazione in aula, on line e on the job.

(2) L'Indicatore di eco-efficienza è calcolato per la BU Domestic al netto delle attività del Gruppo Olivetti.

(3) Dal 2014 l'obiettivo è esteso a tutta la BU Domestic. Si consideri al riguardo che gli impianti di cogenerazione sono al momento presenti solo in TIM S.p.A. Si veda la tabella Obiettivi Pluriennali.

(4) Si tratta della percentuale di cellulari assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi. Nel 2016 era prevista la qualifica SAR di 16 terminali, ma ne sono stati effettivamente qualificati 17.

TIM Brasil – Obiettivi 2016

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2016	Target 2017
RISORSE UMANE	Formazione (ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	692.571	450.000
RISORSE UMANE	Formazione sulla sostenibilità (percentuale di dipendenti propri, terziarizzati e stagisti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sui temi della sostenibilità sul totale della popolazione)	%	91	90
AMBIENTE	Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	Tonnellate	0,961	1
AMBIENTE	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	21	8
FORNITORI	Principali fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	433	250

APPENDICE

BU Domestic – Obiettivi pluriennali – Digital Inclusion

Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2016	Target 2017	Target 2018	Target 2019
Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) (**)	%	58,9	~80	~86	~95
Copertura LTE (*)	%	>96	~98	~99	>99

(*) La percentuale si riferisce alla popolazione residente. I valori di copertura possono subire variazioni con riferimento agli aggiornamenti ISTAT e di urbanizzazione.

(**) La percentuale è determinata dal rapporto tra il numero di unità immobiliari sottese ad “armadi” raggiunti dalla fibra ottica in accesso (o servibili direttamente da centrale se a distanze accettabili) ed il numero totale delle unità immobiliari che hanno attive o hanno avuto in passato linee telefoniche.

BU Domestic – Obiettivi pluriennali – Ambiente

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2016	Consuntivo 2016	Status Target	Target 2017	Target 2018	Target 2019
AMBIENTE ENERGIA	Totale energia elettrica acquistata e prodotta (*)	GWh	2.015	1.998	●	2.020	2.000	1.980
AMBIENTE ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione	GWh	151	125	●	125	125	125
AMBIENTE ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza	bit/joule	5.300	6.531	●	8.500	10.500	12.000
AMBIENTE EMISSIONI ATMOSFERICHE	Riduzione delle emissioni di CO ₂ da acquisto e produzione di energia elettrica rispetto al 2013(**)	Tonnellate	695.000	-5.300	●	2.900	10.700	18.400

(*) L'obiettivo definito per il 2016 era riferito al perimetro della BU Domestic del 2015, quindi il consuntivo esposto è calcolato al netto di Persidera, (ex BU Media) che nel 2016 è confluita nella BU Domestic. Gli obiettivi per il triennio successivo considerano il nuovo perimetro.

(**) La riduzione rispetto al 2013 è indicata negativa, in quanto le emissioni prodotte nel 2016 sono state superiori a quelle prodotte nel 2013. Come spiegato nel testo ciò è dovuto alla decisione, presa nel 2016, di non acquistare più garanzie d'origine a copertura del fabbisogno di energia elettrica in Italia.

NOTA METODOLOGICA

PERIMETRO E CRITERI

[G4-17b] Il Bilancio di sostenibilità segue la stessa area di consolidamento del Bilancio Consolidato, ad eccezione di alcune informazioni (in particolare legate alla performance ambientale) evidenziate nel testo¹.

Secondo l'approccio triple bottom line² la rappresentazione dei dati economico-finanziari dell'impresa deve avvenire congiuntamente con quella dei risultati ambientali e sociali. L'analisi complessiva della performance aziendale nelle sue tre dimensioni consente di fornire agli stakeholder un'informazione completa ed esaustiva e facilita il corretto bilanciamento di interessi che contribuisce al successo e alla sopravvivenza dell'impresa nel medio e lungo periodo. Per questo motivo, già a partire dal 2003, il Gruppo ha integrato i dati di sostenibilità nel Bilancio Consolidato, anticipando di fatto l'applicazione della Direttiva europea 51/2003, del D.Lgs. 2 febbraio 2007, n. 32 e le recenti disposizioni del D.Lgs. 30 dicembre 2016, n. 254 di attuazione della Direttiva europea 95/2014 in materia di informazioni non finanziarie.

[G4-28], [G4-30] Il Bilancio di sostenibilità³, redatto annualmente sull'anno solare, rispetta le medesime scadenze della Relazione Finanziaria Annuale di Gruppo e utilizza un approccio multi-stakeholder, attraverso l'analisi congiunta delle azioni realizzate nei confronti dei principali portatori di interesse con i quali l'Azienda interagisce. Si basa sulle Sustainability Reporting Guidelines del GRI, versione G4 (opzione comprehensive) e sui principi (inclusività, materialità, rispondenza) dell'AA1000 AccountAbility Principles Standard (APS 2008), adottato sin dal Bilancio 2009.

Il Bilancio di sostenibilità è elaborato a partire da un sistema di indicatori (KPI - Key Performance Indicators) che misurano la performance aziendale e il grado di raggiungimento degli obiettivi precedentemente stabiliti per le aree su cui l'Azienda produce impatti rilevanti.

I KPI sono stati definiti in base:

- all'analisi del Global Reporting Initiative (GRI), organismo internazionale che sviluppa delle linee guida universalmente applicabili per la stesura dei report di sostenibilità;
- alle indicazioni ricevute degli stakeholder;
- ai questionari inviati dalle principali agenzie di rating ai fini dell'ammissione agli indici azionari di sostenibilità;
- all'esperienza che l'Azienda ha maturato sul tema della sostenibilità in 20 anni.

I KPI sono gestiti su un sistema applicativo dedicato che utilizza la stessa piattaforma utilizzata per il reporting finanziario e il controllo.

L'aderenza del Bilancio di sostenibilità di TIM allo standard GRI G4, opzione comprehensive, e allo standard AA1000 è verificata dalla società di revisione PricewaterhouseCoopers (cfr. Relazione della società di revisione).

¹ Nella performance ambientale sono incluse le informazioni relative alle società che rispettano i seguenti due criteri: più di 300.000 euro di fatturato e più di 40 dipendenti. Inoltre, nei casi in cui il numero dei dipendenti si attesti in un range di + o - 5 unità, rispetto a tale ultimo limite, al fine di mitigare gli effetti di variazioni del numero dei dipendenti da un anno all'altro che, benché lievi, comporterebbero l'inclusione o l'esclusione di talune società dal perimetro di consolidamento, la funzione CSV decide in merito. Su tale ultima base sono state mantenute nel perimetro di consolidamento le società Telecom Italia San Marino, Telsy S.p.A. e Telecom Italia Trust Technologies S.r.l., pur in presenza di un numero di dipendenti lievemente inferiore alle 40 unità.

² Tale approccio è stato definito per la prima volta da John Elkington nel 1994 nell'articolo "Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development". California Management Review 36, no. 2: 90-100.

³ **[G4-29]** Il Bilancio di sostenibilità del Gruppo relativo all'esercizio 2015 è stato approvato dal CdA del Gruppo nel marzo 2016.

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ [G4-33]



RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ' AL 31 DICEMBRE 2016

Agli Azionisti di
Telecom Italia SpA

Abbiamo svolto un esame limitato (*limited assurance engagement*) del Bilancio di Sostenibilità (di seguito il "Bilancio") del Gruppo Telecom Italia (di seguito il "Gruppo") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Bilancio in conformità alle linee guida "G4 Sustainability Reporting Guidelines" definite nel 2013 dal GRI - *Global Reporting Initiative*, e ai principi di *Inclusivity, Materiality e Responsiveness* contenuti nell'*AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*, emanati da AccountAbility (Institute of Social and Ethical AccountAbility), indicati nel paragrafo "Nota Metodologica" del Bilancio di Sostenibilità. Gli Amministratori sono responsabili per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, nonché per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti. Gli Amministratori sono altresì responsabili per l'identificazione degli stakeholder e degli aspetti significativi da rendicontare.

Responsabilità del revisore

E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* ("ISAE 3000"), emanato dallo IAASB (*International Auditing and Assurance Standards Board*) per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, il cui rispetto confermiamo anche ai sensi dell'*AA1000 AccountAbility Assurance Standard (2008)*, non avendo effettuato attività o servizi per il Gruppo che avrebbero potuto generare un conflitto con il nostro profilo di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il Bilancio di Sostenibilità non contenga errori significativi.

La nostra società applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC (Italia) 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema complessivo di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266720501 Cap. Soc. Euro 7.700.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Iscrizione al Reg. Imp. Milano n° 03230150967 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640311 Fax 0805640349 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - Cagliari 09125 Viale Diaz 29 Tel. 0706848774 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482899 - Genova 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - Napoli 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08136181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873431 Fax 0498734399 - Palermo 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916256313 Fax 0917829221 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521275911 Fax 0521 781844 - Roma 00154 Largo Fochetti 28 Tel. 06570831 Fax 06570832536 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 - Treviso 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422315711 Fax 0422315798 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0403480781 Fax 040364737 - Verona 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it



Le procedure svolte hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Tali procedure hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e per la definizione della qualità del Bilancio di Sostenibilità, nei quali si articolano le *G4 Sustainability Reporting Guidelines* e l'*AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*; inoltre, a fronte dello statement, incluso nel Bilancio al paragrafo "Gruppo TIM – Il Sistema di Corporate Governance – Riferimenti", con il quale il Gruppo informa sul fatto che il proprio sistema di gestione della sostenibilità prenda in considerazione la norma ISO 26000:2010, abbiamo effettuato appositi approfondimenti seguendo il programma di lavoro contenuto nel documento Prassi di riferimento UNI "Responsabilità sociale delle organizzazioni - Indirizzi Applicativi alla UNI ISO 26000" - UNI/PdR 18:2016.

Le procedure svolte sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2016, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi degli artt. 14 e 16 del DLGS. 27.1.2010, N.39, in data 31 marzo 2017;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l'operatività del Gruppo;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di priorità degli aspetti significativi per le diverse categorie di *stakeholder* e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- approfondimenti sulle pratiche e sulle iniziative attualmente in corso nelle Società italiane della Business Unit Domestic coerenti con quanto previsto dalle linee guida UNI ISO 26000:2010;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con i delegati di Telecom Italia SpA, TIM Participações SA e Telecom Italia Sparkle SpA, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio, nonché circa i processi e le procedure di controllo interno che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio in conformità ai principi di *Inclusivity, Materiality e Responsiveness* contenuti nell' *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)*;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, della loro adeguatezza e del funzionamento del sistema di controllo interno per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Bilancio di Sostenibilità;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità" della presente relazione;
- analisi del processo di coinvolgimento degli stakeholder, con riferimento alle modalità utilizzate, mediante l'analisi dei verbali riassuntivi o dell'eventuale altra documentazione esistente circa gli aspetti salienti emersi dal confronto con gli stessi;



- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Telecom Italia SpA, sulla conformità del Bilancio alle linee guida indicate nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità”, nonché sull’attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l’ISAE 3000 (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo Telecom Italia al 31 dicembre 2016 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità alle linee guida *G4 Sustainability Reporting Guidelines* definite nel 2013 dal GRI - Global Reporting Initiative e ai principi *AA1000 AccountAbility Principles Standard (2008)* come descritto nel paragrafo “Nota Metodologica” del Bilancio di Sostenibilità.

Torino, 6 aprile 2017

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Paolo Bersani', is written over the printed name and title.

Paolo Bersani
(Partner)

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE SUI RISULTATI DELL'APPLICAZIONE DEL TIM SHARED VALUE MODEL



RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUI KPI 2016 RISULTANTI DALL'APPLICAZIONE DEL CORPORATE SHARED VALUE MODEL DI TELECOM ITALIA

Agli azionisti di
Telecom Italia SpA

Abbiamo svolto un esame limitato ("limited assurance engagement") sui KPI 2016 risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model (di seguito il "CSV") del Gruppo Telecom Italia (di seguito il "Gruppo" o "TIM") per l'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016.

Responsabilità degli Amministratori

Gli Amministratori di Telecom Italia SpA (di seguito la "Società") sono responsabili dei KPI 2016 risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model come descritto all'interno del "Corporate Shared Value Model – Linee Guida" di cui si sono dotati e che hanno adottato per le Società operanti in Italia, della Business Unit Domestic del Gruppo Telecom Italia. L'Economic Shared Value generato applicando il Corporate Shared Value Model, per il 2016, risulta pari a 14.012 milioni di Euro. Gli Amministratori della Società sono, altresì, responsabili per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire che la predisposizione dei KPI 2016, risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model e del "Corporate Shared Value Model – Linee Guida", non contengano errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Responsabilità del revisore

E' nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information ("ISAE 3000")* emanato dallo IAASB (*International Auditing and Assurance Standards Board*) per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che i KPI 2016 risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model siano stati predisposti in linea con i principi sui quali si basano.

Adoperiamo l'International Standard on Quality Control 1 (ISQC (Italia) 1) e, di conseguenza, manteniamo un sistema complessivo di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266720501 Cap. Soc. Euro 7.700.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA e Iscrizione al Imp.Milano n° 03230150967 - Altri Uffici: **Bari** 70122 Via Abate Gimma 72 Tel. 0805640311 Fax 0805640349 - **Bologna** 40126 Via A. Finelli 8 Tel. 0516186211 - **Cagliari** 09125 Viale Diaz 29 Tel. 0706848774 - **Firenze** 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482822 - **Genova** 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - **Napoli** 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08136181 - **Padova** 35138 Via Vicenza 4 Tel. 0498734399 Fax 0498734399 - **Palermo** 90141 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916256313 Fax 0917829221 - **Parma** 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 05212; Fax 0521 781844 - **Roma** 00154 Largo Fediotti 28 Tel. 06570831 Fax 06570832536 - **Torino** 10122 Corso Palestro 10 Tel. 011577321; 0115773299 - **Treviso** 31100 Viale Felissent 90 Tel. 0422315711 Fax 0422315798 - **Trieste** 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 040364737 - **Verona** 37135 Via Francia 21/C Tel. 0458263001

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it

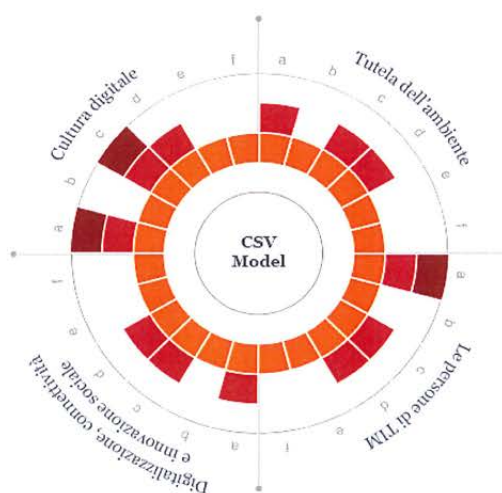


Abbiamo sviluppato la verifica sulle quattro aree che compongono il Corporate Shared Value Model (Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale, Tutela dell'ambiente, Cultura digitale e Le persone di TIM) che sono state esaminate su sei dimensioni chiave indicative della maturità complessiva del processo sotteso all'applicazione del Corporate Shared Value Model e al calcolo dei suoi KPI.

Le procedure attuate hanno riguardato le modalità con le quali il Gruppo ha determinato i KPI 2016 risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model, così come descritto all'interno del documento "Corporate Shared Value Model – Linee Guida", e sono riepilogate di seguito:

- analisi, tramite interviste, del sistema di governo, del processo, del metodo e delle logiche quantitative che sottendono alla misurazione dei KPI 2016 risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model;
- analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione dei KPI 2016 risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Telecom Italia SpA, sulla conformità dei KPI 2016 risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model alle linee guida indicate nel paragrafo "Responsabilità degli Amministratori", nonché sull'attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esse contenuti.

Tali attività hanno anche consentito una gradazione delle considerazioni (da "0" = non applicabile, a "3" = maturo) a fronte delle attività di verifica condotte sulle diverse dimensioni, secondo quanto riportato nel grafico sottostante.



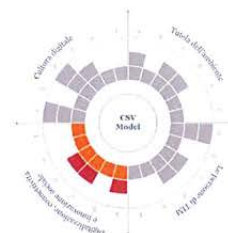
Dimensioni	Maturità
a Certezza della misurazione	□ Non applicabile
b Reporting framework	■ Embrionale
c Integrità dell'informazione	■ In fase di maturazione
d Consistenza	■ Maturo
e Coerenza	
f Validazione esterna	



Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale (contributo al CSV Model 2016 - 13.912 milioni di Euro):

All'interno dell'area "Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale" sono compresi 8 progetti:

- Digitalizzazione del paese
- Impatto occupazionale
- TIM Ventures
- TIM Weap Accelerator
- Numero Unico Europeo 112
- Brevetti 2016
- WithYouWeDo
- Joint Open Lab (JOL)



a. **Certezza della misurazione – Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura il modello di calcolo del CSV include elementi quantitativi che dipendono da stime, benchmark, dati statistici che possono influenzare il risultato della misurazione.

I KPI relativi ad alcuni progetti di tale area trovano una componente rilevante della valutazione dell'impatto nei dati contabili o gestionali. Per altri progetti invece, la valutazione deriva dall'applicazione di modelli di calcolo definiti internamente da TIM, la cui base dati include a sua volta rielaborazioni frutto di stime. Tale area, con riferimento alla dimensione "certezza della misurazione", risulta quindi "in fase di maturazione".

b. **Reporting framework - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura gli indicatori utilizzati nel modello di calcolo del CSV sono riconducibili a reporting framework noti, diversi dalla metodologia specifica sviluppata internamente per la valorizzazione dei risultati.

Le progettualità e i relativi KPI, che compongono il Corporate Shared Value Model di TIM, sono stati definiti dal Gruppo attraverso lo sviluppo di una propria metodologia atta ad individuare i progetti e i loro KPI di riferimento. Il processo di sviluppo del CSV Model è descritto all'interno della Procedura Organizzativa 2015-00151 "Processo di Corporate Shared Value di Telecom Italia". I referenti CSV effettuano periodica analisi di trend sui KPI oggetto di rendicontazione pur in assenza di una formale definizione di attività di quality control sui KPI di progetto. Tale area, con riferimento alla dimensione "reporting framework", risulta quindi "embrionale".

c. **Integrità dell'informazione - Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura i dati e le informazioni utilizzati all'interno del modello di calcolo del CSV sono ottenuti da processi e sistemi stabili e dotati di presidi di controllo.

Con riferimento ai progetti pluriennali, TIM ha mantenuto coerenza nel processo di calcolo utilizzato rispetto all'anno precedente, adottando le stesse modalità di valorizzazione dei KPI. Con riferimento al sistema di controllo in essere, su dati e



indicatori, vi sono sia dati che derivano da sistemi contabili, sia elementi di stima che entrano come componente di base dei modelli di calcolo alimentati su *end-user computing application*. La previsione di segregazione di ruoli e responsabilità sulle diverse fasi del processo consente di considerare “in fase di maturazione” la dimensione “integrità dell’informazione”.

d. **Consistenza - Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura il modello di calcolo del CSV, su progetti pluriennali e su progetti della stessa natura, è applicato in modo coerente tra di essi e negli esercizi successivi e in che misura eventuali modifiche sono oggetto di disclosure sull’avvenuto restatement dei risultati. In che misura il modello di calcolo del CSV è applicato su un perimetro di Gruppo coerente nel tempo.

Il perimetro di reporting fa riferimento alle Società italiane della Business Unit Domestic del Gruppo Telecom Italia ed è rimasto coerente con l’anno precedente. Con riferimento alle progettualità e ai relativi KPI si segnala che, per i progetti che sono stati già rendicontati nel periodo precedente, i metodi di calcolo utilizzati per la predisposizione dei KPI di progetto sono rimasti invariati. Con riferimento ai nuovi progetti, individuati nel 2016, il modello di calcolo adotta le stesse logiche sottese a quanto definito nell’esercizio precedente. Tale area, con riferimento alla dimensione “consistenza”, risulta quindi “in fase di maturazione”.

e. **Coerenza - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura il modello di calcolo del CSV valorizza elementi che sono coerenti con quelli utilizzati dal management per la gestione e l’indirizzo del business.

Il Corporate Shared Value Model è stato implementato dalla funzione CSV attraverso la conduzione di un’analisi dei bisogni del paese, i “social need”, che ha consentito l’identificazione di tre aree strategiche di intervento ed una quarta area aggiuntiva relativa alle persone di TIM. L’alta direzione è destinataria di un flusso informativo sui risultati derivanti dalla valorizzazione dei progetti che compongono il CSV Model. Il CSV Model, tuttavia, non è parte degli strumenti utilizzati nelle scelte di indirizzo strategico. Tale area, con riferimento alla dimensione “coerenza”, risulta quindi “embrionale”.

f. **Validazione esterna - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura il modello di calcolo del CSV attinge a dati e informazioni che sono oggetto di verifica esterna su altri ambiti gestionali.

I dati utilizzati per valorizzare i KPI delle progettualità che compongono il Corporate Shared Value Model di TIM provengono da sistemi contabili, gestionali e da fonti esterne riconosciute ma non necessariamente oggetto di specifica validazione. Tale area, con riferimento alla dimensione “validazione esterna”, risulta quindi “embrionale”.



Tutela dell'ambiente (contributo al CSV Model 2016 - 83 milioni di Euro):

All'interno dell'area "Tutela dell'ambiente" sono compresi 2 progetti:

- Efficienza energetica
- Sanità digitale



- a. **Certezza della misurazione - Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura il modello di calcolo del CSV include elementi quantitativi che dipendono da stime, benchmark, dati statistici che possono influenzare il risultato della misurazione.

Alcuni dei KPI relativi a tale area trovano una componente rilevante della valutazione dell'impatto nei dati contabili o gestionali. Per altri KPI invece, la valutazione deriva dall'applicazione di modelli di calcolo definiti internamente da TIM, la cui base dati include a sua volta rielaborazioni frutto di stime. Tale area, con riferimento alla dimensione "certezza della misurazione", risulta quindi "in fase di maturazione".

- b. **Reporting framework - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura gli indicatori utilizzati nel modello di calcolo del CSV sono riconducibili a reporting framework noti, diversi dalla metodologia specifica sviluppata internamente per la valorizzazione dei risultati.

Le progettualità e i relativi KPI, che compongono il Corporate Shared Value Model di TIM, sono stati definiti dal Gruppo attraverso lo sviluppo di una propria metodologia atta ad individuare i progetti e i loro KPI di riferimento. Il processo di sviluppo del CSV Model è descritto all'interno della Procedura Organizzativa 2015-00151 "Processo di Corporate Shared Value di Telecom Italia". I referenti CSV effettuano periodica analisi di trend sui KPI oggetto di rendicontazione pur in assenza di una formale definizione di attività di quality control sui KPI di progetto. Tale area, con riferimento alla dimensione "reporting framework", risulta quindi "embrionale".

- c. **Integrità dell'informazione - Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura i dati e le informazioni utilizzati all'interno del modello di calcolo del CSV sono ottenuti da processi e sistemi stabili e dotati di presidi di controllo.

Con riferimento ai progetti pluriennali, TIM ha mantenuto coerenza nel processo di calcolo utilizzato rispetto all'anno precedente, adottando le stesse modalità di valorizzazione dei KPI. Con riferimento al sistema di controllo in essere, su dati e indicatori, vi sono sia dati che derivano da sistemi contabili, sia elementi di stima che entrano come componente di base dei modelli di calcolo alimentati su *end-user computing application*. La previsione di segregazione di ruoli e responsabilità sulle



diverse fasi del processo consente di considerare “in fase di maturazione” la dimensione “integrità dell’informazione”.

d. **Consistenza - Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura il modello di calcolo del CSV, su progetti pluriennali e su progetti della stessa natura, è applicato in modo coerente tra di essi e negli esercizi successivi e in che misura eventuali modifiche sono oggetto di disclosure sull’avvenuto restatement dei risultati. In che misura il modello di calcolo del CSV è applicato su un perimetro di Gruppo coerente nel tempo.

Il perimetro di reporting fa riferimento alle Società italiane della Business Unit Domestic del Gruppo Telecom Italia ed è rimasto coerente con l’anno precedente. Con riferimento alle progettualità e ai relativi KPI si segnala che, per i progetti che sono stati già rendicontati nel periodo precedente, i metodi di calcolo utilizzati per la predisposizione dei KPI di progetto sono rimasti invariati. Con riferimento ai nuovi progetti, individuati nel 2016, il modello di calcolo adotta le stesse logiche sottese a quanto definito nell’esercizio precedente. Tale area, con riferimento alla dimensione “consistenza”, risulta quindi “in fase di maturazione”.

e. **Coerenza - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura il modello di calcolo del CSV valorizza elementi che sono coerenti con quelli utilizzati dal management per la gestione e l’indirizzo del business.

Il Corporate Shared Value Model è stato implementato dalla funzione CSV attraverso la conduzione di un’analisi dei bisogni del paese, i “social need”, che ha consentito l’identificazione di tre aree strategiche di intervento ed una quarta area aggiuntiva relativa alle persone di TIM. L’alta direzione è destinataria di un flusso informativo sui risultati derivanti dalla valorizzazione dei progetti che compongono il CSV Model. Il CSV Model, tuttavia, non è parte degli strumenti utilizzati nelle scelte di indirizzo strategico. Tale area, con riferimento alla dimensione “coerenza”, risulta quindi “embrionale”.

f. **Validazione esterna - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura il modello di calcolo del CSV attinge a dati e informazioni che sono oggetto di verifica esterna su altri ambiti gestionali.

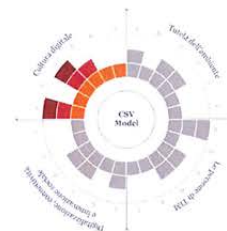
I dati utilizzati per valorizzare i KPI delle progettualità che compongono il Corporate Shared Value Model di TIM provengono da sistemi contabili, gestionali e da fonti esterne riconosciute ma non necessariamente oggetto di specifica validazione. Tale area, con riferimento alla dimensione “validazione esterna”, risulta quindi “embrionale”.



Cultura digitale (contributo al CSV Model 2016 - 16 milioni di Euro):

All'interno dell'area "Cultura digitale" sono compresi 11 progetti:

- #TIMgirlsHackathon
- A scuola di digitale con TIM
- Smart working
- TIM 60+
- TIM Academy
- Partnership con la scuola ed il mondo accademico
- TIM Protect
- Programma il Futuro
- Pappano in Web
- TIM College
- START! La vita a portata di App



a. **Certeza della misurazione - Maturità: 3** (maturo)

In che misura il modello di calcolo del CSV include elementi quantitativi che dipendono da stime, benchmark, dati statistici che possono influenzare il risultato della misurazione.

I KPI relativi a tale area, per la maggioranza dei progetti dell'area Cultura digitale, trovano una componente rilevante della valutazione dell'impatto nei dati contabili o gestionali. Tale area, con riferimento alla dimensione "certezza della misurazione", risulta quindi "matura".

b. **Reporting framework - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura gli indicatori utilizzati nel modello di calcolo del CSV sono riconducibili a reporting framework noti, diversi dalla metodologia specifica sviluppata internamente per la valorizzazione dei risultati.

Le progettualità e i relativi KPI, che compongono il Corporate Shared Value Model di TIM, sono stati definiti dal Gruppo attraverso lo sviluppo di una propria metodologia atta ad individuare i progetti e i loro KPI di riferimento. Il processo di sviluppo del CSV Model è descritto all'interno della Procedura Organizzativa 2015-00151 "Processo di Corporate Shared Value di Telecom Italia". I referenti CSV effettuano periodica analisi di trend sui KPI oggetto di rendicontazione pur in assenza di una formale definizione di attività di quality control sui KPI di progetto. Tale area, con riferimento alla dimensione "reporting framework", risulta quindi "embrionale".

c. **Integrità dell'informazione - Maturità: 3** (maturo)

In che misura i dati e le informazioni utilizzati all'interno del modello di calcolo del CSV sono ottenuti da processi e sistemi stabili e dotati di presidi di controllo.

Con riferimento ai progetti pluriennali, TIM ha mantenuto coerenza nel processo di calcolo utilizzato rispetto all'anno precedente, adottando le stesse modalità di valorizzazione dei KPI. Con riferimento al sistema di controllo in essere, su dati e indicatori, vi sono principalmente dati che derivano da processi e sistemi contabili, che



risultano essere stabili e dotati di presidi di controllo. La previsione di segregazione di ruoli e responsabilità sulle diverse fasi del processo consente di considerare “matura” la dimensione “integrità dell’informazione”.

d. **Consistenza - Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura il modello di calcolo del CSV, su progetti pluriennali e su progetti della stessa natura, è applicato in modo coerente tra di essi e negli esercizi successivi e in che misura eventuali modifiche sono oggetto di disclosure sull’avvenuto restatement dei risultati. In che misura il modello di calcolo del CSV è applicato su un perimetro di Gruppo coerente nel tempo.

Il perimetro di reporting fa riferimento alle Società italiane della Business Unit Domestic del Gruppo Telecom Italia ed è rimasto coerente con l’anno precedente. Con riferimento alle progettualità e ai relativi KPI si segnala che, per i progetti che sono stati già rendicontati nel periodo precedente, i metodi di calcolo utilizzati per la predisposizione dei KPI di progetto sono rimasti invariati. Con riferimento ai nuovi progetti, individuati nel 2016, il modello di calcolo adotta le stesse logiche sottese a quanto definito nell’esercizio precedente. Tale area, con riferimento alla dimensione “consistenza”, risulta quindi “in fase di maturazione”.

e. **Coerenza - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura il modello di calcolo del CSV valorizza elementi che sono coerenti con quelli utilizzati dal management per la gestione e l’indirizzo del business.

Il Corporate Shared Value Model è stato implementato dalla funzione CSV attraverso la conduzione di un’analisi dei bisogni del paese, i “social need”, che ha consentito l’identificazione di tre aree strategiche di intervento ed una quarta area aggiuntiva relativa alle persone di TIM. L’alta direzione è destinataria di un flusso informativo sui risultati derivanti dalla valorizzazione dei progetti che compongono il CSV Model. Il CSV Model, tuttavia, non è parte degli strumenti utilizzati nelle scelte di indirizzo strategico. Tale area, con riferimento alla dimensione “coerenza”, risulta quindi “embrionale”.

f. **Validazione esterna - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura il modello di calcolo del CSV attinge a dati e informazioni che sono oggetto di verifica esterna su altri ambiti gestionali.

I dati utilizzati per valorizzare i KPI delle progettualità che compongono il Corporate Shared Value Model di TIM provengono da sistemi contabili, gestionali e da fonti esterne riconosciute ma non necessariamente oggetto di specifica validazione. Tale area, con riferimento alla dimensione “validazione esterna”, risulta quindi “embrionale”.



Le persone di TIM (contributo al CSV Model 2016 - 1 milione di Euro):

All'interno dell'area "Le persone di TIM" è compreso il progetto Asili nido e scuola materna.

a. **Certezza della misurazione - Maturità: 3** (maturo)

In che misura il modello di calcolo del CSV include elementi quantitativi che dipendono da stime, benchmark, dati statistici che possono influenzare il risultato della misurazione.

I KPI relativi a tale area, con riferimento al progetto Asili nido e scuola materna, trovano una componente rilevante della valutazione dell'impatto nei dati contabili o gestionali. Tale area, con riferimento alla dimensione "certezza della misurazione", risulta quindi "matura".

b. **Reporting framework - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura gli indicatori utilizzati nel modello di calcolo del CSV sono riconducibili a reporting framework noti, diversi dalla metodologia specifica sviluppata internamente per la valorizzazione dei risultati.

Le progettualità e i relativi KPI, che compongono il Corporate Shared Value Model di TIM, sono stati definiti dal Gruppo attraverso lo sviluppo di una propria metodologia atta ad individuare i progetti e i loro KPI di riferimento. Il processo di sviluppo del CSV Model è descritto all'interno della Procedura Organizzativa 2015-00151 "Processo di Corporate Shared Value di Telecom Italia". I referenti CSV effettuano periodica analisi di trend sui KPI oggetto di rendicontazione pur in assenza di una formale definizione di attività di quality control sui KPI di progetto. Tale area, con riferimento alla dimensione "reporting framework", risulta quindi "embrionale".

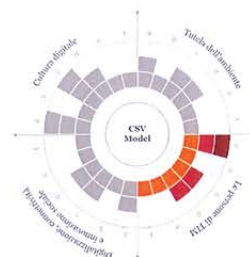
c. **Integrità dell'informazione - Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura i dati e le informazioni utilizzati all'interno del modello di calcolo del CSV sono ottenuti da processi e sistemi stabili e dotati di presidi di controllo.

Con riferimento ai progetti pluriennali, TIM ha mantenuto coerenza nel processo di calcolo utilizzato rispetto all'anno precedente, adottando le stesse modalità di valorizzazione dei KPI. Con riferimento al sistema di controllo in essere, su dati e indicatori, vi sono sia dati che derivano da sistemi contabili, sia elementi di stima che entrano come componente di base dei modelli di calcolo alimentati su *end-user computing application*. La previsione di segregazione di ruoli e responsabilità sulle diverse fasi del processo consente di considerare "in fase di maturazione" la dimensione "integrità dell'informazione".

d. **Consistenza: Maturità: 2** (in fase di maturazione)

In che misura il modello di calcolo del CSV, su progetti pluriennali e su progetti della stessa natura, è applicato in modo coerente tra di essi e negli esercizi successivi e in





che misura eventuali modifiche sono oggetto di disclosure sull'avvenuto restatement dei risultati. In che misura il modello di calcolo del CSV è applicato su un perimetro di Gruppo coerente nel tempo.

Il perimetro di reporting fa riferimento alle Società italiane della Business Unit Domestic del Gruppo Telecom Italia ed è rimasto coerente con l'anno precedente. Con riferimento alle progettualità e ai relativi KPI si segnala che, per i progetti che sono stati già rendicontati nel periodo precedente, i metodi di calcolo utilizzati per la predisposizione dei KPI di progetto sono rimasti invariati. Con riferimento ai nuovi progetti, individuati nel 2016, il modello di calcolo adotta le stesse logiche sottese a quanto definito nell'esercizio precedente. Tale area, con riferimento alla dimensione "consistenza", risulta quindi "in fase di maturazione".

e. **Coerenza - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura il modello di calcolo del CSV valorizza elementi che sono coerenti con quelli utilizzati dal management per la gestione e l'indirizzo del business.

Il Corporate Shared Value Model è stato implementato dalla funzione CSV attraverso la conduzione di un'analisi dei bisogni del paese, i "social need", che ha consentito l'identificazione di tre aree strategiche di intervento ed una quarta area aggiuntiva relativa alle persone di TIM. L'alta direzione è destinataria di un flusso informativo sui risultati derivanti dalla valorizzazione dei progetti che compongono il CSV Model. Il CSV Model, tuttavia, non è parte degli strumenti utilizzati nelle scelte di indirizzo strategico. Tale area, con riferimento alla dimensione "coerenza", risulta quindi "embrionale".

f. **Validazione esterna - Maturità: 1** (embrionale)

In che misura il modello di calcolo del CSV attinge a dati e informazioni che sono oggetto di verifica esterna su altri ambiti gestionali.

I dati utilizzati per valorizzare i KPI delle progettualità che compongono il Corporate Shared Value Model di TIM provengono da sistemi contabili, gestionali e da fonti esterne riconosciute ma non necessariamente oggetto di specifica validazione. Tale area, con riferimento alla dimensione "validazione esterna", risulta quindi "embrionale".

Il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.



Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che i KPI 2016 risultanti dall'applicazione del Corporate Shared Value Model del Gruppo Telecom Italia al 31 dicembre 2016 non siano stati redatti, in tutti gli aspetti significativi, in conformità al documento "Corporate Shared Value Model – Linee Guida" per le Società, operanti in Italia, della Business Unit Domestic del Gruppo Telecom Italia.

Torino, 6 aprile 2017

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Paolo Bersani', written over a light blue horizontal line.

Paolo Bersani
(Partner)



GRI CONTENT INDEX for “In accordance”- Comprehensive [G4-32]

GENERAL STANDARD DISCLOSURES

General Standard Disclosures	Page Number	Omissions	External Assurance
STRATEGY AND ANALYSIS			
G4-1	Chairman's Letter II, III		433
G4-2	34, 41,42		yes, page 200
ORGANIZATIONAL PROFILE			
G4-3	4		yes, page 200
G4-4	4		yes, page 200
G4-5	5		yes, page 200
G4-6	4		yes, page 200
G4-7	5		yes, page 200
G4-8	4		yes, page 200
G4-9	4, 19, 20, 150		yes, page 200
G4-10	152, 177, 178		yes, page 200
G4-11	172		yes, page 200
G4-12	108		yes, page 200
G4-13	4, 5, 108		yes, page 200
G4-14	9, 41, 42		yes, page 200
G4-15	12		yes, page 200
G4-16	12		yes, page 200
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES			
G4-17	4		yes, page 200
G4-18	63		yes, page 200
G4-19	64		yes, page 200
G4-20	65		yes, page 200
G4-21	65		yes, page 200
G4-22	4		yes, page 200
G4-23	67		yes, page 200
STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
G4-24	53		yes, page 200
G4-25	57		yes, page 200
G4-26	57, 58,64		yes, page 200
G4-27	58		yes, page 200
REPORT PROFILE			
G4-28	199		yes, page 200
G4-29	199		yes, page 200
G4-30	199		yes, page 200
G4-31	220		yes, page 200
G4-32	214		yes, page 200
G4-33	200		yes, page 200

GOVERNANCE		
G4-34	6, 7, 51	yes, page 200
G4-35	6, 7, 8, 51	yes, page 200
G4-36	7, 8, 51	yes, page 200
G4-37	9, 51	yes, page 200
G4-38	6, 7	yes, page 200
G4-39	7	yes, page 200
G4-40	6, 7	yes, page 200
G4-41	9	yes, page 200
G4-42	7, 8, 51	yes, page 200
G4-43	7	yes, page 200
G4-44	7	yes, page 200
G4-45	9	yes, page 200
G4-46	9	yes, page 200
G4-47	7, 51	no
G4-48	8, 51	yes, page 200
G4-49	10	yes, page 200
G4-50	10	no
G4-51	11	yes, page 200
G4-52	11	yes, page 200
G4-53	11	yes, page 200
G4-54	174	<p>The ratio between the annual total compensation of the highest paid individual and the median annual total compensation for all employees was not disclosed for confidentiality constraints. It was judged to fall under the category of information subject to the "Policy for the classification and management of confidentiality information" in that the datum, once disclosed and if not properly understood, could cause the company a reputational damage.</p> <p>yes, page 200</p>
G4-55	174	<p>The ratio between the annual total compensation of the highest paid individual and the median annual total compensation for all employees was not disclosed for confidentiality constraints. It was judged to fall under the category of information subject to the "Policy for the classification and management of confidentiality information" in that the datum, once disclosed and if not properly understood, could cause the company a reputational damage.</p> <p>yes, page 200</p>
ETHICS AND INTEGRITY		
G4-56	13	yes, page 200
G4-57	10	yes, page 200
G4-58	10	yes, page 200

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES			
DMA and Indicators	Page Number	Omissions	External Assurance
CATEGORY: ECONOMIC			
INDIRECT ECONOMIC IMPACTS			
G4-DMA	28, 70, 71, 72, 140	no	
G4-EC7	44, 70, 71, 72, 74, 75	yes, page 200	
G4-EC8	44, 70, 71, 73, 74	yes, page 200	
CATEGORY: ENVIRONMENTAL			
COMPLIANCE			
G4-DMA	22	no	
G4-EN29	22	yes, page 200	
CATEGORY: SOCIAL - LABOR PRACTICES AND DECENT WORK			
EMPLOYMENT			
G4-DMA	108, 110, 149, 158, 172	no	
G4-LA1	181	yes, page 200	
G4-LA2	158	yes, page 200	
G4-LA3	152, 181	yes, page 200	
LABOR/MANAGEMENT RELATIONS			
G4-DMA	149	no	
G4-LA4	172	no	
OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY			
G4-DMA	149, 156, 157, 169, 171	yes, page 200	
G4-LA5	169, 171	yes, page 200	
G4-LA6	171, 184	yes, page 200	
G4-LA7	171, 169	no	
G4-LA8	169, 171	no	
TRAINING AND EDUCATION			
G4-DMA	149	yes, page 200	
G4-LA9	164, 185	yes, page 200	
G4-LA10	160, 161, 163, 165	yes, page 200	
G4-LA11	158, 159, 160	yes, page 200	
DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY			
G4-DMA	149	no	
G4-LA12	154	yes, page 200	
EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN			
G4-DMA	149	no	
G4-LA13	187	yes, page 200	
CATEGORY: SOCIAL - HUMAN RIGHTS			
INVESTMENT			
G4-DMA	107	yes, page 200	
G4-HR1	107	yes, page 200	
G4-HR2	163, 165	yes, page 200	
NON-DISCRIMINATION			
G4-DMA	34	no	
G4-HR3	40	no	

FREEDOM ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING		
G4-DMA	34	yes, page 206
G4-HR4	109, 111, 163, 172	yes, page 206
CHILD LABOR		
G4-DMA	34	no
G4-HR5	109, 111, 163, 172	yes, page 200
FORCED OR COMPULSORY LABOR		
G4-DMA	34	yes, page 200
G4-HR6	109, 111, 163, 172	yes, page 200
SECURITY PRACTICES		
G4-DMA	34	no
G4-HR7	109, 163, 165	yes, page 200
INDIGENOUS RIGHTS		
G4-DMA	34	no
G4-HR8	40	no
ASSESSMENT		
G4-DMA	34	no
G4-HR9	36	no
SUPPLIER HUMAN RIGHTS ASSESSMENT		
G4-DMA	34	no
G4-HR10	37, 107, 110	yes, page 200
G4-HR11	37, 109	yes, page 200
HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS		
G4-DMA	34	no
G4-HR12	39, 40	yes, page 200
CATEGORY: SOCIAL - SOCIETY		
LOCAL COMMUNITIES		
G4-DMA	142	no
G4-SO1	143	yes, page 200
G4-SO2	143	yes, page 200
ANTI-CORRUPTION		
G4-DMA	15, 16, 17, 18	yes, page 200
G4-SO3	15, 16, 17	yes, page 200
G4-SO4	17	no
G4-SO5	18	yes, page 200
PUBLIC POLICY		
G4-DMA	22, 25	no
G4-SO6	22	yes, page 200
ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR		
G4-DMA	22, 25	no
G4-SO7	25	yes, page 200
COMPLIANCE		
G4-DMA	22	no
G4-SO8	25	yes, page 200

GRIEVANCE MECHANISMS FOR IMPACTS ON SOCIETY		
G4-DMA	22	no
G4-SO11	22	no
CATEGORY: SOCIAL - PRODUCT RESPONSIBILITY		
CUSTOMER HEALTH AND SAFETY		
G4-DMA	87	no
G4-PR1	87	yes, page 200
G4-PR2	88	no
PRODUCT AND SERVICE LABELING		
G4-DMA	77	no
G4-PR3	88	yes, page 200
G4-PR4	89	no
G4-PR5	77	yes, page 200
MARKETING COMMUNICATIONS		
G4-DMA	69	no
G4-PR6	83	no
G4-PR7	89	no
CUSTOMER PRIVACY		
G4-DMA	90	no
G4-PR8	90	yes, page 200
COMPLIANCE		
G4-DMA	69	no
G4-PR9	89, 90	yes, page 200

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES - OTHER DISCLOSURES			
DMA and Indicators	Page Number	Omissions	External Assurance
CATEGORY: ECONOMIC			
ECONOMIC PERFORMANCE			
G4-DMA	20, 119		no
G4-EC1	20		yes, page 200
G4-EC2	119		yes, page 200
G4-EC3	157		yes, page 200
CATEGORY: ENVIRONMENTAL			
ENERGY			
G4-DMA	125		yes, page 200
G4-EN3	125		yes, page 200
G4-EN5	130		no
G4-EN6	125		yes, page 200
WATER			
G4-EN8	133		yes, page 200
EMISSIONS			
G4-EN15	131		yes, page 200
G4-EN16	131		yes, page 200
G4-EN17	131		yes, page 200
G4-EN19	131		yes, page 200
EFFLUENTS AND WASTE			
G4-EN23	134		yes, page 200
CATEGORY: SOCIAL - LABOR PRACTICES AND DECENT WORK			
SUPPLIER ASSESSMENT FOR LABOR PRACTICES			
G4-LA14	110		no
G4-LA15	111		yes, page 200
LABOR PRACTICES GRIEVANCE MECHANISMS			
G4-DMA	149		no
G4-LA16	176		no

[G4-31]

Contatti

Corporate Shared Value
TIM S.p.A.
Via G. Negri, 1
20123 Milano
Tel.: +39 02 8595 4824

www.telecomitalia.com

Invia i tuoi suggerimenti a:
groupsustainability@telecomitalia.it



Bilancio di Sostenibilità
2016