



**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:



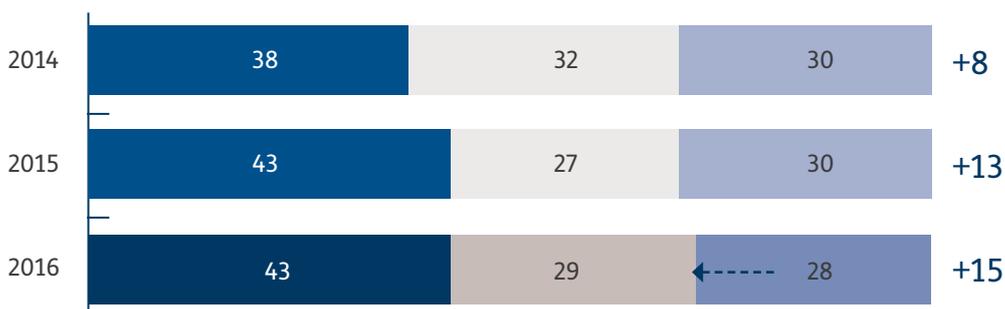


Nel caso specifico di TIM si conferma un giudizio positivo sull'impegno in ambito Corporate Shared Value: la percentuale di coloro che esprime un giudizio positivo cresce dal 38% del 2014 al 43% del 2016.

Valutazione della **responsabilità sociale del gruppo**

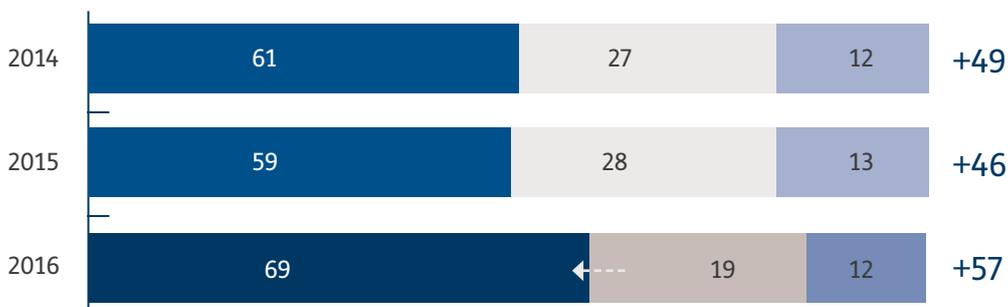


■ positivo ■ nè positivo nè negativo ■ negativo



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>)
	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	<p>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>)</p>		<p>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>)</p>	
	<p>Comunicazione finanziaria on line, attraverso il sito web del Gruppo (<i>Corporate Shared Value/Stakeholder Engagement</i>)</p>		<p>Momenti d'incontro con gli stakeholder su temi di corporate governance (<i>Corporate Shared Value/Stakeholder Engagement</i>)</p>	
 ISTITUZIONI				<p>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>)</p>
 CONCORRENTI	<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. (<i>Digitalizzazione, Connettività e Innovazione Sociale/Un gruppo di rilevanza strategica</i>)</p>	<p>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>)</p>	<p>Dialogo con gli OLO su temi commerciali e relativi all'attuazione degli Impegni (<i>Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento</i>)</p>	<p>"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>)</p>
			<p>Dialogo costante con le Authority (AGCM e AGCOM) (<i>Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento</i>)</p>	<p>"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>)</p>
				<p>Il Gruppo aderisce a numerose federazioni, associazioni e organizzazioni a livello nazionale e internazionale (<i>Il Gruppo TIM/Il contesto di riferimento</i>)</p>



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:

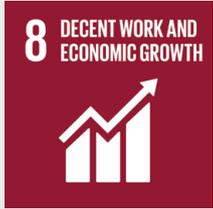
- n. 4: Istruzione e qualità
- n. 5: Uguaglianza di genere
- n. 8: Lavoro dignitoso e crescita economica
- n. 9: Industria, innovazione e infrastrutture
- n. 11: Città e comunità sostenibili
- n. 12: Consumo e produzione responsabili
- n. 16: Pace, Giustizia e Istituzioni forti

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*.