



RAPPORTI CON I MEDIA DEL GRUPPO TIM

OTTOBRE 2020

Premessa

Il Gruppo TIM è impegnato a operare proattivamente con i media al fine di instaurare relazioni soddisfacenti e durevoli. Lealtà, trasparenza e collaborazione sono i principi fondamentali di qualsiasi forma di coinvolgimento tra il Gruppo TIM e i media.

Rapporto con la stampa

Il Gruppo intrattiene rapporti con tutti i soggetti che pubblicano notizie tramite quotidiani, riviste, radio, televisioni o sul web. Possono venire predisposti siti ufficiali sui social media al fine di fornire informazioni dettagliate e personalizzate su specifici programmi e attività e per promuovere l'interazione tra le parti interessate. Laddove previsto dalle normative vigenti, anche i mercati finanziari e gli organi di vigilanza sono coinvolti nelle attività di comunicazione.

L'Ufficio Stampa è responsabile di instaurare e mantenere relazioni con la stampa nazionale e internazionale. Un team di persone all'interno dell'Ufficio Stampa ha la responsabilità specifica di occuparsi della stampa locale.

L'Ufficio Stampa, sia a livello centrale che a livello locale:

- redige e distribuisce note e comunicati stampa,
- organizza interviste, conferenze stampa e incontri,
- mantiene rapporti diretti con singoli giornalisti.

La comunicazione con i media avviene sia su base spontanea e proattiva che in risposta alle richieste specifiche dei giornalisti. Argomenti e priorità sono scelti in base a quanto la Società ha bisogno di comunicare oppure tenendo conto dei feedback della stampa.

Tutte le attività dell'Ufficio Stampa si basano su:

- mappa dei contatti chiave con cui instaurare relazioni continuative;
- mailing list, utilizzate per l'annuncio di incontri pubblici, eventi di PR, presentazioni di prodotti e servizi.

Sia la mappa che l'elenco dei contatti sono elaborati sulla base di un'attenta analisi dell'intero settore dei media italiani e internazionali.

I risultati delle attività dell'Ufficio Stampa sono monitorati a cadenza periodica da istituti di ricerca indipendenti.

Rapporto con i Nuovi Media

Le relazioni con i Nuovi Media sono tenute tramite i siti internet della Società e i social network.

Con l'ausilio di vari focus group, sondaggi e analisi, la Società monitora l'utilizzo dei nuovi media da parte dei suoi stakeholder nonché le loro aspettative al riguardo. Sulla base dei risultati delle attività di monitoraggio si procede allo sviluppo di più strumenti per rivolgersi a ciascun gruppo omogeneo di stakeholder. Sondaggi sistematici sulla percezione, effettuati su vasti campioni di popolazione, forniscono alla Società i feedback di tali stakeholder, che consentono di perfezionare gli strumenti di coinvolgimento.

Norme da applicare a tutte le relazioni con i media

Tutte le relazioni con i media rispettano rigorosamente le procedure specifiche del Gruppo relativamente a gestione e comunicazione di informazioni e dati privilegiati; esse sono applicabili alla gestione interna dei documenti nonché alla comunicazione e informazione verso l'esterno riguardo alla Società. Le suddette procedure stabiliscono le modalità di comunicazione al mercato di informazioni "price sensitive" e si possono consultare al seguente link:

<https://www.gruppotim.it/en/group/governance/the-system/procedures.html>

Il comportamento dello staff dell'Ufficio Stampa del Gruppo TIM rispetta il Codice Etico e la Politica Anticorruzione del Gruppo, nonché tutte le altre politiche e normative rilevanti.

Contatti e segnalazioni

I contatti dell'Ufficio Stampa sono riportati al seguente link:

<https://www.gruppotim.it/en/footer/contacts.html#press>

Segnalazioni o reclami possono essere inoltrati direttamente all'Ufficio Stampa o agli organi di governo della Società con le modalità descritte al seguente link:

<https://www.gruppotim.it/en/sustainability/business-fundamentals/codes-policies/reports-penalties.html>