



DIALOGO ED ENGAGEMENT DEGLI STAKEHOLDER

Approfondimento

Gruppo TIM

Giugno 2025



INDICE

1. Un dialogo continuo e trasparente con i nostri stakeholder	3
2. Linee guida e standard di riferimento per il coinvolgimento degli stakeholder	3
3. Il nostro processo di Coinvolgimento degli Stakeholder	5



1. Un dialogo continuo e trasparente con i nostri stakeholder

In TIM teniamo conto delle esigenze e delle opinioni di tutte le persone e organizzazioni che hanno un interesse nel nostro business. Ascoltiamo con attenzione i nostri stakeholder e manteniamo un confronto continuo, convinti che la qualità delle relazioni sia un elemento necessario per lavorare in modo efficace e duraturo.

Le politiche, gli impegni e le strategie del Gruppo TIM in materia di coinvolgimento degli stakeholder sono definite e approvate dal Comitato di Sostenibilità, che opera a livello di Consiglio di Amministrazione, e sono gestite dalla Direzione Corporate Communication & Sustainability. Le politiche e le strategie di coinvolgimento degli stakeholder che mettiamo in atto non riguardano solo le nostre attività dirette, ma anche la catena del valore, come i fornitori.

2. Linee guida e standard di riferimento per il coinvolgimento degli stakeholder

Il nostro processo di coinvolgimento degli stakeholder segue le linee guida definite dagli standard AccountAbility 1000: AA1000 AccountAbility Principles Standard (AA1000APS) e AA1000 Stakeholder Engagement Standard (AA1000SES). Quest'ultimo garantisce che tutte le aree rilevanti delle nostre attività, dei processi aziendali e della catena di fornitura siano coperte dalle politiche di coinvolgimento, includendo l'identificazione e il dialogo con tutti i gruppi di stakeholder pertinenti: fornitori, partner del Gruppo TIM, comunità locali, autorità, media, associazioni e ONG.

Lavoriamo per migliorare costantemente questo processo, con l'obiettivo di renderlo più efficace e coerente con principi di responsabilità, etica e sostenibilità.

In particolare, ove possibile:

- integriamo il coinvolgimento degli stakeholder nella nostra governance, nelle strategie e nelle attività operative;
- pianifichiamo e prepariamo il processo di coinvolgimento attraverso:



- definizione di scopo, ambito, responsabilità, mandato e stakeholder coinvolti; profilazione degli stakeholder;
- scelta dei livelli e dei metodi di coinvolgimento;
- definizione e comunicazione dei limiti alla divulgazione delle informazioni;
- redazione di un piano di coinvolgimento;
- selezione degli indicatori per misurare le attività;
- allocazione delle risorse necessarie;
- identificazione e mitigazione dei rischi connessi al coinvolgimento;
- implementiamo il coinvolgimento attraverso:
 - inviti, condivisione di informazioni e briefing mirati;
 - ascolto attivo durante il confronto;
 - documentazione dei contenuti emersi;
 - sviluppo di piani d'azione conseguenti;
 - restituzione e comunicazione dei risultati;
- monitoriamo e valutiamo il livello di coinvolgimento raggiunto;
- ci impegniamo a migliorare costantemente le nostre pratiche di coinvolgimento;
- esaminiamo i risultati dei piani d'azione e li aggiorniamo quando necessario.

Ci impegniamo inoltre a comprendere meglio i punti di vista delle comunità con cui entriamo in contatto e a intercettare tempestivamente eventuali criticità attraverso un dialogo regolare con gli stakeholder locali. Adottiamo un approccio inclusivo all'ascolto e al coinvolgimento, con particolare attenzione ai gruppi potenzialmente più vulnerabili, come donne e giovani. Nella progettazione delle iniziative di responsabilità sociale e dei programmi di inclusione digitale sul territorio, collaboriamo attivamente con associazioni e organizzazioni non governative che conoscono da vicino le esigenze di queste comunità.



3. Il nostro processo di Coinvolgimento degli Stakeholder

Il tipo di attività che svolgiamo in TIM ci porta a interagire con un'ampia varietà di stakeholder. Per gestire in modo sistematico queste relazioni e rendere conto in modo trasparente del nostro operato, raggruppiamo gli stakeholder in categorie omogenee. Le categorie che riteniamo più adatte ai nostri scopi sono: Persone TIM, Clienti, Fornitori, Business Community, Istituzioni, Comunità finanziaria, Società civile e Media.

Il processo di identificazione degli stakeholder si articola nelle seguenti fasi:

Analizziamo i nostri processi aziendali

- I. Per ciascun processo, individuiamo tutte le parti interessate: azionisti, dipendenti, comunità locali e coinvolte, concorrenti, clienti, fornitori, autorità locali, enti governativi e di regolazione, istituzioni finanziarie, sindacati, associazioni di consumatori, media, ONG e società civile. Prestiamo particolare attenzione anche ai gruppi vulnerabili, come minori, anziani, persone con disabilità e minoranze, sia all'interno che all'esterno del contesto locale delle nostre attività.
- II. Raggruppiamo le parti identificate in categorie omogenee, in base alla loro rilevanza per l'azienda o al ruolo che ricoprono.
- III. All'interno di ogni categoria, identifichiamo i gruppi prioritari, assegnando priorità in base alla loro importanza strategica per il nostro core business o in funzione delle nostre scelte di posizionamento su temi chiave

Una volta mappati e classificati gli stakeholder, analizziamo le strategie più idonee per costruire relazioni efficaci e durature, definendo anche le responsabilità interne per la loro gestione.

Prestiamo particolare attenzione agli stakeholder locali – comunità, autorità, media, associazioni – sviluppando strumenti di engagement specifici per ciascun gruppo. Usiamo diversi approcci: incontri one-to-one, incontri one-to-many, sessioni informative, progetti congiunti, sondaggi, focus group, e così via.



Ascoltiamo le esigenze degli stakeholder anche attraverso sondaggi periodici, utili a raccogliere feedback preziosi. Questo ascolto ci consente di valutare rischi, opportunità, eventuali lacune da colmare e lo sforzo necessario per implementare soluzioni condivise. A seconda della rilevanza degli stakeholder, queste valutazioni influenzano tanto le nostre strategie generali quanto quelle operative delle singole business unit.

Sulla base di tali elementi decidiamo quali progetti attivare, quali stakeholder coinvolgere e come distribuire i ruoli e le responsabilità. Insieme a loro definiamo anche regole operative comuni e strumenti di misurazione che ci permettano di monitorare l'efficacia del progetto lungo tutto il suo ciclo di vita.

Per rendere effettiva e coerente l'attuazione dei programmi di coinvolgimento, mettiamo a disposizione canali dedicati, generali o specifici, affinché ogni stakeholder, anche a livello locale, possa interagire con noi in modo trasparente e continuativo ed esprimere i propri feedback. Forniamo altresì informazioni chiare sulle modalità di contatto e di invio delle segnalazioni.

Nel 2024 il Gruppo TIM ha ricevuto 75 segnalazioni, di cui 46 sono state chiuse per istruttoria completata e 29 risultano ancora in lavorazione. Coinvolgiamo i nostri stakeholder, anche locali, nell'analisi della valutazione degli impatti che l'azienda può generare verso l'ambiente e le comunità, per prevenire o mitigare eventuali effetti negativi o conflitti, favorendo un allineamento sempre più forte con la strategia aziendale.

Infine, rendicontiamo tutte le nostre attività di coinvolgimento – inclusi progetti ed eventi rilevanti – sia nel Bilancio di sostenibilità, sia attraverso sessioni di feedback con gli stakeholder stessi. Per i temi più rilevanti, condividiamo report specifici con il nostro Top Management.