

APPENDICE

RISULTATI 2013 E 2014

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi pubblicati nelle precedenti Bilancio di sostenibilità per l'anno 2014 e in relazione al solo stakeholder Clienti per l'anno 2013¹.

Telecom Italia S.p.A. – Clienti²

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2013	Consuntivo 2013	Status target 2013*	Target 2014
CLIENTI MOBILE	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio prepagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente	%	97	100	●	97
CLIENTI MOBILE	Tempo di attivazione del servizio voce (servizio post-pagato) - Percentuale degli ordini validi completati entro il termine massimo previsto contrattualmente	%	97	100	●	97
CLIENTI MOBILE	Servizi di assistenza ai clienti residenziali - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	sec.	35	27	●	35
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	0,44	●	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	0,25	●	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	97,7	●	95
CLIENTI INTERNET	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	Giorni	9	7	●	9
CLIENTI INTERNET	Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione	Ore	26	17	●	26
CLIENTI INTERNET	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	%	1,0	0,36	●	1,0
CLIENTI IPTV	Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	sec.	70	76	●	70
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)	%	1,0	0,38	●	1,0
CLIENTI IPTV	Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio	ore/anno	36	6,9	●	36

2 L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2013, è disponibile sul sito tim.it. L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi di accesso a internet da rete fissa e IPTV, nonché dei relativi obiettivi per il 2013, è disponibile sul sito telecomitalia.it.

* Status Target: ● raggiunto - ● non raggiunto.

1 I consuntivi degli obiettivi sopra riportati per il 2014 saranno disponibili nel luglio 2015 sui siti Internet indicati nella nota 2.

Telecom Italia S.p.A. – Altri stakeholder

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2014	Consuntivo 2014	Status target 2014
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ¹	Ore di formazione	105.000	375.364	●
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Ore di formazione procapite ¹	Ore di formazione procapite	28	33	●
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione) ²	%	80	97,94	●
RISORSE UMANE INFORTUNI	Infortuni verificatisi per 100 lavoratori	Numero	1,28	1,30	●
AMBIENTE ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza ³	bit/joule	3.100	3.543	●
AMBIENTE ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione	GWh	115	85	●
AMBIENTE EMISSIONI ELETTRMAGNETICHE	Qualifica SAR ⁴	%	100	100	●
AMBIENTE EMISSIONI ELETTRMAGNETICHE	Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM	Numero	10	10	●

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 2014.

3 L'indicatore è calcolato sul perimetro della BU Domestic. 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.

TIM Brasil

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2014	Consuntivo 2014	Status target 2014
RISORSE UMANE	Formazione (ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	1.000.000 ¹	1.087.215	●
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)	%	30	72	●
AMBIENTE	Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	Tonnellate	13	0,92 ²	●
AMBIENTE	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	68	58	●
FORNITORI	Fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	50	53	●

1 Nel bilancio di sostenibilità 2013 si è verificato un refuso che ha inficiato il target 2014, presumibile a 1M di ore di formazione e non 2M.

2 Nel 2014 il programma di raccolta di cellulari, batterie e accessori non è stato rilanciato. Nel 2015 verrà predisposto un piano di comunicazione ai punti vendita, con lo scopo di formare i team coinvolti e incoraggiare il pubblico nella pratica del riciclaggio. Verrà anche lanciata una campagna interna rivolta al personale aziendale per la raccolta di telefoni, batterie e accessori.

OBIETTIVI 2015 E PLURIENNALI

Di seguito si riportano gli obiettivi per l'anno 2015.

TELECOM ITALIA S.p.A. – CLIENTI

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2015
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	Servizi di assistenza ai clienti residenziali - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	secondi	35
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	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	Tempo di attivazione dei servizi di accesso a internet banda larga - Tempo medio di fornitura (linee telefoniche attive)	Giorni	9
CLIENTI INTERNET	Malfunzionamenti servizi di accesso a internet a banda larga - Tempo medio di riparazione	Ore	26
CLIENTI INTERNET	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	%	1,4
CLIENTI IPTV	Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	secondi	*
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 nel medesimo periodo di rilevazione)	%	1,0
CLIENTI IPTV	Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio	ore/anno	36

* La delibera AGCOM n. 79/09/CSP, che fissa gli obiettivi del call center, è in corso di aggiornamento.

Telecom Italia – Altri stakeholder

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2014	Target 2015
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ¹	Ore di formazione	375.364	100.000
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Ore di formazione procapite ¹	Ore di formazione procapite	33	27
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – coverage (percentuale di persone che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale popolazione)	%	97,94	75
RISORSE UMANE INFORTUNI	Infortuni verificatisi per 100 lavoratori	Numero	1,30	1,28
AMBIENTE ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza ²	bit/joule	3.543	4.700
AMBIENTE ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione ³	GWh	85	131
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTRROMAGNETICHE	Qualifica SAR ⁴	%	100	100
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTRROMAGNETICHE	Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM	Numero	10	5

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 Telecom Italia 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.

TIM Brasil – Obiettivi 2015

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2014	Target 2015
RISORSE UMANE	Formazione (ore totali: in aula, on line e on the job) erogata a dipendenti propri, terziarizzati e stagisti	Ore di formazione	1.087.215	900.000
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)	%	30	N/A ¹
AMBIENTE	Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	Tonnellate	0,92	2
AMBIENTE	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	58	68
AMBIENTE	Principali fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	53	60

¹ Target non definito per il 2015 in quanto è in studio una metodologia diversa per l'individuazione degli obiettivi di formazione su tematiche di sostenibilità.

BU Domestic – Obiettivi pluriennali – Ambiente e Digital Inclusion

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2014	Consuntivo 2014	Status Target	Target 2015	Target 2016	Target 2017
AMBIENTE ENERGIA	Totale energia elettrica acquistata e prodotta*	GWh	1.942	2.000	●	1.980	1.918	1.896
AMBIENTE ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione	GWh	115	85	●	131	146	146
AMBIENTE ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza	bit/joule	3.100	3.543	●	4.700	5.500	6.000
AMBIENTE EMISSIONI ATMOSFERICHE	Riduzione delle emissioni di CO ₂ da acquisto e produzione di energia elettrica rispetto al 2013	Tonn.	11.000	720.250	●	695.000	680.000	680.000
DIGITAL INCLUSION	Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa)**	%		28,1				~75
DIGITAL INCLUSION	Copertura LTE***	%		77				>95

* Il fabbisogno energetico complessivo consuntivato per il 2014 si riferisce alla BU Domestic al netto delle attività del Gruppo Olivetti. I target 2015/2017 fanno riferimento alla stessa BU Domestic, incluse le attività del Gruppo Olivetti, fatta eccezione per l'indicatore di eco-efficienza. La significativa riduzione delle emissioni di CO₂ da acquisto e produzione di energia elettrica sono conseguenza dell'acquisto di garanzie d'origine che certificano l'utilizzo di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili a copertura della quasi totalità del consumo aziendale in Italia.

** 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.