
APPENDICE



RISULTATI 2014 E 2015

Si riportano di seguito i risultati conseguiti a fronte degli obiettivi pubblicati nel precedente Bilancio di sostenibilità per l'anno 2015 e in relazione al solo stakeholder Clienti per l'anno 2014⁽¹⁾.

Telecom Italia S.p.A. – Clienti⁽²⁾

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2014	Consuntivo 2014	Status target 2014(*)	Target 2015
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	99,9	●	97
CLIENTI MOBILE	Servizi di assistenza ai clienti residenziali – Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti.	secondi	35	27	●	**
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	0,31	●	1,2
CLIENTI MOBILE	Reclami sugli addebiti - Rapporto tra il numero di reclami riguardanti addebiti su carte prepagate 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	96,6	●	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	0,45	●	1,4
CLIENTI IPTV	Tempi di risposta assistenza clienti - Tempo medio di risposta dell'operatore alle chiamate entranti	secondi	70	85	●	**
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	0,66	●	1,0
CLIENTI IPTV	Disponibilità del servizio IPTV - Indisponibilità media del servizio	ore/anno	36	6,3	●	36

(*) Status Target: ● raggiunto - ● non raggiunto.

(**) La delibera AGCom n. 79/09/CSP che fissa gli obiettivi dei call center è in corso di aggiornamento.

(1) I consuntivi degli obiettivi sopra riportati per il 2015 saranno disponibili nel luglio 2016 sui siti Internet indicati nella nota 2.

(2) L'elenco completo degli indicatori di qualità dei servizi mobili, nonché dei relativi obiettivi per il 2015, 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 2015, è disponibile sul sito telecomitalia.it.



Telecom Italia S.p.A. – Altri stakeholder

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2015	Consuntivo 2015	Status target 2015(*)
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ⁽¹⁾	Ore di formazione	100.000	231.356	●
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Ore di formazione procapite ⁽¹⁾	Ore di formazione procapite	27	30,3	●
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione) ⁽²⁾	%	75	88	●
RISORSE UMANE INFORTUNI	Infortuni verificatisi per 100 lavoratori	Numero	1,28	1,27	●
AMBIENTE – ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza ⁽³⁾	bit/joule	4.700	4.707	●
AMBIENTE – ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione	GWh	131	130	●
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR ⁽⁴⁾	%	100	110 ⁽⁵⁾	●
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM	Numero	5	6	●

(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. 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.

(5) Nel 2015 era prevista la qualifica SAR di 20 terminali, ma ne sono stati effettivamente qualificati 22



TIM Brasil

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2015	Consuntivo 2015	Status 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	900.000	1.085.614	●
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)	%	N/A ⁽¹⁾	90	●
AMBIENTE	Raccolta di cellulari, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	tonnellate	2	1,192	●
AMBIENTE	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	68	19	●
FORNITORI	Fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	60	357	●

(1) Per il 2015 non era stato definito un target perché era allo studio una metodologia diversa per l'individuazione degli obiettivi di formazione su tematiche di sostenibilità.

OBIETTIVI 2016

Di seguito si riportano gli obiettivi per l'anno 2016.



Telecom Italia S.p.A. – Clienti

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Target 2016
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	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	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	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	Malfunzionamenti 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	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 (servizi di accesso a banda larga)	%	1,4



Telecom Italia S.p.A. – Altri stakeholder

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2015	Target 2016
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione in tema di salute, sicurezza e ambiente ⁽¹⁾	Ore di formazione	231.356	165.000
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Ore di formazione procapite ⁽¹⁾	Ore di formazione procapite	30,3	30
RISORSE UMANE FORMAZIONE	Formazione – Coverage (percentuale di dipendenti che hanno partecipato ad almeno un intervento formativo sul totale della popolazione)	%	88	80
RISORSE UMANE INFORTUNI	Infurtuni verificatisi per 100 lavoratori	Numero	1,27	1,24
AMBIENTE – ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza ⁽²⁾	bit/joule	4.707	5.300
AMBIENTE – ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione ⁽³⁾	GWh	130	151
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR ⁽⁴⁾	%	110	100
AMBIENTE – EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE	Qualifica SAR di altri dispositivi (chiavette USB, tablet e router) tecnologicamente innovativi commercializzati con il marchio TIM	Numero	6	4

(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/smartphone assoggettati a qualifica SAR (Specific Absorption Rate). La percentuale è calcolata sui modelli di terminali cellulari/smartphone di tipo più diffuso e tecnologicamente innovativi.



TIM Brasil - Obiettivi 2016

Area di riferimento	Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2015	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	1.085.614	820.000
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)	%	90	90
AMBIENTE	Raccolta di terminali mobili, batterie e altri accessori per destinarli al riciclo	tonnellate	1,192	2
AMBIENTE	Rapporto tra rifiuti riciclati e totale dei rifiuti generati negli uffici	%	19	25
FORNITORI	Fornitori valutati con criteri di sostenibilità	Numero	357	200



BU Domestic – Obiettivi pluriennali – Digital Inclusion

Indicatore	Unità di misura	Consuntivo 2015	Target 2017	Target 2018
Copertura UMTS e HSDPA(*)	%	96	97	//
Copertura Next Generation Plan (telefonia fissa) (**)	%	>42	>75	84
Copertura LTE (*)	%	>88	>95	98

(*) 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 2015	Consuntivo 2015	Status target	Target 2016	Target 2017	Target 2018
AMBIENTE ENERGIA	Totale energia elettrica acquistata e prodotta	GWh	1.980	2.071	●	2.015	1.974	1.925
AMBIENTE ENERGIA	Autoproduzione di energia da cogenerazione	GWh	131	130	●	151	151	151
AMBIENTE ENERGIA	Indicatore di eco-efficienza	bit/joule	4.700	4.707	●	5.300	6.100	7.250
AMBIENTE EMISSIONI ATMOSFERICHE	Riduzione delle emissioni di CO ₂ da acquisto e produzione di energia elettrica rispetto al 2014	Tonnellate	695.000	697.500	●	680.000	680.000	680.000



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	I, II		
G4-2	36, 42, 44		
ORGANIZATIONAL PROFILE			
G4-3	7		
G4-4	8		
G4-5	8		
G4-6	7		
G4-7	8		
G4-8	7, 8		
G4-9	7, 20, 21, 160		
G4-10	161, 188, 189		
G4-11	180		
G4-12	96, 97		
G4-13	7, 8, 9, 97		
G4-14	11, 12, 42, 44		
G4-15	14		
G4-16	14		
IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES			
G4-17	7		
G4-18	58		
G4-19	58		
G4-20	60		
G4-21	60		
G4-22	7		
G4-23	60		
STAKEHOLDER ENGAGEMENT			
G4-24	52		
G4-25	53		
G4-26	53, 54, 58		
G4-27	54		
REPORT PROFILE			
G4-28	213		
G4-29	213		
G4-30	213		
G4-31	217		
G4-32	207		
G4-33	215		

Appendice

GOVERNANCE

G4-34	9, 10, 50	
G4-35	9, 10, 11, 50	
G4-36	10, 11, 50	
G4-37	11, 50	
G4-38	9	
G4-39	10	
G4-40	9, 10	
G4-41	11	
G4-42	10, 11, 50	
G4-43	10	
G4-44	10	
G4-45	11, 12	
G4-46	11, 12	
G4-47	10, 50	
G4-48	11, 50	
G4-49	12	
G4-50	12, 13	
G4-51	13	
G4-52	13	
G4-53	13	
G4-54	182	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.
G4-55	182	The ratio between the percentage increase in annual total compensation of the highest paid individual and the median percentage increase in 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.

ETHICS AND INTEGRITY

G4-56	15
G4-57	12
G4-58	12

SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

DMA and Indicators	Page Number	Omissions	External Assurance
CATEGORY: ECONOMIC			
INDIRECT ECONOMIC IMPACTS			
G4-DMA	31, 66, 67, 68, 140		
G4-EC7	45, 66, 67, 68, 69		
G4-EC8	45, 66, 67, 68, 69		
CATEGORY: ENVIRONMENTAL			
COMPLIANCE			
G4-DMA	24, 65		
G4-EN29	24		
CATEGORY: SOCIAL - LABOR PRACTICES AND DECENT WORK			
EMPLOYMENT			
G4-DMA	96, 98, 159, 165, 180		
G4-LA1	161		
G4-LA2	165		
G4-LA3	161		
LABOR/MANAGEMENT RELATIONS			
G4-DMA	159		
G4-LA4	180		
OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY			
G4-DMA	159, 164, 165, 177, 180		
G4-LA5	177, 180		
G4-LA6	161, 179		
G4-LA7	177		
G4-LA8	177, 180		
TRAINING AND EDUCATION			
G4-DMA	159		
G4-LA9	161, 173, 193		
G4-LA10	169		
G4-LA11	166, 167, 168		
DIVERSITY AND EQUAL OPPORTUNITY			
G4-DMA	159		
G4-LA12	162		
EQUAL REMUNERATION FOR WOMEN AND MEN			
G4-DMA	159, 162		
G4-LA13	161, 183, 194		

CATEGORY: SOCIAL - HUMAN RIGHTS

INVESTMENT

G4-DMA	36, 96
G4-HR1	96
G4-HR2	173, 174

NON-DISCRIMINATION

G4-DMA	36, 39, 100
G4-HR3	37, 42

FREEDOM ASSOCIATION AND COLLECTIVE BARGAINING

G4-DMA	36, 97
G4-HR4	97, 99, 173, 180

CHILD LABOR

G4-DMA	36, 100
G4-HR5	97, 99, 173, 180

FORCED OR COMPULSORY LABOR

G4-DMA	36, 100
G4-HR6	97, 99, 173, 180

SECURITY PRACTICES

G4-DMA	36, 100
G4-HR7	97, 173, 174

INDIGENOUS RIGHTS

G4-DMA	36, 42, 100
G4-HR8	37, 42

ASSESSMENT

G4-DMA	36, 37
G4-HR9	37, 38

SUPPLIER HUMAN RIGHTS ASSESSMENT

G4-DMA	36, 96, 97, 98, 99
G4-HR10	39, 96, 98
G4-HR11	39, 97, 99

HUMAN RIGHTS GRIEVANCE MECHANISMS

G4-DMA	36, 40
G4-HR12	37, 41

CATEGORY: SOCIAL - SOCIETY

LOCAL COMMUNITIES

G4-DMA	140, 142
G4-SO1	142
G4-SO2	143

ANTI-CORRUPTION

G4-DMA	17, 18, 19
G4-SO3	17, 18, 19
G4-SO4	19
G4-SO5	19

PUBLIC POLICY

G4-DMA	24, 29
G4-SO6	24
ANTI-COMPETITIVE BEHAVIOR	
G4-DMA	24, 26
G4-SO7	27
COMPLIANCE	
G4-DMA	24, 65
G4-SO8	27
GRIEVANCE MECHANISMS FOR IMPACTS ON SOCIETY	
G4-DMA	24
G4-SO11	24
CATEGORY: SOCIAL - PRODUCT RESPONSIBILITY	
CUSTOMER HEALTH AND SAFETY	
G4-DMA	80
G4-PR1	80
G4-PR2	81
PRODUCT AND SERVICE LABELING	
G4-DMA	65, 72
G4-PR3	81
G4-PR4	81
G4-PR5	72
MARKETING COMMUNICATIONS	
G4-DMA	65
G4-PR6	77
G4-PR7	82
CUSTOMER PRIVACY	
G4-DMA	65, 83
G4-PR8	83
COMPLIANCE	
G4-DMA	24, 65
G4-PR9	82

ADDITIONAL NON-MATERIAL GRI INDICATORS

DMA and Indicators	Page Number	Omissions	External Assurance
CATEGORY: ECONOMIC			
ECONOMIC PERFORMANCE			
G4-EC1	22		
G4-EC3	165		
CATEGORY: ENVIRONMENTAL			
ENERGY			
G4-EN3	123		
G4-EN5	128		
G4-EN6	123		
WATER			
G4-EN8	130		
EMISSIONS			
G4-EN15	129		
G4-EN16	129		
G4-EN19	129		
EFFLUENTS AND WASTE			
G4-EN23	131		
CATEGORY: SOCIAL - LABOR PRACTICES AND DECENT WORK			
SUPPLIER ASSESSMENT FOR LABOR PRACTICES			
G4-LA14	98		
G4-LA15	99		
LABOR PRACTICES GRIEVANCE MECHANISMS			
G4-DMA	12, 159		
G4-LA16	184		

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 evidenziate nel testo o relative alla performance ambientale¹.

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, recepita in Italia con il D.Lgs. 2 febbraio 2007, n. 32.

[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 quasi 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 Telecom Italia 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 due società Telecom Italia San Marino 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.