



CULTURA DIGITALE



Accanto al progetto d'infrastrutturazione, Telecom Italia si è fatta promotrice di diverse iniziative tese ad aumentare l'alfabetizzazione digitale, la dotazione tecnologica della popolazione e l'utilizzo di servizi che sfruttano le potenzialità della rete internet.

A tale proposito Telecom Italia ha utilizzato diverse strategie (dai convegni alle sperimentazioni sul campo al finanziamento di start-up) al fine di esplorare e far conoscere le possibilità applicative offerte dal digitale in molte aree di interesse sociale ed economico: la scuola, i servizi offerti dalla PA ai cittadini, le applicazioni rivolte a persone con disabilità, le soluzioni innovative indirizzate alle imprese, ai distretti industriali, alle città.

Possono costituire un esempio in questo senso iniziative patrocinate per diffondere la conoscenza di soluzioni ideate per aumentare l'efficienza dei processi della PA: dalla fatturazione elettronica alla firma grafometrica, dai servizi di identità digitale alla certificazione amministrativa e sanitaria. I servizi di e-Government possono contribuire a rendere più efficiente la Pubblica Amministrazione, sia rendendo più semplici e rapidi i servizi offerti al cittadino, sia riducendo i costi della burocrazia. **[G4-EC8b]** Non a caso la Commissione Europea ha identificato nel favorire il decollo dei servizi di e-Government uno dei principali obiettivi da raggiungere nell'implementazione dell'Agenda Digitale.

[G4-EC8b] Le competenze digitali hanno un ruolo cruciale nella nostra società e rappresentano uno dei principali fattori di vantaggio competitivo delle economie degli ultimi due decenni, come evidenziato in molti lavori realizzati dall'OCSE o promossi dalla Commissione Europea.

[G4-DMA Indirect Economic Impacts] Anche su questo tema l'Agenda Digitale chiede ai Paesi membri di intervenire per ampliare la conoscenza degli strumenti digitali e aumentare il numero di persone in possesso di skills digitali evoluti anche attraverso la diffusione di tecnologie ICT nelle scuole, che diventano attori chiave per costruire le nuove competenze. In questa prospettiva, le scuole devono compiere un cambiamento radicale sia del modo di progettare e proporre l'offerta formativa, sia del modo di rapportare alunni, insegnanti e famiglie. Proprio per l'importanza data al tema, la Commissione Europea monitora costantemente la velocità dell'introduzione delle tecnologie digitali nelle scuole e nei processi didattici. Un recente rapporto di confronto elaborato dalla Commissione Europea evidenzia che la presenza di computer connessi ad internet è un fattore critico a tutti i livelli dell'offerta scolastica in Italia. Un ritardo significativo in termini di dotazione tecnologica delle scuole italiane si riscontra anche negli altri livelli scolastici¹.

Le società del Gruppo, inoltre, considerano con favore e, se del caso, forniscono sostegno a iniziative sociali, culturali e educative orientate alla promozione della persona e al miglioramento delle sue condizioni di vita.

[G4-DMA Local Communities]

Temi materiali in questo capitolo:

- gestione dell'innovazione¹
- copertura della rete e Disaster Recovery²
- programmi di anticorruzione

Policy aziendali rilevanti:

Codice Etico e di Condotta del Gruppo Telecom Italia, Policy Diritti Umani, Policy anticorruzione, Procedura segnalazioni per il controllo interno, Procedura segnalazioni al Collegio Sindacale, Linee guida del Gruppo Telecom Italia per i contributi volontari alla comunità, Guidelines concerning the relations between Telecom Italia and Local Administrations and other Local Entities, Guidelines concerning stakeholder engagement in Telecom Italia, disponibili sul sito telecomitalia.com

¹ Questo tema è trattato anche nel capitolo *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale*.

² Questo tema è trattato anche nei capitoli *Digitalizzazione, connettività e innovazione sociale* e *Essere sostenibili in Telecom Italia*.



Efficacia e monitoraggio:

per tenere sotto controllo l'efficacia dei processi di gestione, oltre al monitoraggio previsto dai sistemi di gestione e dalle strutture preposte al controllo interno, l'azienda fa uso di alcuni KPI numerici. Il presente capitolo espone quelli relativi alla formazione sulle procedure anti-corrruzione, sugli episodi di corruzione rilevati in Azienda e tra i suoi fornitori. Rilevanti sono inoltre i KPI relativi alla copertura del territorio con le infrastrutture di larga banda, esposti nel capitolo *Digitalizzazione connettività e innovazione sociale*.

La tabella seguente riepiloga la strategia d'investimento del Gruppo nella comunità, definita anche sulla base dei principi d'inclusione e materialità dello standard AccountAbility 1000 (cfr. *Nota Metodologica*).

MACRO AREE D'INTERVENTO	INDIVIDUAZIONE DEI PROGETTI	REALIZZAZIONE DEI PROGETTI
<p>Gli investimenti nella comunità riguardano due principali aree d'intervento:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ attività volontarie coerenti con il core business del Gruppo, collegate all'offerta di servizi ICT¹; ■ attività finalizzate allo sviluppo generale della comunità che comprendono principalmente le attività di Fondazione Telecom Italia. 	<p>Telecom Italia individua i progetti da realizzare sulla base di:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ consultazione degli stakeholder e contatti diretti con le associazioni della società civile; ■ progetti di partnership con stakeholder e associazioni; ■ benchmark con gli altri operatori di TLC europei; ■ partecipazione ad associazioni di settore; ■ conoscenza delle problematiche di settore condivisa con le altre funzioni del Gruppo; ■ sollecitazioni esterne come risposta a urgenze sociali (per esempio nel caso di terremoti). 	<p>La realizzazione di ciascun progetto passa attraverso 4 fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ pianificazione: vengono individuati gli obiettivi da raggiungere, i destinatari del progetto, le tempistiche delle singole attività, la durata complessiva dell'iniziativa, i modi per monitorare il progetto, il budget; ■ selezione: <ul style="list-style-type: none"> ◆ tramite bandi pubblici; ◆ tramite scelta diretta dell'Azienda, maturata a valle del processo di consultazione degli stakeholder, in coerenza con le linee guida per i contributi volontari alla comunità²; ■ gestione: di regola avviene attraverso partnership o accordi quadro. Talvolta vengono effettuate delle erogazioni in denaro lasciando la gestione dell'attività all'ente/associazione beneficiari; ■ controllo: avviene con modalità differenti a seconda delle peculiarità dei singoli progetti.

Per i progetti con le comunità, le società del Gruppo interagiscono con:

- la società civile: tutti i cittadini e quelli con particolari esigenze (giovani, anziani, diversamente abili, ecc.), le loro associazioni rappresentative e le non profit in genere;
- le Istituzioni: enti locali e Istituzioni centrali nazionali e sovranazionali;
- gli istituti universitari e di ricerca;
- i media tradizionali e i social media.

¹ Nel presente capitolo sono riportati esclusivamente i prodotti/servizi offerti a titolo gratuito mentre quelli che, pur avendo un impatto significativo sulla comunità, sono offerti a pagamento, sono inclusi nel capitolo Digitalizzazione.

² Le linee guida per i contributi volontari alla comunità sono disponibili sul sito telecomitalia.com, sezione sostenibilità, alla voce codici e politiche, politiche per l'ambiente e il sociale.



RAPPORTI CON LE COMUNITÀ LOCALI

[G4-DMA Local Communities] Telecom Italia si impegna quotidianamente affinché le sue relazioni con le Amministrazioni e gli enti locali siano durature e soddisfacenti, nel convincimento che solo in questo modo si possano creare le condizioni per la crescita di entrambe le parti che consenta agli enti locali di migliorare la qualità della vita dei cittadini e a Telecom Italia di raggiungere gli obiettivi di business.

Per raggiungere questa finalità, Telecom Italia, nelle sue operazioni, pone in primo piano il rispetto dei diritti delle comunità locali e offre soluzioni adeguate alle esigenze espresse dagli enti locali su temi relativi alle tecnologie delle comunicazioni, raccogliendo le istanze che sorgono spontaneamente e informando gli enti locali sulle innovazioni tecnologiche che possono migliorare la qualità della vita e la diffusione della cultura digitale.

In Telecom Italia esiste una funzione centrale interamente dedicata alla gestione delle relazioni con gli enti locali, che, tra l'altro, coordina le relazioni intrattenute dalle funzioni territoriali con gli enti locali anche tramite i "local accounts". Inoltre, insieme a eventuali altri settori coinvolti per questioni specifiche, questa funzione centrale:

- definisce i criteri per selezionare gli enti locali con cui avere relazioni, così come le modalità di gestione delle relazioni;
- valuta i rischi e le opportunità derivanti da tali relazioni;
- stabilisce le priorità;
- contribuisce alla redazione di accordi con gli enti locali;
- ascolta sistematicamente le richieste e le segnalazioni degli enti locali e provvede al loro corretto indirizzamento presso le funzioni competenti all'interno di Telecom Italia;
- organizza sessioni di ascolto e incontri informativi;
- supporta le altre funzioni di Telecom Italia nel momento in cui debbono realizzare un progetto che impatta sul territorio;
- organizza sessioni con i local accounts territoriali allo scopo di condividere informazioni su argomenti rilevanti;
- esercita un ruolo di facilitatore per la realizzazione di progetti.

Poiché la mission primaria di Telecom Italia è la fornitura di servizi ICT, particolare attenzione viene posta alle organizzazioni che hanno a che fare con tali servizi, in particolare a chi si occupa di:

- upgrade e sviluppo delle reti;
- miglioramento di servizi ICT pubblici;
- copertura broadband;
- inclusione digitale di tipo sociale;
- realizzazione dell'Agenda Digitale.

Le modalità di gestione dei progetti congiunti tra Telecom Italia e gli enti locali prevedono la definizione di ruoli e doveri di ciascuna parte, meccanismi di controllo formali e strumenti di misurazione. Telecom Italia favorisce la costituzione di comitati di controllo congiunti, cioè, comitati formati da rappresentanti di tutte le parti coinvolte. La composizione e gli obiettivi dei comitati sono definiti secondo le esigenze specifiche del progetto, e prevedono la presenza degli stakeholder senza alcun tipo di discriminazione, in particolare di genere.

Nel pieno rispetto dei principi di trasparenza e accountability, Telecom Italia risponde in modo flessibile alle richieste pervenute con qualunque modalità.

[G4-SO1] In virtù della capillarità della sua rete, il Gruppo intrattiene rapporti con gli enti locali su tutto il territorio in cui opera, e le attività di valutazione degli impatti delle operazioni e dei piani di sviluppo vengono effettuate per qualsiasi tipo di intervento, che avviene comunque sempre nel pieno rispetto non solo della normativa vigente, ma anche delle esigenze delle comunità locali.



[G4-SO2] I possibili impatti negativi, dovuti esclusivamente agli scavi per canalizzazione o al posizionamento delle stazioni radio base, sono mitigati grazie all'utilizzo di tecnologie a basso impatto ambientale, quali le minitrincee e grazie agli accordi preventivi con le comunità locali, ad esempio, sui luoghi dove posizionare le antenne.

In Brasile, in particolare, per decidere sul posizionamento delle stazioni radio base, vengono regolarmente consultate le istituzioni preposte alla salvaguardia dell'ambiente oltre a utilizzare strutture multifunzionali che migliorano la qualità della trasmissione dati e possono essere contestualmente utilizzate per l'illuminazione pubblica e la videosorveglianza¹.

E-LEARNING E DIDATTICA DIGITALE EVOLUTA

La domanda di servizi didattici evoluti ha subito una profonda trasformazione nel corso degli ultimi anni. Il focus si è spostato dalla semplice fruizione elettronica di contenuti alla diffusione e condivisione della conoscenza mediante nuove metodologie, più coinvolgenti per i giovani, basate sui modelli del web 2.0. Le soluzioni già integrate sulla piattaforma di e-learning di Telecom Italia e i prototipi di quelle sviluppate analizzando i requisiti del mondo scolastico soddisfano la domanda di servizi evoluti basati sulla collaborazione, la comunicazione e il coinvolgimento degli utenti finali.

eSchooling

Le giovani generazioni ricorrono all'innovazione tecnologica quotidianamente, anche attraverso le social community e le innumerevoli fonti di informazioni presenti online; questo contesto richiede l'identificazione di nuovi modelli di didattica digitale, coerenti con gli stili di acquisizione delle conoscenze e competenze.

Il progetto, partendo dalle tecnologie adottate e/o adottabili nel contesto scuola e dalle esigenze di una nuova forma d'istruzione partecipata, ha definito e validato un "modello di didattica digitale per la scuola" sostenibile e capace d'integrare le tecnologie (anche "sociali") in maniera efficace, per sostenere i rinnovati processi di apprendimento ed estenderli fuori dall'aula.

Il progetto si è concluso nel 2015 e gli obiettivi tecnico-scientifici raggiunti sono stati:

- la definizione di un modello di comunicazione scolastica supportata dalle tecnologie digitali, nelle sue relazioni intra-inter-extra scolastiche, per la promozione di una Learning Community;
- la determinazione di un modello di sostegno per l'apprendimento, che si muove verso il "supporto dei processi cognitivi" e supera il paradigma tradizionale della "presentazione di contenuto";
- la definizione di un modello editoriale metodologico-didattico, in grado di offrire un "format" editoriale flessibile;
- l'individuazione e la predisposizione di un modello di didattica digitale, che integri i modelli specifici individuati e sia basato sugli standard didattici e metodologici specifici;
- lo sviluppo dei prototipi per i vari modelli individuati.

¹ TIM Brasil ha lanciato il Biosite, un palo metallico capace di supportare tutto l'equipaggiamento necessario per l'installazione di una Stazione Radio Base all'interno della propria struttura (sistemare formattazione) come meglio spiegato nel capitolo *Tutela dell'ambiente* e nella Scheda CSV *Biosite*.



Progetti di Cultura digitale

Denominatore comune di tutti i progetti è la costruzione di relazioni partecipative, eque e stabili e modelli d'intervento replicabili sia all'interno sia all'esterno. Queste iniziative s'inquadrano nelle attività di Corporate Shared Value #ilfuturoèditutti, un programma d'interventi basati sulla creazione di valore condiviso con le comunità in cui l'Azienda opera.

“EducaTI” è il progetto CSV per l'Educazione al digitale sviluppato per gli studenti, corpo docente e famiglie, un programma pluriennale e sinergico che prevede l'implementazione di una serie di iniziative complementari, realizzate in collaborazione con il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca (MIUR) e con alcuni partner istituzionali di eccellenza. Di seguito le principali:

- **Programma il futuro:** il Gruppo è la prima azienda ad aver aderito, nel ruolo di partner “Fondatore Mecenate” all'iniziativa “Programma il futuro” del MIUR per favorire l'introduzione del pensiero computazionale e della programmazione (il coding) per gli studenti delle scuole primarie. L'iniziativa è attuata dal CINI (Consorzio Interuniversitario Nazionale per Informatica). L'Azienda collabora e contribuisce attraverso tre tipologie d'interventi, dando supporto economico (con il sostegno alle attività e l'assegnazione di premi per le scuole più meritevoli) attraverso la comunicazione (con attività di sviluppo dell'iniziativa attraverso il sito web telecomitalia.com e i canali Social del Gruppo) e fornendo Volontariato d'impresa. L'Azienda mette a disposizione propri dipendenti volontari (oltre 400) per offrire supporto e attività di tutoraggio per docenti e studenti. L'impegno consentirà di raggiungere l'obiettivo di garantire una presenza di proprio personale in circa 4.000 classi nei tre anni di piano. L'iniziativa è stata avviata a fine 2014 e si svolgerà per i prossimi tre anni scolastici. A fine maggio 2015 si è svolta presso il MIUR, la cerimonia di premiazione a conclusione del primo anno dell'iniziativa che ha visto oltre 300.000 studenti protagonisti, circa 2.100 scuole partecipanti e 16.500 classi coinvolte. A ottobre 2015 sono ricominciate le attività per il I secondo anno; in particolare l'8 ottobre si è svolta TIM4CODING”, una giornata dove in 100 scuole italiane, 100 volontari hanno garantito supporto didattico ai docenti e ai ragazzi per favorire l'introduzione nelle scuole dell'informatica.
- **Una vita da social:** nel corso del 2015 il Gruppo ha rinnovato la collaborazione con la Polizia Postale e delle Comunicazioni per la realizzazione della seconda edizione di Una vita da social, un tour itinerante, che mira a sensibilizzare i più giovani sul tema della sicurezza on line e sui pericoli connessi all'utilizzo non consapevole della rete internet e dei social. Il progetto è stato curato dall'Ufficio Relazioni Esterne e Cerimoniale della Segreteria del Dipartimento della Polizia di Stato e in collaborazione con il MIUR. Il tour di educazione alla legalità sul web si è sviluppato sull'intero territorio nazionale, in tutte le regioni e su più città e piccoli centri, dove TIM ha curato interventi e presentazioni di propri rappresentanti delle funzioni Marketing e Security, sul tema della sicurezza in rete e le attività di comunicazione attraverso il sito corporate ed i canali social del Gruppo. E' stato realizzato, in collaborazione con Polizia di Stato il «decalogo per i giovani navigatori: le regole per navigare sicuri» con i 10 comportamenti virtuosi che un ragazzo “social” deve seguire in rete: i relativi opuscoli informativi sono stati distribuiti durante le tappe del tour. La seconda edizione dell'iniziativa è terminata a giugno 2015, ha toccato 55 città, coinvolgendo oltre 400.000 studenti nelle scuole e più di 100.000 nelle piazze. Inoltre è stata realizzata un'edizione speciale del tour a Milano Expo, proponendo ai visitatori l'ingresso e lo stazionamento del truck all'interno della Fiera (9 e 10 maggio) e la realizzazione di un corner dedicato per la Polizia di Stato all'interno del temporary store aziendale.
- **YouTeach:** è un contest creativo realizzato in collaborazione con il MIUR, dedicato alle scuole secondarie di secondo grado di tutto il territorio nazionale e che prevede la realizzazione di video in cui, in un'inversione di ruoli, gli studenti conducono una lezione ai propri docenti sull'uso dei social network. Obiettivo dell'iniziativa è stato il coinvolgimento del 10% delle 5.000 scuole secondarie superiori e la ricezione di 50 produzioni video. Le classi partecipanti hanno dovuto preparare e filmare con uno smartphone una lezione della durata massima di cinque minuti, destinata ai docenti, sull'uso responsabile di Facebook, Twitter, Instagram o YouTube. Il Contest ha premiato i filmati ricevuti (circa 120) che meglio hanno saputo trasmettere il processo di apprendimento allo strumento social e la sua valenza riguardo alla cultura digitale da diffondere a scuola.



- **TIM WebRulez:** una campagna di educazione al digitale che ha visto protagonisti dieci webstar quali ambassador del decalogo sviluppato in collaborazione con la Polizia di Stato per diffondere l'uso responsabile della rete tra i ragazzi. Il sito web di TIMWebRulez offre anche una sezione dedicata alla riflessione scientifica sui temi della sicurezza in rete: dieci casi reali, fatti di cronaca, riconducibili ognuno a una delle dieci regole, commentati dagli esperti della Polizia Postale e delle Comunicazioni e dell'Istituto Minotauro di Milano.

Fra le altre iniziative dedicate al mondo della scuola si segnalano:

- **Applicazioni tecniche 2.0:** un evento realizzato a Torino con 20 scuole durante il quale è stata erogata in contemporanea una lezione introduttiva che ha consentito a circa 1000 studenti di Scuole Secondarie di Primo Grado della città di acquisire le prime competenze di elettronica/making/DIY (do it yourself) stimolandoli all'uso consapevole delle nuove tecnologie attraverso un'esperienza di problem solving e di creatività tecnologica.
- **TIM Young College:** un'offerta dedicata agli studenti che consiste in un pacchetto composto da Tablet+connettività+contenuti dedicati allo studio.
- **Progetto Io Studio:** dal 2009 Telecom Italia è partner del MIUR per questo progetto che ha il fine di fornire agli studenti delle scuole secondarie in possesso della Carta dello Studente, offerte di tutti i settori merceologiche a condizioni agevolate. Il Gruppo fornisce offerte dedicate per parlare, inviare sms e navigare.
- **#TIMgirlsHackathon:** l'Azienda organizza un hackathon¹ destinato alle ragazze dell'ultimo triennio degli istituti superiori. Questa esperienza di coding permette loro di vivere il mondo della tecnologia da protagoniste, un'immersione totale di circa 7 ore per far emergere il lato femminile della tecnologia. Si tratta di un progetto di grande respiro in grado di coinvolgere giovani donne che vorrebbero entrare a far parte del mondo della tecnologia o che vi si vogliono avvicinare ma non si sentono abbastanza sicure delle proprie competenze.

Inoltre, Telecom Italia è membro dell'advisory board del SIC - Safer Internet Center italiano - nell'ambito del progetto Generazioni Connesse del MIUR e fa parte dell'Associazione "ICT Coalition for Children Online", una piattaforma di circa 20 aziende ICT operanti in Europa (tra cui alcune telco e player come Microsoft, Google, Facebook, Twitter, ecc.) che aiuta i giovani utenti europei di internet ad affrontare i rischi e le sfide della rete.

Cultura digitale è anche l'ambito dei progetti finalizzati ad avvicinare contenuti culturali d'eccellenza e linguaggi digitali, capitalizzando le possibilità di interazione offerte dalla rete. In questo modo l'Azienda si attesta come partner innovativo del sistema culturale e artistico italiano. Utilizzando le tecnologie digitali viene generato valore condiviso: Telecom Italia assume dunque un ruolo riconosciuto dagli interlocutori che la affiancano nei diversi settori culturali delle iniziative di diffusione digitale. La partnership con Accademia Nazionale di Santa Cecilia si sviluppa nel progetto PappanoinWeb, ideato per portare la grande musica classica sul web, che nel 2015 è giunto alla quinta edizione e si arricchisce dell'esperienza offerta dalla ripresa "panoramica 360°". Durante i cinque anni di programmazione i concerti proposti sono stati seguiti da oltre 200mila utenti streaming su telecomitalia.com/pappanoinweb, grazie anche alle guide all'ascolto, alle interviste esclusive e alla possibilità di interagire con un esperto musicologo dell'Accademia durante le dirette. Una grande prova aperta ha inoltre permesso a circa 2.000 colleghi di vivere l'emozione del backstage con i protagonisti e assistere senza filtri alle difficoltà di una performance musicale di alto livello.

Per quanto riguarda la scrittura, si segnalano la collaborazione con la webzine Eutopia (nata dalla partnership tra l'Azienda ed Editori Laterza) e la partnership con Scuola Holden di Torino fondata da Alessandro Baricco. La prima risponde all'obiettivo di avvicinare il pubblico, in particolare quello più giovane, al dibattito sulle prospettive di un nuovo modello europeo di società. La seconda invece sperimenta nuovi modi di insegnare e condividere idee, conoscenze, creatività attraverso il digitale. La rete diviene veicolo per mettere a disposizione del grande pubblico del web lezioni con grandi maestri ed eventi speciali che accadono nella Scuola. La collaborazione ha reso possibile la realizzazione di un laboratorio multimediale d'avanguardia, come l'esperimento di social writing #wehaveadream. La Scuola Holden supporta inoltre, con un gruppo di lavoro formato dai migliori studenti, la comunicazione di tutte le tappe del progetto itinerante Digital Championship, promosso dall'Azienda e dall'associazione Digital Champions.

¹ Il termine nasce come composizione dei due termini: hack e marathon, a partire dal virtuosismo informatico promosso dagli hacker; è un evento a cui partecipano, a vario titolo, esperti di diversi settori dell'informatica e tra le finalità, oltre a obiettivi di carattere tecnico, possono essere inclusi obiettivi didattici e sociali.



Sul fronte brasiliano, la strategia d’investimento sociale di Tim Participações mira a favorire l’inclusione sociale delle fasce svantaggiate della popolazione brasiliana, in particolare bambini e adolescenti, attraverso la realizzazione di progetti educativi che rafforzino il concetto di “impresa senza frontiere” anche all’interno della sfera sociale.

Nel 2013 è stato fondato l’Istituto TIM al fine di impostare strategie e mettere in campo risorse per la diffusione di scienza e innovazione a supporto dello sviluppo della collettività in Brasile, in particolare attraverso la tecnologia mobile.

Sono state individuate quattro aree d’intervento sulle quali sviluppare progetti:

- education/insegnamento
- application
- lavoro
- inclusione sociale

Di seguito un riepilogo del “modus operandi” dell’Istituto TIM:

MODALITA'	OBIETTIVI STRATEGICI	SELEZIONE E CONTROLLO PROGETTI
<ul style="list-style-type: none"> ■ Partnership con organizzazioni, Istituzioni e enti pubblici e privati. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Realizzazione di progetti educativi per l’inclusione sociale di giovani e adolescenti. ■ Realizzazione di progetti di formazione per incentivare l’uso quotidiano del web e del mobile come strumenti di sviluppo e inclusione sociale. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ La selezione dei progetti avviene in base alla loro rispondenza alle strategie e ai requisiti aziendali. ■ Il controllo delle iniziative e loro valutazione finale avviene a posteriori. Per ciascun progetto viene redatto un report in cui viene fornita una descrizione dettagliata dell’iniziativa e i risultati raggiunti, anche in termini quantitativi.

O Círculo da Matemática do Brasil (Il Circolo dei Matematici brasiliano)

Uno dei maggiori ostacoli che si frappone al progresso scientifico e tecnologico in Brasile è lo scarso livello dell’insegnamento della matematica nelle scuole. Secondo il Ministero dell’istruzione, solo il 42% degli studenti di terza elementare è capace di eseguire semplici operazioni aritmetiche come addizioni e sottrazioni. Nel Programma Internazionale per la Valutazione dell’Allievo (PISA) 2012, il Brasile, considerati i risultati ottenuti in matematica dai suoi studenti, si è posizionato solo al 59° posto in una classifica che interessava 65 nazioni. Focalizzando l’attenzione sui primi anni della scuola primaria, il progetto O Círculo da Matemática do Brasil, in collaborazione con i suoi fondatori, i professori Bob ed Ellen Kaplan dell’Università di Harvard, introduce nel Paese l’approccio del Circolo della Matematica, perfezionando e adattandone i contenuti alla realtà brasiliana. Il punto di forza del Circolo della Matematica sta nel suo aspetto pedagogico, secondo cui la partecipazione e la riflessione degli studenti è fondamentale per l’apprendimento delle conoscenze matematiche. Nel 2013, si sono tenute 7.000 lezioni legate al progetto, con il coinvolgimento di oltre 6.000 studenti tra i 7 e i 9 anni provenienti da 61 scuole di tutto il Paese. Il progetto è iniziato con la formazione di 50 insegnanti selezionati da scuole pubbliche di tutto il Paese. Gli insegnanti hanno preso parte ad un workshop di formazione con Bob e Ellen Kaplan e hanno imparato a replicare in aula l’approccio del Circolo della Matematica con i propri studenti. Alla fine del periodo è stata condotta una valutazione sull’impatto del progetto, che ha dimostrato che in soli tre mesi le competenze degli studenti in matematica erano aumentate del 5,7%. Nel 2014 si sono tenute oltre 14.000 lezioni presso scuole pubbliche brasiliane nei comuni di Duque de Caxias (RJ), Porto Velho (RO), Belém (PA), Brasilia (DF), Fortaleza (CE), Aracaju (SE), Salvador (BA), Porto Alegre (RS), Rio de Janeiro (RJ) e San Paolo (SP), coinvolgendo 8.000 studenti e promuovendo la formazione di 200 insegnanti provenienti dalle scuole in cui si sono tenute le lezioni. Nel luglio dello stesso anno, sono stati selezionati tre insegnanti per partecipare alla 7ª formazione annuale tenutasi nel Math Circle Summer Teacher Training Institute, presso l’Università di Notre Dame, nell’Indiana (Stati Uniti), in veste di ambasciatori del programma O Círculo da Matemática do Brasil. La valutazione sull’impatto registrato alla fine dell’anno ha evidenziato che i bambini che hanno preso parte al progetto hanno migliorato le proprie competenze in matematica in media del 7,3%.

Nel 2015 sono state coinvolte nel progetto e lo sono tuttora, 12 città, e 5.546 studenti. Nel mese di giugno, 50 insegnanti hanno iniziato a prendere parte attivamente a questo processo di formazione, replicandone l'approccio e divenendo responsabili della formazione di altri 1.800 insegnanti. Ciò permetterà a più di 50.000 studenti di 20 città brasiliane di godere dei frutti di questo metodo di insegnamento.

TIM Faz Ciência (TIM fa scienza)

I risultati degli studenti brasiliani in ambito scientifico sono tutt'altro che ideali. Il test di scienze condotto nel 2012 dal PISA (Programma Internazionale per la valutazione dell'allievo), ha posto il Brasile al 59° posto di una classifica che interessava 65 paesi. Tra i tre ambiti valutati - lettura, matematica e scienze - quest'ultimo è stato quello in cui gli studenti brasiliani hanno ottenuto i risultati meno soddisfacenti. Tuttavia, durante l'anno scolastico 2014, più di 2.000 insegnanti delle scuole pubbliche di tutto il Paese sono stati in grado di applicare un approccio più interessante durante le lezioni di scienze. Nella seconda metà del 2013, l'Istituto TIM ha dato vita a TIM Faz Ciência (TIM Fa Scienza): un'attività educativa rivolta a insegnanti e studenti del 4° e 5° anno della scuola primaria. Il progetto prevede lo sviluppo di un insieme di risorse volte a guidare i docenti nell'insegnamento delle basi del pensiero scientifico ai bambini. Il contenuto esplora le nozioni di definizione, osservazione, formulazione di domande e ipotesi, classificazione, verifica, applicazione e generalizzazione. Complessivamente, nel 2014, 70.000 studenti sono stati invitati ad esplorare le nozioni e i concetti scientifici in modo più piacevole ed efficace. Nel 2015, il programma ha coinvolto oltre 125.000 studenti e 4.000 insegnanti ed è stato adottato da 6 città come progetto di formazione locale.

Maggiori informazioni sono disponibili sul Bilancio di sostenibilità di Tim Participações e sul sito en.institutotim.org.br.



Cultura digitale

PROGETTI DI CORPORATE SHARED VALUE



SCUOLA DIGITALE



Lo scenario

Nel corso degli ultimi anni l'avvento di nuove tecnologie informatiche, la disponibilità di reti trasmissive sempre più veloci ed evolute e l'introduzione di social network, hanno permesso il contatto globale tra gli individui e l'accesso alle informazioni. Questa rapida evoluzione, aiutata dal veloce sviluppo degli strumenti informatici PC e tablet e anche grazie a norme ed indirizzi comunitari sul tema, ha dato vita, in quasi ogni Paese dell'UE, a un processo di digitalizzazione delle scuole.

Il nostro paese è al 6% di sviluppo del progetto europeo Scuola 2.0 secondo la rilevazione OCSE.

In particolare, per l'anno scolastico 2013/2014, l'ultima relazione della Corte dei Conti rileva che 12mila studenti su 180mila hanno un PC, di cui 3.900 anche un tablet. Rispettivamente il 7% e il 2% di copertura di dotazioni ritenute standard.

Tale quadro di riferimento offre a Telecom Italia un potenziale di intervento di ampio respiro e l'opportunità di occupare un ruolo di propulsore determinante per il piano Paese in tema di digitalizzazione dell'istruzione ed educazione dei ragazzi al digitale anche in ambito scolastico.

Nel 2015 l'Azienda ha attivamente partecipato alla scuola digitale con il progetto EducaTI e Tim College.

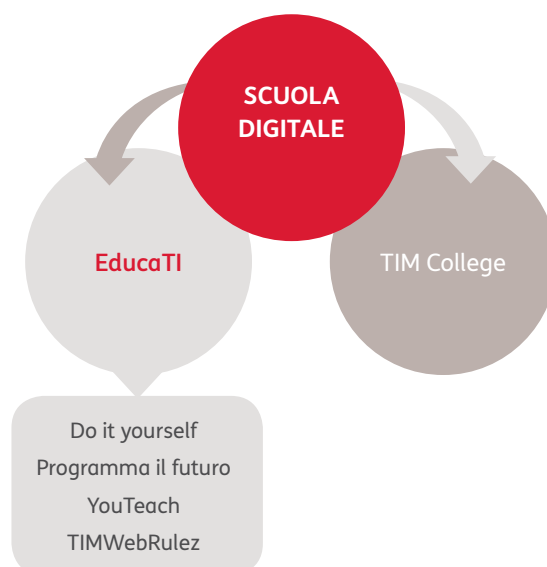
EducaTI

È il progetto che sintetizza l'impegno di Telecom Italia nei confronti della scuola italiana.

La scuola, essendo luogo per eccellenza deputato all'apprendimento, deve aprirsi al cambiamento digitale. Avere in aula un PC connesso a internet non basta più, serve arricchire il metodo di insegnamento e apprendimento, docenti e studenti all'utilizzo delle tecnologie e a una fruizione responsabile della rete.

Telecom Italia già da tempo si impegna a rendere smart la scuola italiana; il 2015 è stato un anno importante perché ha contribuito fattivamente alla realizzazione del piano sulla Buona Scuola attraverso i progetti (cfr. i dettagli nei singoli box):

- Do it yourself
- Programma il futuro
- YouTeach
- TIMWebRulez





Economic Shared Value

Business Value:

- 22 milioni di reach
- 136 uscite stampa
- 233.351 page views
- 185.000 video views

Social Value: 608.000 euro

EducaTI

DO IT YOURSELF - Applicazioni tecniche 2.0

Il Digital Making arriva nelle scuole

L'elettronica open source con Arduino e la programmazione visuale di Scratch sono arrivate tra i banchi di 20 scuole torinesi grazie all'iniziativa di Do it yourself - Applicazioni tecniche 2.0.

L'incontro si è svolto in contemporanea in 20 scuole secondarie di primo grado di Torino ed è stato trasmesso in live streaming. L'evento, organizzato da Telecom Italia, si è svolto tramite una lezione introduttiva che ha consentito a 1.000 studenti di acquisire le prime competenze di elettronica/making/DIY (do it yourself), stimolandoli all'uso consapevole delle nuove tecnologie attraverso un'esperienza di problem solving e creatività tecnologica.

La lezione è stata suddivisa in quattro parti che hanno portato studenti e professori a sperimentare un semplice esempio di percorso didattico sul tema dell'elettronica.

Le scuole sono state fornite di kit hardware e i ragazzi sono stati guidati in una lezione pratica da un team di docenti specializzati con cui hanno affrontato un percorso formativo pratico, portando a termine il mini-progetto finale.

Alcuni numeri del progetto

- 20 scuole secondarie di primo grado
- 4 temi trattati nelle lezioni
- 3 mini progetti sviluppati in ogni classe

EducaTI

Programma il futuro

Il modo in cui i nativi digitali si accostano alle nuove tecnologie implica un cambiamento nei processi di apprendimento e nei percorsi educativi.

I nuovi media rappresentano in misura crescente una dimensione imprescindibile per i ragazzi fin dai primi anni di vita. Tuttavia, la facilità d'accesso, di produzione e pubblicazione di contenuti non sempre è accompagnata da una crescita culturale e una capacità riflessiva e critica.

Istruire giovani utilizzatori, responsabili e consapevoli delle nuove tecnologie, ma anche reinventare il loro modo di studiare grazie al web, sperimentare un nuovo modo di stare a scuola che coniughi lo studio con la dimensione del gioco, è condizione essenziale per i bambini e i ragazzi di oggi.

La scuola italiana ha privilegiato l'insegnamento dell'informatica come disciplina meramente tecnologica, necessaria allo sviluppo solo di specifiche professionalità. Diversamente è stato fatto in altri Paesi europei e soprattutto negli Stati Uniti dove ha avuto un enorme successo l'iniziativa Code.org che ha realizzato l'omonimo sito.

Inoltre, il Gruppo, nel ruolo di partner di riferimento del progetto, ha organizzato, in occasione della giornate europee e mondiali del coding, due iniziative speciali di promozione del progetto, coinvolgendo in tutte le regioni italiane oltre 230 scuole (in oltre 30 città), ovvero per un dato complessivo di 750 classi e 19.000 alunni che in contemporanea hanno svolto l'ora di coding.

Alcuni numeri del progetto

- 370 scuole coinvolte al 31/12/2015
- 1.871 numero di classi pianificate
- 47.000 studenti coinvolti
- 282 colleghi impegnati



YouTeach

YouTeach è un contest creativo realizzato dal Gruppo in collaborazione con il MIUR, che ha previsto la realizzazione di video in cui gli studenti hanno impartito una lezione ai propri docenti sull'uso dei social network.

Le classi partecipanti hanno preparato e filmato con uno smartphone, una lezione della durata massima di cinque minuti, sull'uso responsabile di Facebook, Twitter, Instagram o YouTube.

Il contest ha premiato i filmati che meglio hanno saputo trasmettere il processo di apprendimento allo strumento social e la sua valenza in relazione alla cultura digitale da diffondere a scuola.

Alcuni benefici del progetto

- evidenziare i vantaggi e i benefici relativi all'uso dei Social Network ed in generale della rete;
- facilitare e contribuire alla diffusione di opinioni positive sulla rete, quale motore ed acceleratore di good-practices;
- sensibilizzare ad un uso consapevole della rete, coinvolgendo studenti e docenti;
- stimolare e offrire ai giovani opportunità creative e virtuose nell'utilizzo della rete.

Alcuni numeri del progetto

- 100 video presentati
- almeno 2.000 studenti coinvolti
- 100 docenti interessati.

TIMWebRULEZ

TIMWebRulez è una campagna di educazione al digitale che ha visto protagonisti dieci webstar quali ambassador del decalogo sviluppato in collaborazione con la Polizia di Stato per diffondere l'uso responsabile della rete tra i ragazzi. Il sito web di TIMWebRulez offre anche una sezione dedicata alla riflessione scientifica sui temi della sicurezza in rete: dieci casi reali, fatti di cronaca, riconducibili ognuno a una delle dieci regole, commentati dagli esperti della Polizia Postale e delle Comunicazioni e dell'Istituto Minotauro di Milano.

Da una ricerca presentata lo scorso settembre in occasione della conferenza internazionale "Global Trends in Online Safety" realizzata con il FOSI, risulta che solo nel 55% dei casi i genitori consigliano ai propri ragazzi come gestire la propria privacy online, mentre a scuola solo il 33% dei docenti discute con i propri alunni di sicurezza in rete. Anche dalla ricerca "La bruttezza immaginaria" - sostenuta da Fondazione Telecom Italia e sviluppata dal Professor Gustavo Pietropolli Charmet - emerge una problematica adolescenziale che spinge, da un lato, i ragazzi ad isolarsi e quindi a rimanere lontano dai luoghi abitualmente frequentati dai coetanei, dall'altro a immergersi in una dimensione virtuale caratterizzata da un iperutilizzo delle nuove tecnologie.

Crescono così fenomeni quali il cyberbullismo, la creazione di contenuti violenti, di messaggi di odio o razzisti e le aggressioni, passati dal 39% nel 2010 al 55% nel 2014.

È quindi fondamentale promuovere campagne di sensibilizzazione, che contribuiscano a promuovere le buone pratiche e i comportamenti virtuosi in rete.

Alcuni numeri del progetto

- reach di oltre 14 milioni
- 11.000 condivisioni
- 178.000 likes
- 77.000 pagine visitate
- 4.000 ragazzi registrati per partecipare al concorso



TIM College

Economic Shared Value

Business Value: 442.426 euro

Social Value: 121.300 euro

L'offerta TIM College esprime l'impegno a portare la tecnologia all'interno della scuola italiana. L'offerta è dedicata agli under 30 con l'obiettivo di dare impulso alla scuola digitale mettendo a disposizione un valido strumento che possa aiutare i giovani nello studio e nella formazione.

L'Azienda è stata la prima a lanciare sul mercato un'offerta dedicata agli studenti nel maggio 2014 su tutto il territorio italiano. L'offerta è stata successivamente riproposta a maggio 2015 introducendo nuovi contenuti utili agli studenti e cambiando il tablet associato. L'attuale offerta in commercializzazione prevede un tablet Samsung Galaxy Tab A 9.7" LTE, con connettività 4G, un bundle di traffico dati da 5 GB al mese e una serie di contenuti didattici in formato digitale dedicati ai ragazzi di età compresa tra i 14 e i 18 anni, tra cui un corso di lingua a scelta tra inglese, francese, spagnolo e tedesco e un corso di matematica; entrambi per la durata di 30 mesi. Completano l'offerta 21 classici della letteratura italiana, 3 manuali, un bonus di 50 euro per l'acquisto di libri scolastici in digitale su scuolabook.it e l'accesso alla piattaforma di apprendimento Oilproject.

Alcuni numeri del progetto

Durante il 2015 sono stati veduti 1.992 pack, che sommati ai precedenti pertanto ad un totale di 5.300 clienti, ottenendo ricavi per circa 540.000 euro. Con le offerte sono stati distribuiti 5.300 tablet favorendo l'inclusione digitale degli studenti e l'approccio ad un nuovo modo di studiare, anche grazie a due elementi: la capacità degli apparati di supportare le innovative connessioni 4G LTE; il traffico dati incluso è di 5 Giga al mese.

L'Azienda nell'offerta ha inoltre inserito molti contenuti per lo studio e l'approfondimento scolastico per dare uno slancio alla digitalizzazione della scuola partendo dallo studente.

L'adozione di testi scolastici digitali, oltre a favorire la digitalizzazione del mondo della scuola, ha portato anche ad un risparmio di circa 2.885 tonnellate di carta con conseguenti riduzioni delle emissioni di CO₂, derivanti dal ciclo di produzione della carta e un risparmio di circa 87mila tonnellate di acqua.

L'interesse dei clienti è stato confermato dall'adesione pari al 40% che rappresenta un valore elevato se paragonato ai dati registrati da altre offerte analoghe.

Dati in sintesi:

- 442.426 euro di ricavi realizzati grazie all'iniziativa
- 5.300 tablet distribuiti
- riduzione del 90% del peso degli zaini
- 2.885 tonnellate di carta risparmiate
- 87mila tonnellate di acqua risparmiate grazie all'acquisto di libri scolastici in formato digitale
- 121.300 euro distribuiti ai clienti

La metodologia della Scuola Digitale

Il Business Value consiste nei ricavi realizzati da Telecom Italia S.p.A. grazie all'offerta TIM College.

Il Social Value, pari a 729.300 euro, è dato da:

- 608.000 euro: investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto EducaTI.
- 121.300 euro: valore di un bonus medio (prima e seconda versione dell'offerta TIM College) di 60,89 euro moltiplicati per i 1.992 studenti che ne hanno beneficiato.



PARTNERSHIPS CON LA SCUOLA ED IL MONDO ACCADEMICO



Lo scenario

Viviamo ormai da tempo in una “società della conoscenza” nella quale il sapere assume un ruolo centrale, dal punto di vista economico, sociale e politico che si alimenta costantemente attraverso la ricerca e l’innovazione. Gli atenei sono chiamati a favorire l’applicazione diretta, la valorizzazione e l’impiego della conoscenza generata dalla formazione e ricerca, attraverso la collaborazione con le imprese e gli altri attori locali.

E’ in quest’ottica che Telecom Italia ha avviato un nuovo modello di relazione con le principali università e centri di ricerca nazionali ed internazionali atto alla valorizzazione del talento e allo sviluppo delle competenze chiave per il trasferimento dell’innovazione in azienda. L’obiettivo è quello di rafforzare la capacità dell’Azienda di innovare e, allo stesso tempo, contribuire allo sviluppo della ricerca e della formazione dei giovani insieme a scuole e università per contribuire a colmare il gap tra competenze richieste dal mondo del lavoro e offerta formativa.

Scuola e Impresa rappresentano due leve fondamentali per lo sviluppo dell’economia anche in un periodo di difficoltà economica e di trasformazione.

Il progetto “TIM-Network Scuola Impresa” nasce nel 2009 con il patrocinio del MIUR per trasferire le conoscenze chiave, gli scenari ed i trend evolutivi di settore agli studenti, promuovere l’immagine aziendale su tutto il territorio nazionale e valorizzare le competenze dell’Azienda favorendone la diffusione all’esterno.

Dal 2009 al 2015 sono state realizzate 7 Edizioni del Progetto TIM Network Scuola Impresa con il coinvolgimento annuale di 35 istituti scolastici e altrettanti docenti di Telecom Italia.

In relazione alla collaborazione con le università si evidenziano:

- il finanziamento di borse di studio per favorire il conseguimento di un titolo post-laurea a giovani laureati: dal 2011 al 2015 sono state assegnate 131 borse di dottorato dedicate allo sviluppo di specifici progetti di ricerca di interesse aziendale. Per l’anno accademico 2015-2016 sono state previste ulteriori 40 borse di dottorato;
- la collaborazione su corsi di studi post-universitari attraverso il finanziamento di 4 master su tematiche coerenti con il business aziendale;
- un osservatorio permanente a livello nazionale ed europeo su tematiche legate all’innovazione digitale, evoluzione dei jobs e relativi skill per lo sviluppo di nuove competenze per i giovani;
- sponsorizzazione della “Tim Chair in Market Innovation” nell’ambito della pluriennale collaborazione con l’Università Bicconi di Milano.

Le collaborazioni che Telecom Italia attua con scuole e università rientrano a pieno titolo nell’insieme di attività e progetti che l’azienda attua per creare valore condiviso sia per il business che per la società, rafforzando il legame con il tessuto



produttivo locale. Tali partnership, infatti, danno impulso allo sviluppo economico e sociale del territorio e contribuiscono a formare personale con competenze specifiche su aree tematiche di interesse aziendale.

Alcuni numeri del progetto

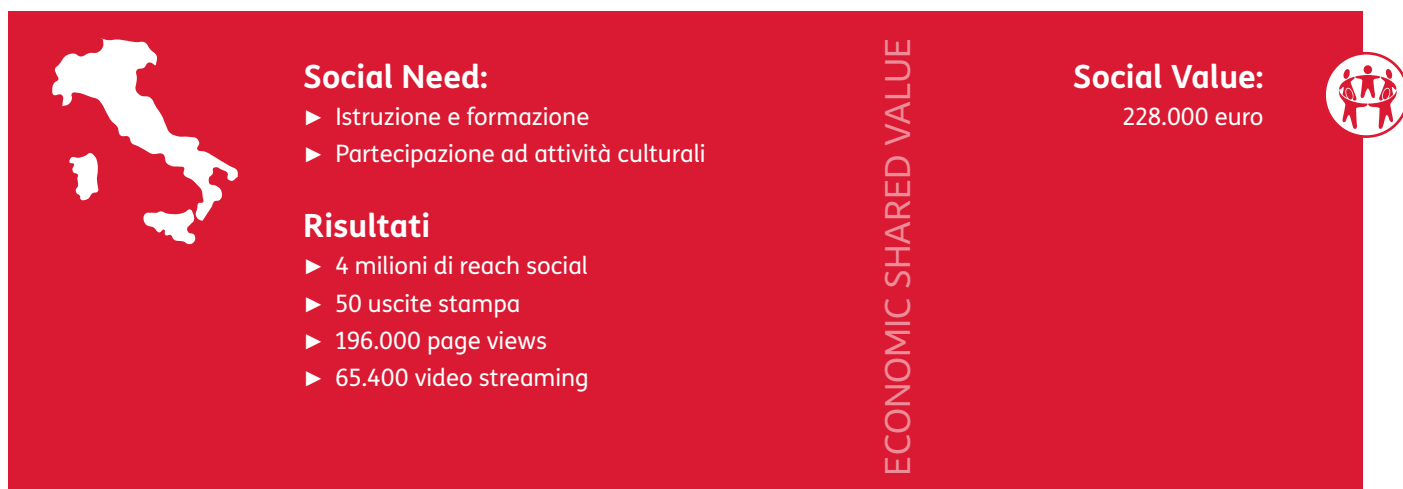
- 45 università con cui il Gruppo ha attivato delle partnership
- 171 borse di dottorato di ricerca triennali finanziate (27°- 31° ciclo)
- Oltre 1.000 ore di formazione erogate da esperti dell'Azienda nel 2015 in ambito accademico e scolastico
- 40 tesisti gestiti nel 2015
- circa 56 stagisti nel 2015
- circa 2,3 milioni di euro investiti in progetti di collaborazione con le Università nel 2015.

La metodologia

Il Social Value è dato dagli investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto.



PAPPANOINWEB



Lo scenario

Fondata ufficialmente nel 1585 e trasformatasi nei secoli in moderno ente concertistico sinfonico di fama internazionale, l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia di Roma unisce un corpo accademico composto di 100 membri fra i più illustri esponenti della cultura e dell'arte musicale a un'orchestra e un coro sinfonici fra i più accreditati in campo internazionale, svolge attività di alta formazione musicale e conserva un patrimonio storico ricchissimo, riflesso della sua storia plurisecolare.

Il progetto PappanoinWeb nasce dalla partnership consolidata fra Telecom Italia e l'Accademia Nazionale di Santa Cecilia. Una collaborazione nata per promuovere la cultura grazie all'utilizzo innovativo del web, incoraggiando la diffusione dei contenuti di qualità e la socializzazione delle esperienze artistiche classiche, coinvolgendo pubblici e canali innovativi di distribuzione di contenuti. Internet e oggi la sempre maggiore diffusione dei device mobili connessi come smartphone e tablet trasformano l'esperienza culturale, in parte trasferendola da offline a online (beni e servizi digitali), in parte aumentando le modalità tradizionali di fruizione di luoghi, contenuti, opere.

Dal 2011 il Gruppo Telecom Italia si è rivolto al grande pubblico di internet per condividere i valori culturali del Paese, come quelli della musica classica. Tutti i concerti sono stati trasmessi in streaming live resi disponibili in modalità on demand su telecomitalia.com/pappanoinweb dove è possibile consultare guide all'ascolto appositamente realizzate e materiale di approfondimento. Il progetto è rivolto sia ai giovani, che sono così messi in grado di accostarsi e apprezzare temi culturali come la musica classica, sia ai meno giovani che, attirati in rete dai contenuti culturali di loro interesse, si avvicinano alle tecnologie digitali comprendendone le potenzialità.

L'edizione 2015 di PappanoinWeb si è articolata in 4 appuntamenti con la partecipazione in diretta del pubblico del web che, grazie alla live chat dedicata, ha condiviso sui social network emozioni e curiosità. Nei suoi cinque anni di programmazione PappanoinWeb è stato seguito da oltre 200.000 utenti connessi in streaming generando forti interazioni sui social network. Nel 2015 la user experience online si è arricchita, inoltre, di nuovi punti di vista grazie alla novità rappresentata dalle tecnologie di ripresa "panoramica 360". Gli oltre 60mila "spettatori 360", in aggiunta agli utenti streaming, che hanno utilizzato l'apposita App sono testimonianza che questa novità sia stata accolta con grande interesse.

Alcuni numeri del progetto

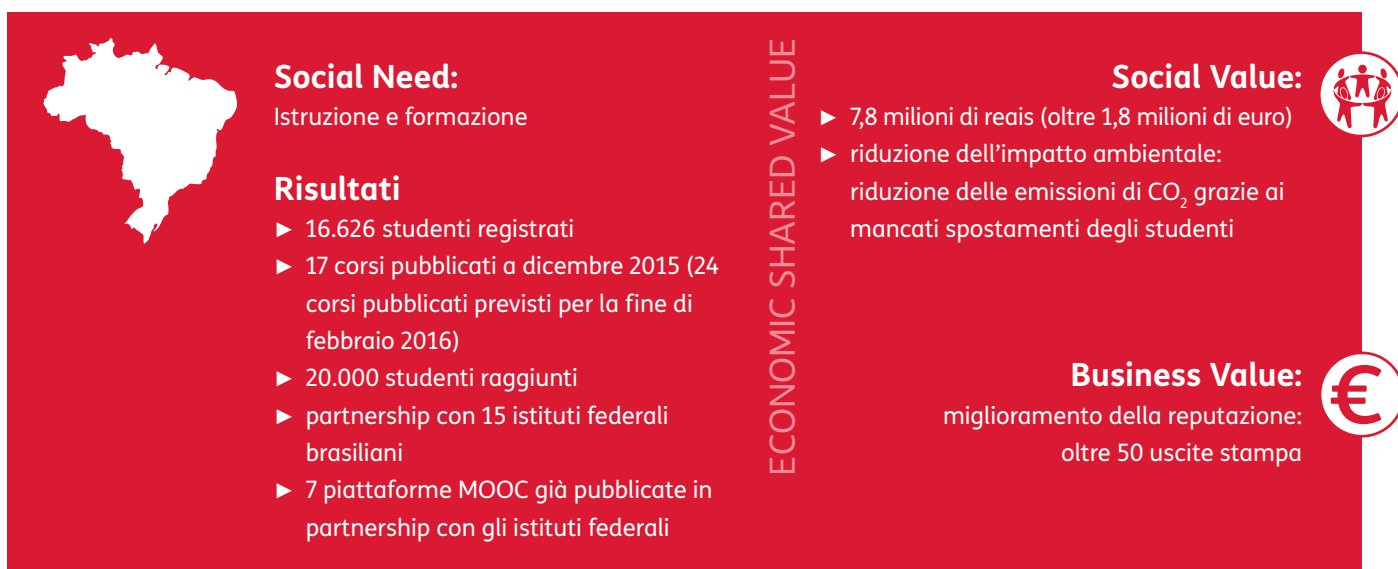
- 5.226 utenti streaming (live e on demand)
- 200.000 utenti streaming (live e on demand) dal 2011 al 2015
- 60.174 utenti (live e on demand) "panoramica 360".

La metodologia

Il Social Value è dato dagli investimenti effettuati da Telecom Italia per sostenere il progetto.



TIM TEC



Lo scenario

Ampliare l'offerta di corsi di educazione professionale e tecnologica è una delle priorità del governo brasiliano. Nel 2011 il governo ha dato il via al PRONATEC - Programma Nazionale di Accesso all'Educazione Tecnica e all'Impiego - che attualmente registra circa 6 milioni di iscritti. Una delle iniziative del PRONATEC è la Rete e-TecBrasil, che offre gratuitamente corsi tecnici e di formazione o qualificazione professionale a distanza.

L'Istituto TIM, condividendo gli ideali di PRONATEC ha creato TIM Tec, una piattaforma per corsi a distanza che usa il concetto del MOOC (Massive Open Online Courses). Questi corsi, realizzati e resi disponibili gratuitamente sulla piattaforma, sono destinati agli studenti delle scuole superiori e degli istituti tecnici.

Chiunque può registrarsi per seguire i corsi che insegnano a programmare le lingue, i database, i siti web, la progettazione dei giochi e molte altre cose ancora. Ci sono anche corsi destinati agli insegnanti delle scuole elementari e a migliorare le capacità considerate basilari per la formazione di qualsiasi professionista, come ad esempio scrivere testi.

La tecnologia e i contenuti della piattaforma TIM Tec sono condivisi con gli Istituti Federali di Educazione, Scienza e Tecnologia con l'appoggio della Segreteria di Educazione Professionale e Tecnologica del Ministero dell'Educazione (SETEC/MEC).

Il codice sorgente del sistema sviluppato per la piattaforma può essere scaricato su GitHub, cosicché le Istituzioni didattiche lo possano utilizzare gratuitamente adattandolo alle proprie esigenze. L'Istituto TIM supporta gli Istituti Federali nel processo di installazione e utilizzo della piattaforma.

Il primo corso pilota è stato organizzato per gli studenti del Centro di Formazione Culturale della Città di Tiradentes a San Paolo e dell'Istituto Federale Sul-Rio-Grandense (Ifsul).

Con TIM Tec, l'Istituto TIM conferma il proprio impegno verso l'educazione professionale e tecnologica nel Paese grazie ad un investimento di circa 8 milioni di reais nel triennio 2013-2015 per la realizzazione di questo progetto.

La metodologia

Il Social Value, pari a 7,8 milioni di reais, è dato da:

- 5,8 milioni: stima ricavata dal prezzo orario di mercato dei corsi di educazione online, moltiplicato per la durata media di un corso TIM TEC (40 ore) e per il numero degli studenti registrati.
- 2 milioni: investimenti effettuati dall'Istituto TIM per sostenere il progetto.