



CAIROCOMMUNICATION

Cairo Communication S.p.A.

**Dichiarazione consolidata di carattere non
finanziario al 31 dicembre 2018**

Redatta ai sensi del D.lgs. n. 254/2016

Cairo Communication S.p.A.
Sede Sociale in Milano
Corso Magenta 55
Capitale Sociale Euro 6.989.663,10

Sommario

Premessa	3
Nota metodologica	4
1. Il modello di business del Gruppo	6
2. L'approccio del Gruppo verso i temi rilevanti di natura non finanziaria.....	13
3. Il modello di governance e di gestione del rischio del Gruppo.....	16
4. Anticorruzione	28
5. Diritti Umani.....	29
6. Impegno verso il Pubblico	30
7. Gestione degli aspetti relativi al personale	39
8. Creazione di valore per la comunità	48
9. Gestione responsabile della catena di fornitura	57
10. Tutela dell'ambiente	62
11. Tabella di correlazione GRI – materialità.....	69
12. Allegati.....	70
13. GRI Content Index	81

Premessa

L'attenzione alla "responsabilità sociale d'impresa", connessa alla richiesta di diffusione di informazioni non finanziarie, è attualmente crescente in quanto basata sulla valutazione che il successo nel tempo delle aziende dipende anche dalla loro capacità di generare valore, da una parte limitando il più possibile l'utilizzo di risorse naturali e dall'altra massimizzando gli impatti positivi in termini di creazione di posti di lavoro e offerta di prodotti/servizi ad alto valore aggiunto per i clienti e la comunità, nel caso specifico garantendo libertà, correttezza e pluralismo dell'informazione.

Per riuscire a dimostrare il proprio valore in un orizzonte temporale di medio-lungo termine ed attrarre gli investitori, le organizzazioni stanno evolvendo le proprie forme di comunicazione verso gli stakeholder (interni ed esterni) per rappresentare compiutamente tali informazioni non finanziarie al mercato, anche tramite la predisposizione della Dichiarazione di carattere non finanziario.

Il Gruppo, anche a seguito dell'acquisizione del controllo di RCS MediaGroup ormai nel 2016, si è consolidato quale grande gruppo editoriale multimediale, dotato di una leadership stabile e indipendente, che si colloca tra i principali gruppi europei in ambito editoriale.

Facendo leva sull'elevata qualità e diversificazione dei prodotti nel settore della comunicazione multimediale si posiziona come operatore di riferimento nel mercato italiano ed internazionale, con una forte presenza in Spagna. Infatti, è leader nei quotidiani in Italia e Spagna, attivo nei magazine, nei libri, nella tv, nella radio e nei new media, oltre ad essere tra i primari operatori nel mercato della raccolta pubblicitaria e della distribuzione editoriale. Il Gruppo organizza inoltre eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale, tra cui il Giro d'Italia e la Milano Marathon.

Il Gruppo da sempre persegue il raggiungimento dei suoi obiettivi in modo sostenibile: la responsabilità sociale è concepita come parte integrante dell'abituale attività d'impresa. Il Gruppo crede nel ruolo e nella valenza sociale dell'impresa in primo luogo nei confronti dei propri dipendenti e collaboratori, che sono i portatori d'interesse interni.

Allo stesso tempo, nello svolgimento della propria attività caratteristica, il Gruppo lavora per garantire ai portatori di interesse esterni cultura, informazione, servizi e intrattenimento, nel rispetto dei principi di libertà, correttezza e pluralismo anche attraverso lo sviluppo e l'innovazione tecnologica di tutte le piattaforme di comunicazione e ad un utilizzo efficace ed efficiente della catena di fornitura per raggiungere il proprio pubblico con prodotti e servizi eccellenti.

Il Gruppo si propone di continuare ad essere un punto di riferimento e di aggregazione per la società civile nei Paesi in cui opera, nonché la fonte più autorevole, innovativa e rilevante di stimoli e arricchimento culturale per ciascun lettore e cittadino. Le strategie industriali e finanziarie e le conseguenti condotte operative sono orientate a rendere il Gruppo sempre più solido, in grado di preservare in modo sostenibile la propria indipendenza e di creare valore per i propri azionisti.

Nota metodologica

La presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (di seguito anche “Dichiarazione” o “DNF”) è redatta con cadenza annuale e offre una rappresentazione dei modelli di gestione, delle politiche praticate dall’impresa, dei risultati conseguiti e dei principali rischi, generati o subiti, di Cairo Communication S.p.A. e delle sue società controllate, con riferimento alle tematiche espressamente richiamate dagli artt. 3 e 4 del D.lgs. 254/16. I principali risultati in ambito economico, sociale e ambientale, raggiunti e descritti nel presente documento, fanno riferimento al 2018 (dal 1° gennaio al 31 dicembre).

Si ricorda che la società quotata RCS MediaGroup S.p.A. - e le sue controllate - (nel seguito anche “**Gruppo RCS**”), provvede autonomamente alla determinazione e definizione della propria governance ed alla sua concreta declinazione. In tale ambito il Gruppo RCS ha predisposto una propria Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, approvata dal Consiglio di Amministrazione.

Per questo motivo, nel seguito di questa relazione quando si farà riferimento al Gruppo Cairo Communication (che comprende Cairo Communication S.p.A. e tutte le sue controllate, incluso il Gruppo RCS) si utilizzerà il termine “**Gruppo**”.

Per “**Gruppo Cairo Communication**” si intendono invece Cairo Communication S.p.A e le sue controllate diverse da quelle appartenenti al Gruppo RCS, ossia Cairo Pubblicità S.p.A., Cairo Editore S.p.A., Cairo Publishing S.r.l., La7 S.p.A., Cairo Network S.r.l. ed Il Trovatore S.r.l.

Come previsto dall’art. 5 del D.lgs. 254/16 il documento costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla DNF prevista dalla normativa.

Il presente documento è redatto in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards”, inclusi i “Media Sector Disclosures”, definiti rispettivamente nel 2016 e nel 2014 dal Global Reporting Initiative (GRI), secondo l’opzione “In accordance - Core”. In appendice al documento è possibile consultare il GRI Content Index dove sono riportati gli indicatori GRI associati ad ogni tematica materiale. Si segnala poi che il capitolo 12 “Allegati” risulta parte integrante della presente DNF.

Gli indicatori di prestazione utilizzati sono quelli previsti dallo standard di rendicontazione adottato e sono rappresentativi dei diversi ambiti, nonché coerenti con l’attività svolta e gli impatti da essa prodotti. In particolare, tali indicatori sono stati selezionati sulla base di un’analisi di materialità che ha permesso di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder, di cui è fornita relativa descrizione nel capitolo 2 “L’approccio del Gruppo verso i temi rilevanti di natura non finanziaria”. I contenuti del presente documento sono stati selezionati, ove opportuno, anche sulla base degli orientamenti riportati nelle Linee Guida della Commissione Europea “Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario”.

Il perimetro delle informazioni economiche, finanziarie e dei dati di organico al 31.12.2018 è il medesimo del bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2018. Il perimetro dei dati e delle informazioni riportati nella presente DNF è così definito:

- per quanto riguarda le risorse umane, include le Società consolidate con il metodo integrale all'interno del bilancio consolidato del Gruppo, escluse le Società in liquidazione/non operative, come definite nella sezione 1 dell'Allegato al presente documento (il "Perimetro");
- relativamente all'ambiente ed agli aspetti sociali, è composto dalle Società consolidate con il metodo integrale all'interno del bilancio consolidato del Gruppo, escluse le società in liquidazione/non operative e le società non rilevanti, come definite nel "Perimetro" riportato nello stesso Allegato.

Eventuali ulteriori eccezioni al perimetro di rendicontazione sono opportunamente esplicitate nel testo della presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo è stato inserito, laddove possibile, il confronto con i dati relativi al biennio precedente. Sono indicate nel presente documento le riesposizioni dei dati pubblicati all'interno della precedente DNF.

Al fine di garantire l'affidabilità dei dati, è stato limitato, per quanto possibile, il ricorso a stime che, se presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e opportunamente segnalate.

Il soggetto designato allo svolgimento della revisione legale della presente DNF è KPMG S.p.A., che esprime con apposita "Relazione della Società di Revisione", riportata in allegato, un'attestazione circa la conformità delle informazioni fornite ai sensi dell'art.3, comma 10, del D.lgs. 254/2016, secondo le procedure indicate nella stessa Relazione.

La presente DNF è stata sottoposta all'esame del Comitato Controllo e Rischi, quale Comitato per la Sostenibilità, del 25 marzo 2019 e successivamente approvata dal Consiglio di Amministrazione di Cairo Communication S.p.A. in data 26 marzo 2019.

Nel corso del 2019 il Gruppo provvederà all'approvazione della procedura di reporting per la redazione della DNF di Gruppo, che definirà ruoli, responsabilità, flussi informativi e relative tempistiche. Il Gruppo nel corso dei prossimi esercizi proseguirà nel suo impegno di progressiva identificazione di obiettivi in ambito di sostenibilità.

Per maggiori informazioni in merito alle iniziative condotte dal Gruppo, ai principali rischi generati o subiti e alle relative modalità di gestione, si rimanda ai corrispondenti capitoli del presente documento.

1. Il modello di business del Gruppo

Il Gruppo Cairo Communications opera, in qualità di editore di periodici, attraverso Cairo Editore e la sua divisione Editoriale Giorgio Mondadori, e di libri, tramite Cairo Publishing.

Per quanto riguarda la comunicazione televisiva, il Gruppo Cairo Communications propone un'offerta di qualità tramite La7 e La7d, proponendo anche un'articolata offerta digital tramite La7.it (il sito di tutta l'offerta del palinsesto televisivo de La7 e La7d), Tgla7.it (il sito dell'informazione Tgla7) e Sedanoallegro.it (il nuovo e innovativo sito dedicato al mondo della cucina). In ambito strettamente televisivo il Gruppo Cairo Communications svolge anche il ruolo di operatore di rete tramite Cairo Network per la trasmissione dei canali de La7.

Inoltre, il Gruppo Cairo Communications opera come concessionaria multimediale, attraverso Cairo Pubblicità, per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa, internet e stadi.

The infographic is organized into three horizontal sections, each with a red rounded rectangular label on the left and a collection of logos on the right.

- Periodici:** Includes logos for 'F NATURAL style', 'DIVA E DONNA', 'SETTIMANALE DIPIÙ', 'SETTIMANALE NUOVO', 'BELL'EUROPA', 'Bell'Italia', 'inViaggio', 'Gardenia', 'Arte ANTIQUARIATO', 'Aironè', 'FORMEN', and 'ENIGMISTICA PIÙ'.
- TV & Web E App:** Includes logos for 'DIPIÙ TV', 'DIPIÙ TV CUCINA', 'NUOVO TV', 'NUOVO TV CUCINA', 'SETTIMANALE GIALLO', 'TV MIA', 'LA7', 'LA7d', 'LA7.it', 'TG LA7', and 'SEDANOALLEGRO'.
- Pubblicità:** Includes the logo for 'CAIROPUBBLICITÀ'.

Il Gruppo RCS opera in Italia, Spagna, Messico, Francia e negli Emirati Arabi (in quest'ultimo paese con le attività legate all'organizzazione di eventi sportivi di RCS Sports and Events), in tre principali ambiti: editoriale (quotidiani, periodici e libri), eventi sportivi, pubblicità.

Per quanto riguarda l'attività editoriale, in particolare, in Italia il Gruppo RCS edita il *Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport*, testate leader tra i quotidiani nazionali e sportivi, oltre alle edizioni locali, a magazine settimanali e mensili e numerosi supplementi collegati alle due testate quotidiane. In Spagna pubblica il secondo quotidiano nazionale *El Mundo*, la testata *Marca*, leader nell'informazione sportiva, ed *Expansion*, leader nell'informazione economica, oltre a numerosi magazine. Il Gruppo RCS è inoltre leader in Italia (ma presente anche in Spagna, Messico e Francia) nel settore della prima infanzia, con una offerta che comprende stampa, on-line, eventi e fiere dedicate al settore.

- Quotidiani e Periodici
- Sport e Eventi
- Pubblicità
- Libri
- Education



RCS Sport organizza eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale, tra cui il Giro d'Italia e la Milano Marathon e si propone come partner per l'ideazione e l'organizzazione di eventi attraverso RCS Live. In Spagna, con Last Lap, è un punto di riferimento nell'organizzazione di eventi di massa.

Nel settore della comunicazione radio televisiva, il Gruppo RCS opera in Italia sia attraverso la società Digicast S.p.A., con i canali televisivi satellitari Lei, Dove, Caccia & Pesca, sia attraverso le web tv del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*. Anche in Spagna è presente con la prima radio sportiva nazionale Radio Marca, con le web tv di *El Mundo* e *Marca* ed emette attraverso il multiplex Veo i due canali di tv digitale Gol Television e Discovery Max, gestiti da terzi.

DIGICAST

WEB TV

RADIO

lei

GazzettaTV



CORRIERE TV

DOVE
Lifestyle

EL MUNDO tv



CACCIA PESCA



Si segnala l'esordio per il Gruppo RCS dell'attività di editore di libri (Solferino) a partire dal 2018. Altra novità, a partire dal mese di gennaio 2019, è RCS Academy, la nuova Business School del Gruppo che attraverso un'offerta innovativa e qualificata si focalizza in sei aree di specializzazione: Giornalismo e Comunicazione; Economia, Innovazione e Marketing; Arte, Cultura e Turismo; Moda, Lusso e Design; Food & Beverage; Sport.

Il Gruppo RCS è anche un primario operatore di raccolta pubblicitaria in Italia e Spagna, in grado di offrire ai propri clienti un'ampia e diversificata offerta di comunicazione attraverso il prestigio delle testate del Gruppo anche su innovativi mezzi di comunicazione quali digital edition, web, mobile e tablet.

1.1 Performance del Gruppo

Il Gruppo opera, nel rispetto degli obiettivi di efficienza e di incremento dei ricavi, attraverso lo sviluppo di nuove iniziative, nel rispetto della sostenibilità del business.



Nonostante il contesto generale del mercato di riferimento stampa si mantenga in contrazione nel 2018, il Gruppo, grazie agli investimenti fatti e alle continue azioni di efficientamento, ha mantenuto e rafforzato la propria posizione di leadership nel mercato dei quotidiani in Italia e confermato la propria posizione nei quotidiani in Spagna.



(*): I "Ricavi" comprendono i "Ricavi operativi netti" e la riclassificazione della componente "IVA Editori", esposta alla riga "Remunerazione della pubblica amministrazione" della tabella del paragrafo 1.2 "Valore economico generato e distribuito", pari a 6,8 milioni, come riportato nella Relazione Finanziaria Annuale al 31/12/2018.

(**): Numero totale di Utenti Unici del Gruppo mese medio 2018. Fonte: Audiweb per l'Italia, Comscore per la Spagna



(*) Fonte: per l'Italia ADS, Spagna OJD (gennaio-dicembre 2018)

Al 26 marzo 2019 il capitale sociale di Cairo Communication S.p.A. ammonta a Euro 6.989.663,10, interamente versato e sottoscritto, ed è costituito da n. 134.416.598 azioni, senza indicazione del valore nominale.

	N° azioni	% rispetto al capitale sociale	Quotato	Diritti e obblighi
Azioni ordinarie	134.416.598	100%	Borsa Italiana Segmento Star	Ai sensi di legge e di statuto

Al 26 marzo 2019, secondo quanto risulta dalle comunicazioni ricevute ai sensi dell'art. 120 T.U.F. nonché dall'aggiornamento del libro soci, i principali azionisti di Cairo Communication S.p.A. sono i seguenti:

Dichiarante	Azionista diretto	Quota % su capitale ordinario	Quota % Sul numero di voti esercitabili
URBANO ROBERTO CAIRO	U.T. COMMUNICATIONS S.p.A.	43,18%	54,61%
URBANO ROBERTO CAIRO	URBANO ROBERTO CAIRO	7,22%	5,77%

Nel corso del 2018 si è perfezionata la fusione per incorporazione di UT Belgium Holding S.A. in U.T. Communications S.p.A., iscritta nel Registro delle Imprese di Milano in data 29 novembre 2018. A seguito di tale fusione, U.T. Communications S.p.A. è succeduta a UT Belgium Holding S.A. nella titolarità di n. 12.307.500 azioni di Cairo Communication S.p.A. (pari al 9,156% del capitale) ed è venuta così a detenere complessivamente n. 58.039.246 azioni ordinarie di Cairo Communication S.p.A., pari al 43,18% del capitale sociale di quest'ultima.

Dal gennaio 2019 alcuni azionisti hanno maturato il diritto alla maggiorazione del voto ai sensi dell'articolo 13.7 dello Statuto. L'ammontare complessivo dei diritti di voto e l'elenco aggiornato degli azionisti con una partecipazione superiore al 3% del capitale sociale della Società iscritti nell'elenco speciale per la legittimazione al beneficio del voto maggiorato e che hanno conseguito il voto doppio ai sensi degli articoli 85-bis, comma 4-bis e 143-quater, comma 5, Regolamento Emittenti¹) sono pubblicati sul sito www.cairocommunication.it sezione *corporate governance – voto maggiorato*.

1.2 Valore economico generato e distribuito

Il Valore economico è una riclassificazione del Conto Economico Consolidato e rappresenta la ricchezza prodotta e ridistribuita dal Gruppo. In particolare, il prospetto sotto riportato presenta nel periodo 2017-2018¹ l'andamento economico della gestione e la ricchezza distribuita ai soggetti considerati portatori di interesse per il Gruppo ovvero la capacità dell'organizzazione di creare valore per i propri stakeholder. Nel 2018 il valore economico direttamente generato dal Gruppo è pari a 1.265,0 milioni di Euro, il valore economico distribuito è pari a 1.119,0 milioni di Euro e il valore economico trattenuto dal Gruppo è pari a 146,0 milioni di Euro.

¹ Si segnala che non sono stati riportati i dati relativi all'esercizio 2016 in quanto non comparabili con la situazione in essere del Gruppo, in quanto il Gruppo RCS è entrato a far parte dell'area di consolidamento a partire dall'1 settembre 2016.

(Milioni di euro)	31/12/2018	31/12/2017
A) Valore economico direttamente generato	1.265,0	1.162,7
Ricavi ²	1.230,9	1.115,7
Altri proventi	25,9	26,1
Proventi finanziari e interessi attivi	4,7	2,6
Utili/perdite da partecipazioni	3,5	18,3
B) Valore economico distribuito	1.119,0	1.021,6
Remunerazione dei fornitori	656,4	570,3
Costi per godimento di beni di terzi	65,2	60,9
Remunerazione del personale	329,8	321,4
Remunerazione dei finanziatori	19,2	27,3
Remunerazione degli azionisti ³	18,8	13,4
Remunerazione della pubblica amministrazione	18,4	17,4
Oneri diversi di gestione	10,6	10,5
Liberalità, contributi associativi e sponsorizzazioni	0,6	0,4
C) Valore economico trattenuto dal Gruppo C=A-B	146,0	141,1
Ammortamenti e svalutazioni	46,4	54,9
Accantonamento ai fondi	11,5	11,2
Imposte differite/anticipate	9,7	5,1
Risultato delle attività destinate alla dismissione	-0,2	0,0
Risultato dell'esercizio ⁴	78,6	69,9

Tra il 2017 e il 2018 il valore economico direttamente generato dal Gruppo è aumentato di 102,3 milioni di Euro (pari al 9%), passando da 1.162,7 milioni di Euro a 1.265,0 milioni di Euro. Tale incremento deriva dai maggiori ricavi rilevati nel 2018 a seguito dell'adozione del nuovo principio IFRS 15 entrato in vigore a partire dal 1° gennaio 2018. In particolare, escludendo dal confronto gli effetti dovuti al nuovo principio, che sono pari a 106,8 milioni di Euro, la variazione del valore economico direttamente generato mostrerebbe una lieve riduzione di 4,5 milioni di Euro. Tali effetti dovuti al nuovo principio hanno comportato un corrispondente incremento dei costi per consumi di materie prime, sussidiarie e di consumo per 19,7 milioni di Euro e dei costi per servizi per 87,1 milioni di Euro, classificati nella voce "Remunerazione dei fornitori" della tabella sopra riportata.

La distribuzione del valore economico nel 2018 è così ripartita:

- i costi operativi (che includono la remunerazione dei fornitori, i costi per godimento beni di terzi e gli oneri diversi di gestione) sono in aumento rispetto al 2017 e pari a 732,2 milioni di Euro; escludendo dal confronto gli effetti dovuti al nuovo principio IFRS 15, tali costi risultano in diminuzione di 16,3 milioni di Euro rispetto al 2017;
- la remunerazione del personale è stata di 329,8 milioni di Euro, in aumento del 3% rispetto al 2017;
- la remunerazione dei finanziatori è stata pari a 19,2 milioni di Euro, in calo del 30% rispetto all'anno precedente;
- la remunerazione degli azionisti è stata pari a 18,8 milioni di Euro, in aumento del 40% rispetto all'anno precedente;

² I "Ricavi" comprendono i "Ricavi operativi netti" e la riclassificazione della componente "IVA Editori", esposta all'interno della riga "Remunerazione della pubblica amministrazione", pari a 6,8 milioni nel 2018 ed a 6,3 milioni di Euro nel 2017, come riportati nella Relazione Finanziaria Annuale al 31/12/2018.

³ La "Remunerazione degli azionisti" rappresenta la quota di utili di pertinenza dell'esercizio distribuita a titolo di dividendo. Tale dato è stato rappresentato separatamente nella presente Dichiarazione rispetto a quanto esposto nella DNF del 2017. In particolare per il 2018 la distribuzione del dividendo è stata proposta dal Consiglio di Amministrazione all'Assemblea degli Azionisti, sulla base del numero di azioni in circolazione alla data della proposta.

⁴ Il "Risultato dell'esercizio" comprende il "Risultato netto di pertinenza del Gruppo" e la "Quota di terzi" al netto del dividendo proposto, come riportato nella Relazione Finanziaria Annuale al 31/12/2018.

- la remunerazione della pubblica amministrazione è pari a 18,4 milioni di Euro, in aumento del 6% rispetto al 2017;
- il valore delle liberalità, contributi associativi e sponsorizzazioni erogate a terzi è pari a 0,6 milioni di Euro, rispetto ai 0,4 milioni di Euro del 2017.

Il valore economico trattenuto dal Gruppo nel 2018 è pari a 146,0 milioni di Euro, in aumento rispetto ai 141,1 milioni del 2017 (circa il 3%).

Nel corso del periodo di rendicontazione non sono stati ricevuti contributi di importo significativo all’editoria né in Italia né in Spagna⁵.

2. L’approccio del Gruppo verso i temi rilevanti di natura non finanziaria

Il Gruppo, partendo dalla consapevolezza del proprio ruolo di aggregatore per la società civile, nel corso del 2018 ha proseguito nel processo di identificazione degli stakeholder – in linea con i principi del GRI Sustainability Reporting Standards - con l’obiettivo di meglio comprenderne attese e aspettative e di realizzare l’analisi di materialità di Gruppo. La comprensione degli impatti che il proprio business ha sull’esterno e la conseguente definizione delle tematiche maggiormente rilevanti per il Gruppo, rappresentano i primi passi per un percorso di sostenibilità in grado di generare valore per il business e la comunità.

2.1 Coinvolgimento degli stakeholder

La relazione con gli stakeholder è da sempre considerata per il Gruppo uno degli elementi chiave per la creazione di valore condiviso. Il Gruppo considera stakeholder tutti i soggetti che sono portatori di legittimi interessi - impliciti o espliciti - influenzati dalle sue attività.



⁵ Per l’Italia si segnalano agevolazioni tariffarie per 0,1 milioni di Euro ai sensi dell’art. 28 Legge 5 agosto 1981, n. 416 “Disciplina delle imprese editrici e provvidenze per l’editoria” relative ad alcune linee telefoniche dedicate, relativamente al Gruppo RCS e Cairo Editore.

L'identificazione dei portatori d'interesse rispetto a tematiche non finanziarie rappresenta un'attività essenziale del più generale percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo, ed è stata condotta attraverso il coinvolgimento dei rappresentanti delle diverse direzioni aziendali. Nella tabella di seguito riportata, si elencano gli stakeholder, interni ed esterni, identificati dal Gruppo e le principali modalità di coinvolgimento degli stessi ad oggi in uso.

Categorie di stakeholder	Stakeholder	Modalità di coinvolgimento e comunicazione
Risorse Umane	Dipendenti, Giornalisti e Sindacati	Diffusione del Codice Etico, attività di formazione, intranet aziendale, relazione e confronto con i Comitati di Redazione e le Rappresentanze Sindacali
Azionisti, Mercato, Comunità finanziaria e finanziatori	Analisti finanziari, finanziatori, istituti finanziari, competitor, associazioni di categoria	Relazioni finanziarie periodiche, relazione Corporate Governance, Assemblea degli azionisti, road show, sito internet, incontri dedicati
Istituzioni	Organi regolatori nazionali ed europei, organi di governo, comunità locali, P.A., scuole e università, federazioni sportive	Convegni, incontri periodici con le autorità e le istituzioni
Business Partner	Fornitori, collaboratori, associazioni sportive, catena distributiva	Portale fornitori, incontri dedicati, partnership
Pubblico, Clienti retail e Clienti business	Clienti pubblicitari/sponsor, distributori, broadcasters, abbonati, acquirenti nostri prodotti, utenti, social media, pubblico sportivo, protagonisti delle notizie	Sito internet, social network, incontri dedicati, mailing list, newsletter e roadshow pubblicitari
Ambiente	Collettività e territorio	Organizzazione di eventi, incontri dedicati, partnership con enti locali per organizzazione eventi sportivi

La presente Dichiarazione di carattere non finanziario rende disponibile agli stakeholder una rendicontazione dei risultati conseguiti e degli obiettivi di miglioramento che si intendono perseguire, in ambito economico, sociale e ambientale.

Nel percorso di sostenibilità intrapreso, le attività di coinvolgimento e confronto con gli stakeholder sviluppate non hanno portato all'identificazione di criticità. Ad ogni modo il Gruppo si propone di continuare nel prossimo esercizio la progressiva strutturazione delle modalità di ascolto ed engagement degli stakeholder con un graduale maggior coinvolgimento di quelli esterni relativamente alle tematiche non finanziarie, nonché di identificare le modalità e gli strumenti di coinvolgimento più idonei in risposta alle caratteristiche e necessità dei diversi gruppi di riferimento.

2.2 Temi materiali

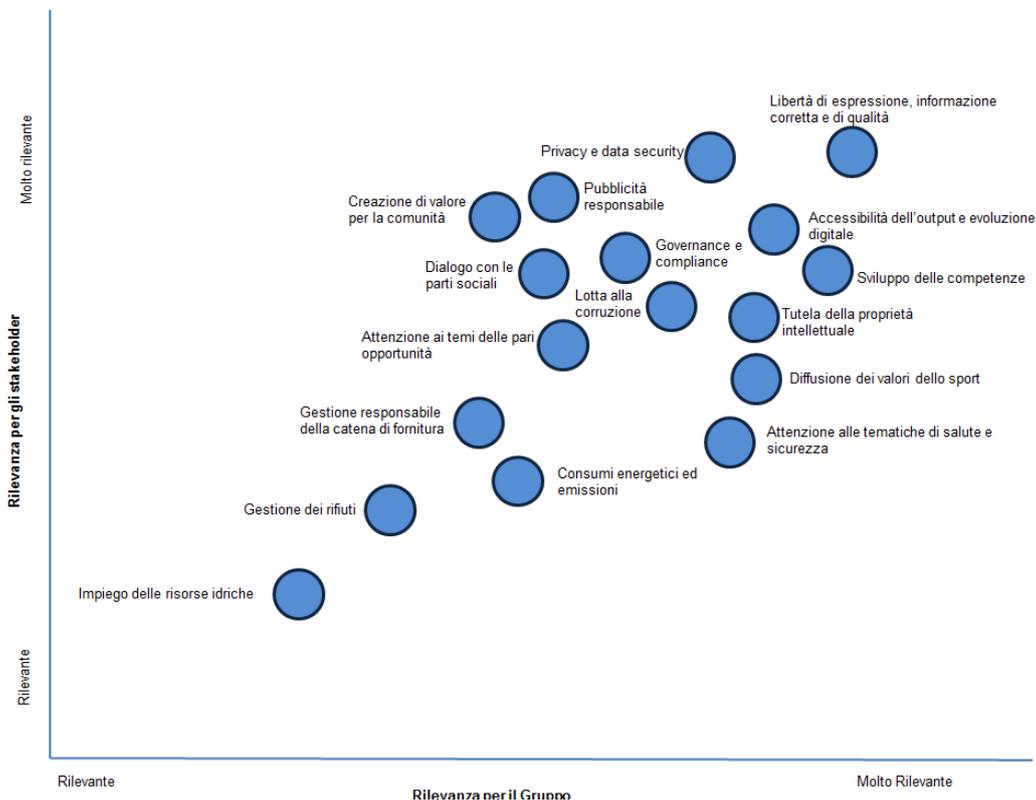
Nel corso del 2018 il Gruppo ha proseguito nel suo percorso di miglioramento e affinamento dei processi di rendicontazione non finanziaria, completando il processo iniziato nel 2017 di assegnazione delle priorità alle tematiche considerate maggiormente rilevanti per il Gruppo.

Nel corso dell'anno, infatti, il Gruppo ha coinvolto le principali direzioni aziendali al fine di individuare, coerentemente con la propria strategia di business, le tematiche prioritarie – materiali - in ambito sociale e ambientale sulla base delle quali strutturare la propria rendicontazione non finanziaria.

Sono considerati materiali, ovvero rilevanti, quegli aspetti che hanno un impatto significativo sulle performance economiche, sociali e ambientali del Gruppo e che potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder. L'analisi di materialità deve tenere quindi in considerazione non solo il punto di vista dell'organizzazione ma anche quello degli stakeholder.

Per questo motivo l'analisi è stata fatta in condivisione con tutte le direzioni aziendali, in grado di rappresentare le principali categorie di stakeholder e, allo stesso tempo, di riflettere le priorità strategiche del Gruppo. Il processo ha previsto una prima fase di identificazione dei temi potenzialmente rilevanti per il Gruppo, a partire dalle indicazioni del D.lgs. 254/2016, dei documenti interni di indirizzo strategico del Gruppo e del supplemento di settore per i Media "G4 Sector Disclosures". Le tematiche così identificate sono poi state sottoposte a una seconda fase di prioritizzazione da parte dei referenti delle principali direzioni del Gruppo, con un forte coinvolgimento del Gruppo RCS, che hanno valutato le singole tematiche dal lato aziendale, quali portavoce della visione del Gruppo, e dal punto di vista degli stakeholder attribuendo una votazione su una scala da 1 a 5. L'analisi di materialità è stata poi validata ed approvata dal top management del Gruppo. Si segnala che il tema dei diritti umani è considerato nell'ambito della gestione del personale e nella gestione della catena di fornitura, in particolari paesi o nelle attività considerate maggiormente a rischio. In linea con le altre media company, il Gruppo attribuisce particolare rilevanza al rispetto dei diritti umani intesi anche come libertà di espressione, pubblicità responsabile, tutela della proprietà intellettuale e diritto alla privacy.

Dall'analisi sono emerse 17 tematiche, tra cui la libertà d'espressione, la privacy e data security, la lotta alla corruzione, il sistema di governance e compliance, l'accessibilità dell'output e l'evoluzione digitale, la creazione di valore per la comunità, la tutela della proprietà intellettuale, la pubblicità responsabile e l'attenzione alle pari opportunità, la diffusione dei valori dello sport e l'attenzione alle tematiche di salute e sicurezza. Nel capitolo 11 è riportato il prospetto di correlazione tra gli aspetti materiali e gli aspetti e indicatori previsti dai GRI Standards.



3. Il modello di governance e di gestione del rischio del Gruppo

Il Gruppo adotta un modello di gestione aziendale basato su un sistema di principi (Codici Etici, Policy di Sostenibilità, ecc.) e di strumenti di gestione e controllo (ad esempio, Modelli Organizzativi ex. D.lgs. 231) finalizzati al presidio dei temi rilevanti anche di natura non finanziaria, in linea con le normative applicabili nei diversi Paesi in cui opera, nonché con i principali standard e linee guida internazionali.

Il Gruppo, come indicato nel seguito, si è dotato di una serie di strumenti, diffusi agli stakeholder interni ed esterni, al fine di comunicare e diffondere i propri valori e principi di comportamento sulle tematiche di sostenibilità ritenute rilevanti.

3.1 Codice Etico

Per la complessità delle situazioni in cui si trova ad operare, il management aziendale ha ritenuto opportuno definire con chiarezza l'insieme dei valori che il Gruppo riconosce, accetta e condivide nonché l'insieme delle responsabilità che il Gruppo assume verso l'interno e verso l'esterno.

Sono stati predisposti ed adottati a livello di Gruppo due Codici Etici, da parte del Gruppo Cairo Communication e del Gruppo RCS. Entrambi i Codici Etici racchiudono l'insieme di principi e regole la cui osservanza da parte dei destinatari è di fondamentale importanza per il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione del Gruppo. Il Codice Etico si propone di improntare a correttezza, equità, integrità, lealtà e rigore professionale le operazioni, i comportamenti ed il modo di lavorare sia nei rapporti interni al Gruppo, sia nei rapporti con i soggetti esterni, ponendo al centro dell'attenzione il rispetto delle leggi e dei regolamenti applicabili.

Il Consiglio di Amministrazione fornisce informazione e sensibilizza l'intera organizzazione aziendale sul rispetto delle disposizioni del proprio Codice Etico, al fine di consentire la sua piena applicazione da parte dei soggetti destinatari. Tale attività è condotta in modo che gli amministratori, i dipendenti e tutti coloro che operano per il Gruppo svolgano la propria attività e/o il proprio incarico secondo una costante e stretta osservanza dei principi e dei valori contenuti nel Codice Etico e vigilino con attenzione sulla sua osservanza da parte dei terzi, predisponendo adeguati strumenti di informazione, prevenzione e controllo ed assicurando la trasparenza delle operazioni e dei comportamenti posti in essere nonché intervenendo, se del caso, con azioni correttive.

I Codici Etici sono pubblicati sulla intranet e sui siti aziendali www.cairocommunication.it, e www.rcsmediagroup.it.

Si segnala che è stato avviato l'aggiornamento del Codice Etico del Gruppo Cairo Communication, mentre il Codice Etico del Gruppo RCS è stato diffuso alle società italiane e alle società spagnole del Gruppo RCS (Unidad Editorial e controllate) ed è stato trasmesso alle altre società estere Sfera Editores Mexico S.A., Sfera Editores España S.L. e RCS Sports and Events DMCC del Gruppo RCS, affinché possa essere diffuso ai relativi dipendenti nel corso del 2019.

3.2 Politiche aziendali in ambito di sostenibilità

Oltre ai Codici Etici, per sottolineare l'importanza delle tematiche sociali e ambientali, nell'esercizio 2018 sono state emanate due specifiche "Policy di Sostenibilità", rispettivamente da parte del Gruppo Cairo Communication e del Gruppo RCS. Tali Policy descrivono le politiche praticate dal Gruppo relativamente alle tematiche "materiali o rilevanti della responsabilità sociale d'impresa" in termini di impatti su risorse umane, rispetto delle diversità, salute e sicurezza, diritti umani, lotta alla corruzione, attenzione alle comunità in cui il Gruppo opera e attenzione all'ambiente.

Le Policy sono state formalmente adottate dai Consigli d'Amministrazione delle società quotate del Gruppo, Cairo Communication S.p.A. e RCS MediaGroup S.p.A. Per maggiori informazioni in merito alle Policy di Sostenibilità, si rimanda alla versione disponibile sui siti internet delle due società quotate.

3.3 Adesione a codici e associazioni

Il Gruppo, quale gruppo editoriale multimediale e con due società quotate in borsa, aderisce a numerosi codici di autoregolamentazione connessi sia alle tematiche di corporate governance sia alle diverse e specifiche aree del settore media (in particolare editoria di quotidiani/periodici/libri, editoria TV/Radio/internet, concessionaria multimediale di pubblicità ed organizzatore di eventi), al fine di allinearsi alle best practice a livello nazionale ed internazionale.

In relazione alle tematiche di corporate governance, le due società quotate in borsa del Gruppo (Cairo Communication S.p.A. e RCS MediaGroup S.p.A.) adottano il Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana S.p.A. (ultima versione di luglio 2018).

Con riferimento alle specifiche aree di business, il Gruppo applica numerosi codici di autoregolamentazione al fine di garantire un elevato livello del servizio fornito alla comunità nel rispetto dei diritti di tutti gli stakeholder, tra i quali in Italia:

- il Testo unico dei doveri del giornalista (2016) che recepisce i contenuti dei seguenti documenti: Carta dei doveri del giornalista; Carta dei doveri del giornalista degli Uffici stampa; Carta dei doveri dell'informazione economica; Carta di Firenze; Carta di Milano; Carta di Perugia; Carta di Roma; Carta di Treviso; Carta informazione e pubblicità; Codice di deontologia relativo alle attività giornalistiche; Codice in materia di rappresentazione delle vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive; Decalogo del giornalismo sportivo. Il Testo unico tratta argomenti quali la responsabilità, la rettifica e la replica, la presunzione d'innocenza nelle inchieste penali e nel corso di processi, le fonti, l'informazione e la pubblicità, l'incompatibilità, i minori e soggetti deboli; il trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica secondo quanto previsto dalle leggi vigenti in Italia in materia di privacy, nonché la disciplina per la tutela dei minori;
- il Codice di Autoregolamentazione Media e Minori, rivolto alla tutela dei diritti e dell'integrità psichica e morale dei minori nella programmazione televisiva;
- Codice di Autoregolamentazione Media e Sport, volto a diffondere i valori positivi dello sport e a condannare la violenza legata ad eventi sportivi;
- Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, con lo scopo di assicurare che la comunicazione commerciale venga realizzata come servizio per il pubblico, con speciale riguardo alla sua influenza sul consumatore;

- la Carta Informazione e Sondaggi (1995), dove sono prescritti i modi e le tecniche di presentazione dei sondaggi d'opinione;
- il Codice di Autoregolamentazione in materia di rappresentazione di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive, per garantire il rispetto dei diritti inviolabili della persona attraverso l'osservanza dei principi di obiettività, completezza e imparzialità nell'informazione;
- i Principi e le Procedure di Autoregolamentazione in tema di inserimento di prodotti e di branded content nei programmi;
- il Codice di Autoregolamentazione in tema di utilizzo dei diritti secondari da parte dei produttori indipendenti.

Si segnala inoltre l'aderenza a diverse associazioni e società di settore, tra cui in Italia, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), i cui obiettivi sono la libertà di informazione, l'economicità delle aziende editrici, lo sviluppo della diffusione dei mezzi di comunicazione come strumenti di informazione e veicoli di pubblicità, la difesa dei diritti e gli interessi morali e materiali degli associati;
- Confindustria Radio Televisioni (CRTV), è l'associazione di categoria dei media televisivi e radiofonici italiani, costituita nel giugno 2013 e di cui La7 è tra i soci fondatori. Gli Associati ricomprendono i maggiori operatori radiotelevisivi nazionali (tra cui Rai, Mediaset, Discovery Italia, Viacom) e le principali emittenti locali, oltre che i principali operatori di rete. In CRTV sono rappresentate tutte le principali componenti del settore: emittenti radiotelevisive pubbliche e private, nazionali e locali, operatori di rete e di piattaforma;
- Leading European Newspaper Alliance (LENA), nata nel marzo del 2015 e focalizzata sull'elaborazione di risposte adeguate ai cambiamenti che stanno interessando il settore del giornalismo;
- World Association of Newspapers and News Publishers, WAN-IFRA, l'organizzazione globale per la stampa mondiale che tutela i diritti dei giornalisti e fornisce servizi professionali per aiutare lo sviluppo dell'attività giornalistica nel mondo digitale;
- Valore D, prima associazione di grandi imprese creata in Italia per sostenere la leadership femminile in azienda, supportando e accrescendo la rappresentanza dei talenti femminili nelle posizioni di vertice;
- IAB (Interactive Advertising Bureau) Italia, la principale associazione di categoria che rappresenta oltre 600 aziende di comunicazione e pubblicità negli USA e nell'Unione Europea;
- ASSONIME, associazione tra le società italiane per azioni che si occupa dello studio e della trattazione di problemi che riguardano gli interessi e lo sviluppo dell'economia italiana;
- ASSOLOMBARDA, associazione delle imprese che operano nella città metropolitana di Milano e nelle province di Lodi, Monza e Brianza che tutela gli interessi delle imprese associate nel rapporto con gli interlocutori istituzionali;
- Federciclismo, costituita per lo sviluppo, la promozione, l'organizzazione e la disciplina dello sport ciclistico su tutto il territorio nazionale, in tutte le sue forme e manifestazioni;
- UCI Union Cycliste Internationale;
- OPA Europe, Online Publishers Association Europe.

Per quanto riguarda la Spagna, si segnala l'adesione alle seguenti associazioni di settore:

- OPA Europe, Online Publishers Association Europe;
- ARI, Asociación de Revistas de Información;
- Autocontrol, Organismo indipendente di auto-regolazione dell'industria pubblicitaria;
- AMI (Asociación de Medios de Información);
- IAB (Interactive Advertising Bureau) España;
- UTECA (Unión de Televisiones Comerciales en Abierto);
- UDNE (Union de Distribuidores Nacionales de Ediciones);
- Asociación Española de TDT Privadas;
- Unión de Distribuidores Nacionales de Ediciones.

Il Gruppo opera nel rispetto delle leggi che regolano l'attività editoriale e giornalistica, sia in Italia sia in Spagna, come di seguito illustrate.

Principali leggi che regolano l'attività editoriale e giornalistica in Italia:

- *Legge n. 47/1948 ("Disposizioni sulla stampa")*
- *Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177 - Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*
- *Decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259 - Codice della Comunicazioni elettroniche*
- *Legge n. 416/1981 e successive modifiche ("Disciplina per le imprese editrici e provvidenze per l'editoria)*
- *Legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti del 1963*
- *Legge n.28/2002 recante "Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie per la comunicazione politica" sulla cosiddetta "par condicio" del 2000*
- *Legge 22 aprile 1941, n. 633 e smi (Legge sul Diritto d'Autore)*
- *D.lgs. 10 agosto 2018, n. 101 - 29 novembre 2018 – relativo al trattamento di dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica*
- *Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145 – attuazione dell'art. 14 della direttiva 2005/29/CE che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole*
- *Decreto Legislativo 24 aprile 2006, n. 219 – attuazione della direttiva 2001/83/CE (e successive direttive di modifica) relativa ad un codice comunitario concernente i medicinali per uso umano, nonché della direttiva 2003/94/CE*
- *Decreto Legislativo 6 settembre 2005, n. 206 - Codice del consumo a norma dell'art 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229, recante anche disposizioni su pratiche commerciali e pubblicità*
- *Decreto Legislativo 16 dicembre 2004, n. 300 – attuazione della direttiva 2003/33/CE in materia di pubblicità e di sponsorizzazione dei prodotti di tabacco*
- *Legge 30 marzo 2001, n. 125 – Legge quadro in materia di Alcol e problemi alcol correlati (art. 13. Disposizioni in materia di pubblicità)*
- *Legge 10 aprile 1962, n. 165 – Divieto della propaganda pubblicitaria dei prodotti da fumo*

- *Legge 14 novembre 2016, n. 220, recante disciplina del cinema e dell'audiovisivo, di riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee ed italiane da parte dei fornitori di servizi media audiovisivi*
- *Legge di Bilancio 2018 (Legge 205/2017, art. 1, commi da 1026 a 1046 dell'articolo 1- Refarming banda 700), come modificata dalla Legge di Bilancio 2019 (Legge 145/2018, commi 1101 a 1110 dell'articolo 1) che disciplina il passaggio delle frequenze in banda 700 dagli operatori televisivi digitali terrestri agli operatori mobili per la fornitura di servizi a banda larga mobile in tecnologia 5G, nonché il conseguente riassetto delle restanti frequenze da continuare a destinare ai servizi radiotelevisivi in digitale terrestre*
- *Decreto Legge 12 luglio 2018, n. 87, Disposizioni urgenti per la dignità dei lavoratori e delle imprese, convertito con modificazioni dalla L. 9 agosto 2018, n. 96 (cd. Decreto Dignità) recante la disciplina in materia di misure di contrasto alla ludopatia (ed in particolare il divieto di pubblicità di giochi e scommesse con vincite di denaro)*
- *Legge 31 luglio 1997, n. 249 – Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*

Principali leggi che regolano l'attività editoriale e giornalistica in Spagna:

- *Ley 14/1966, in merito a disposizioni sulla stampa*
- *Ley General de Publicidad, Ley 34/1988 (Legge Generale di Pubblicità 34/1988)*
- *Ley 3/1991, de Competencia Desleal. (Legge di Concorrenza sleale)*
- *Ley General de Comunicación Audiovisual, articoli 7 e 18 della Legge 7/2010 (Legge Generale di Comunicazione Audiovisuale per Radio e TV)*
- *El Código de Conducta sobre las Comunicaciones Comerciales de las Actividades Juego y el régimen de publicidad, Legge 13/2011 del 27 maggio, sulla Regolamentazione del Gioco (articoli 7 e 8)*
- *Real Decreto Legislativo 1/2007, sulla difesa dei Consumatori e degli Utenti*
- *Ley Organica 3/2018 de proteccion de datos personales y garantía de derechos digitales (Legge sul trattamento dei dati personali e dei diritti digitali)*
- *Real Decreto Legislativo 1/1996 relativo all'approvazione della Ley de Propiedad Intelectual*

3.4 Struttura di governance di Cairo Communication S.p.A.

La Capogruppo Cairo Communication S.p.A. ha adottato il sistema di amministrazione e controllo tradizionale.

L'Assemblea dei Soci è l'organo sociale che esprime con le sue deliberazioni la volontà degli azionisti. Tradizionalmente nomina il Presidente.

Il Consiglio di Amministrazione ha ogni più ampio potere di gestione per il perseguimento dello scopo sociale, nel rispetto delle regole, anche autodisciplinari, applicabili. Eletto ogni tre anni dall'Assemblea nomina uno o più Amministratori Delegati e determina i poteri dei medesimi e del Presidente.

Il Comitato per le Remunerazioni e le Nomine e il Comitato Controllo e Rischi, istituiti all'interno del Consiglio, sono composti da suoi membri ed hanno funzioni consultive e propositive per il Consiglio di Amministrazione. Inoltre, è presente il Comitato Parti Correlate, previsto dalle procedure per le operazioni con parti correlate, adottata dal 2010.

Il Collegio Sindacale è l'organo avente funzioni di vigilanza sull'osservanza della legge e dello statuto nonché di controllo sulla gestione.

La funzione di controllo contabile spetta ad una Società di Revisione, iscritta nello speciale albo, che è organo di controllo esterno alla Società. Alla Società di Revisione compete di verificare, nel corso dell'esercizio, la regolare tenuta della contabilità sociale e la corretta rilevazione dei fatti di gestione nelle scritture contabili. Alla stessa spetta, inoltre, di accertare che il bilancio d'esercizio e quello consolidato corrispondano alle risultanze delle scritture contabili e degli accertamenti eseguiti e che i medesimi documenti contabili siano conformi alle norme che li disciplinano.

Le attribuzioni e le modalità di funzionamento degli organi sociali sono disciplinate dalla legge, dai regolamenti, dallo Statuto sociale e dalle deliberazioni assunte dagli organi competenti in coerenza con la disciplina prevista nel Codice di Autodisciplina, redatto dal Comitato per la *Corporate Governance* di Borsa Italiana S.p.A. nel luglio 2018. Lo Statuto sociale è disponibile presso la sede sociale e nella sezione *corporate governance* del sito Internet www.cairocommunication.it.

All'interno del Consiglio di Amministrazione sono istituiti il Comitato per le Remunerazioni e le Nomine e il Comitato Controllo e Rischi, che sono composti da suoi membri ed hanno funzioni consultive e propositive per lo stesso Consiglio. E' presente il Comitato Parti Correlate, previsto dalle procedure per le operazioni con parti correlate adottate dal 2010.

Si evidenzia che, al fine di allinearsi alle best practice di riferimento, al Comitato Controllo e Rischi è stato assegnato il ruolo di supervisione delle questioni di sostenibilità connesse all'esercizio dell'attività dell'impresa e alle sue dinamiche di interazione con tutti gli stakeholder, come suggerito dal Codice di Autodisciplina.

Il coordinamento delle attività di sostenibilità per il Gruppo Cairo Communication è stato attribuito alla funzione Risk, Compliance, Internal Audit & Sustainability di Cairo Communication S.p.A.

Ai fini della predisposizione della presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario è stato costituito un gruppo di lavoro di carattere interfunzionale, che ha coinvolto le strutture competenti per i diversi ambiti della Dichiarazione, nelle diverse società coinvolte del Gruppo.

Si segnala che la tematica delle diversità di genere relativamente al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale sono trattate all'interno della "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari" disponibile nella sezione Corporate Governance del sito internet www.cairocommunication.it, a cui si rimanda.

Si precisa che la presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario non descrive la governance della controllata RCS MediaGroup S.p.A., in quanto tale società è anch'essa quotata e provvede autonomamente alla determinazione e definizione della governance ed alla sua concreta declinazione, come risulta dalla relazione predisposta e diffusa da RCS MediaGroup S.p.A. nei termini e con le modalità di legge.

3.5 Il sistema di gestione dei rischi

Sistemi di gestione e controllo

Il Gruppo adotta un sistema di controllo interno e di gestione dei rischi (nel seguito anche "SCIQR") costituito dall'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire l'identificazione, la misurazione, la gestione e il monitoraggio dei principali rischi.

Tale sistema di controllo interno e di gestione dei rischi presenta le seguenti caratteristiche:

- è integrato nei più generali assetti organizzativi e di governo societario;
- contribuisce a una conduzione dell'impresa coerente con gli obiettivi aziendali definiti dal Consiglio di Amministrazione, favorendo l'assunzione di decisioni consapevoli;
- salvaguardando il patrimonio sociale, concorre ad assicurare l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali (obiettivi "operational" del SCIQR), l'affidabilità delle informazioni fornite agli Organi Sociali ed al mercato (obiettivi "financial" del Sistema), il rispetto di leggi e regolamenti nonché dello Statuto sociale e delle procedure interne (obiettivi di "compliance" del Sistema);
- è allineato con i modelli di riferimento e le best practice esistenti in ambito nazionale e internazionale;
- è coerente con le indicazioni della normativa e dei regolamenti che Cairo Communication S.p.A. è tenuta a rispettare in quanto società quotata in un mercato regolamentato, quali in particolare la Legge 262/2005 e i conseguenti articoli 154-bis e 123-bis del Testo Unico della Finanza e il Decreto Legislativo 195/07 (cosiddetto "Decreto Transparency") nonché il Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana, cui la Società aderisce;
- è progettato e implementato avendo come riferimento le linee guida fornite da alcuni organismi di categoria in merito all'attività del Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari (quali ad esempio ANDAF).

Secondo un modello basato su "tre linee di gestione e controllo" ed allineato alle leading practice internazionali, le componenti del SCIQR sono sinteticamente rappresentabili in:

- controlli di linea (o "di primo livello") effettuati dai responsabili delle aree operative;

- controlli “di secondo livello” affidati alle funzioni aziendali volte a monitorare e gestire i rischi tipici aziendali;
- internal audit, intesa come attività di verifica generale sulla struttura e sulla funzionalità dei controlli interni (controlli “di terzo livello”).

Tali fondamentali caratteristiche del SCIGR sono adottate sia dalla società Cairo Communication S.p.A., quale Capogruppo e società quotata al segmento STAR di Borsa Italiana S.p.A., che dalla società RCS MediaGroup S.p.A., società controllata da Cairo Communication S.p.A. e anch’essa quotata alla Borsa Valori di Milano.

Più precisamente, gli Organi Sociali e le funzioni aziendali, che sono attualmente coinvolti secondo le rispettive competenze nel SCIGR di entrambe le società quotate, sono:

- il Consiglio di Amministrazione che svolge un ruolo di indirizzo e di valutazione dell’adeguatezza del SCIGR; in particolare, in relazione alle tematiche non finanziarie oggetto della presente Dichiarazione, si segnala che al Consiglio spetta innanzitutto il compito di definire le linee di indirizzo del SCIGR, in coerenza con gli obiettivi strategici ed il profilo di rischio della stessa, nell’ottica della sostenibilità nel medio-lungo periodo delle attività aziendali;
- l’Amministratore incaricato dell’istituzione e del mantenimento di un efficace sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;
- il Comitato Controllo e Rischi con il compito di supportare, con un’adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio di Amministrazione relative a tale sistema nonché quelle relative all’approvazione delle relazioni finanziarie periodiche;
- i ruoli e le funzioni aziendali con specifici compiti in tema di controllo interno e gestione dei rischi (controlli “di secondo livello”), quali ad esempio la funzione di controllo di gestione e il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili, al quale spetta per legge la responsabilità di predisporre adeguate procedure amministrative e contabili per la formazione dei documenti di informativa finanziaria;
- il responsabile della funzione Internal Audit, incaricato di verificare che il SCIGR sia funzionante e adeguato (controlli “di terzo livello”);
- il Collegio Sindacale, anche in quanto comitato per il controllo interno e la revisione contabile, che vigila sull’efficacia del SCIGR quale “vertice” del sistema di vigilanza della Società.

All’interno di ciascuna delle due società quotate, è attuato un coordinamento tra i soggetti sopra elencati al fine di massimizzare l’efficienza del SCIGR, riducendo le duplicazioni di attività. In quest’ottica sinergica e di massimizzazione della relativa efficacia, tale SCIGR è gestito in modo “integrato” affinché le sue componenti siano tra loro coordinate e interdipendenti.

Per maggiori informazioni in merito alle caratteristiche del SCIGR delle società Cairo Communication S.p.A. e RCS MediaGroup S.p.A., si rimanda alle rispettive “Relazioni sul governo societario e gli aspetti proprietari” disponibili sui rispettivi siti internet delle società.

Il Modello di gestione dei rischi

Il Gruppo pone grande attenzione alla corretta individuazione e gestione dei rischi correlati allo svolgimento della propria attività aziendale.

In tale ambito, nel corso del periodo di rendicontazione sono state avviate due specifiche attività progettuali:

- a livello di Gruppo Cairo Communication, è stata aggiornata la mappatura e valutazione dei rischi di business per le società Cairo Communication S.p.A., Cairo Pubblicità, Cairo Editore, La7 e Cairo Network;
- a livello di Gruppo RCS, è stata aggiornata la mappatura dei rischi coinvolgendo i responsabili delle più importanti aree di Business e Funzioni Corporate delle società italiane e spagnole.

Per entrambe le progettualità, la valutazione fornita da ogni responsabile ha riguardato il sottoinsieme di rischi potenzialmente presenti nelle proprie aree di responsabilità ed è stata eseguita utilizzando i parametri di probabilità ed impatto dell'evento rischioso secondo una scala a 5 livelli.

Oltre ai rischi di natura prevalentemente finanziaria e strategica (mappati anche nella Relazione Finanziaria Annuale), il Gruppo ha individuato e valutato anche rischi di natura non finanziaria, in particolare operational, di compliance, legati all'ambiente, al personale, alle comunità locali, alla corruzione, all'impegno verso il pubblico, ecc.. Nei capitoli successivi, oltre ad un approfondimento su detti rischi, saranno riportate le politiche e le attività adottate dal Gruppo per gestirli.

Nel corso del 2018, nell'ambito di tali progettualità di risk self assessment, sono stati valutati, dai responsabili delle varie aree aziendali, anche i rischi che possono avere impatti sulle tematiche di sostenibilità. Tra questi sono risultati rilevanti i rischi legati allo sviluppo professionale dei dipendenti, ai vincoli derivanti dalle relazioni industriali, all'inadeguato governo e sfruttamento dell'evoluzione del settore editoriale e tecnologica e normativa e alla tutela della privacy nonché altri numerosi aspetti relativi ai temi materiali della presente Dichiarazione. Nell'ambito degli stessi progetti sono stati raccolti anche i piani di azione che il management intende attuare per limitare l'effetto di tali rischi.

Alcuni rischi di natura non finanziaria risultano mappati anche nel Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.lgs. 231/01. Si tratta, in particolare, dei rischi in materia di corruzione, dei rischi legati alla salute e alla sicurezza dei lavoratori e all'ambiente, all'utilizzo di contenuti relativi a minorenni, pedopornografici e/o di razzismo e xenofobia, e all'intermediazione illecita del lavoro (cosiddetto caporalato), nonché allo sfruttamento dei lavoratori.

Tali rischi risultano mitigati da procedure operative e altri protocolli di controllo che sono oggetto delle verifiche periodiche dell'Internal Audit come sotto descritto.

Il modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.lgs. 231/01

Il Consiglio di Amministrazione di ciascuna società del Gruppo, che ha intrapreso il percorso di implementazione della compliance 231, ha adottato il proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.lgs. 231/01 (nel seguito anche "Modello 231").

Sono stati adottati specifici Modelli 231 secondo il seguente approccio:

- è stato adottato il Modello dalla Capogruppo Cairo Communication S.p.A. e successivamente le società controllate Cairo Pubblicità S.p.A., Cairo Editore S.p.A. e La7 S.p.A. hanno adottato un proprio Modello 231 secondo lo schema della Capogruppo;
- RCS MediaGroup S.p.A. ha adottato il proprio Modello 231 e negli anni successivi l'adozione è stata progressivamente estesa anche alle altre società del Gruppo RCS. Nel 2018 risulta che tutte le società italiane attive del Gruppo RCS sono dotate di un Modello 231, ad eccezione di Consorzio Milano Marathon S.r.l., My Beauty Box S.r.l. e RCS Sports and Events S.r.l., queste ultime due società si doteranno dello stesso nel corso del 2019. All'estero, Unidad Editorial ha adottato un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo in ottemperanza alla Ley Organica 2015/1 del 30 marzo 2015, approvato dal Consiglio di Amministrazione nel 2017. È prevista una prossima adozione del Modello ex Ley Organica per le altre società spagnole del Gruppo RCS (Unidad Editorial e controllate).

Nella predisposizione dei Modelli 231 sono state tenute in considerazione le indicazioni presenti nelle linee guida di Confindustria nonché le migliori pratiche in materia di sistema di controllo interno. Il Modello 231 si compone di una parte generale e di alcune parti speciali relative alle categorie di reato contemplate dal D.lgs. 231/01 considerate rilevanti per ognuna delle società. Come indicato in precedenza, tra questi in particolare si evidenziano i reati di corruzione sia nei rapporti con la pubblica amministrazione sia tra privati (fornitori, clienti e terze parti), la violazione delle norme in materia di salute e sicurezza sul lavoro, i reati ambientali, l'utilizzo di contenuti relativi a minorenni, pedopornografici e/o di razzismo e xenofobia, l'intermediazione illecita del lavoro (cosiddetto caporalato) nonché lo sfruttamento dei lavoratori.

I Modelli 231 risultano regolarmente aggiornati, in considerazione dei cambiamenti organizzativi, dell'evoluzione del quadro normativo, della giurisprudenza e della dottrina o a seguito degli esiti delle attività di vigilanza. Nel 2018 sono state avviate specifiche progettualità, ossia:

- a livello di Gruppo Cairo Communication, è stato definito ed avviato un processo di progressivo aggiornamento delle tematiche di compliance ex D.lgs. 231 tramite specifiche progettualità di:
 - analisi e autovalutazione del sistema di controllo interno ai fini del D.lgs. 231 ("check-up 231") di tutte le Società che hanno adottato un Modello 231;
 - mappature e valutazioni dei processi/attività sensibili ex D.lgs. 231 nonché aggiornamento dei relativi Modelli 231; tale attività ha interessato nel 2018 la società La7 e si stenderà nei prossimi due anni alle altre società;
- a livello di Gruppo RCS, si è proceduto ad un nuovo aggiornamento della mappatura delle aree a rischio ed è stato programmato l'aggiornamento dei modelli delle società italiane del Gruppo al fine di recepire le modifiche normative di recente introduzione (es. reato di razzismo e xenofobia) e i cambiamenti organizzativi che hanno interessato l'azienda negli ultimi anni.

Con riferimento al whistleblowing, il Gruppo sta valutando una revisione del sistema di gestione delle segnalazioni per renderlo pienamente aderente al nuovo dettato normativo che richiede precise garanzie di tutela della riservatezza e protezione del segnalante. Gli aspetti salienti del nuovo processo sono: la creazione di un nuovo canale di comunicazione; la diffusione di policy che disciplinino le attività di gestione della segnalazione e che intende promuovere la cultura della trasparenza, incoraggiando la segnalazione di comportamenti contrari all'etica aziendale; la modifica del sistema disciplinare al fine di introdurre sanzioni in caso di violazioni del diritto alla riservatezza del segnalante.

Formano inoltre parte integrante del Modello 231:

- i Codici Etici del Gruppo, che hanno l'obiettivo di definire e comunicare ai destinatari i valori e i principi di comportamento cui gli stessi devono attenersi nello svolgimento delle attività aziendali e nei rapporti con gli stakeholder;
- il sistema disciplinare e relativo meccanismo sanzionatorio;
- il sistema di deleghe e procure;
- il sistema di direttive, procedure, protocolli e controlli interni.

Per le società che hanno adottato il Modello 231, questo è reso disponibile, assieme al Codice Etico, nella intranet aziendale a disposizione dei dipendenti. Per rendere efficace il Modello 231, il Gruppo assicura, sia alle risorse presenti in azienda sia a quelle che saranno inserite, una corretta conoscenza delle regole di condotta in esso contenute, con differente grado di approfondimento in relazione al diverso coinvolgimento delle risorse medesime nelle aree a rischio.

Sono state condotte nel 2018, a livello di Gruppo Cairo Communication, specifiche sessioni in aula di formazione inerente al D.lgs. 231 al top management, partendo da La7, ed è stato definito per il 2019 e per tutte le altre società del Gruppo un percorso formativo su più livelli (formazione in aula al top management, formazione di base in e-learning e formazione in aula per le figure aziendali maggiormente coinvolte nei processi/attività sensibili ex D.lgs. 231)

Nel 2018, per il Gruppo RCS è stata erogata a tutta la popolazione dipendente la formazione di base riguardante la normativa e il modello di organizzazione, gestione e controllo, mediante una piattaforma on-line, che consente di tracciare e monitorare la fruizione dei contenuti da parte dei destinatari, oltre che di verificarne l'apprendimento mediante un test finale. Nel 2019, al termine dei lavori di aggiornamento del Modello 231, è previsto un ulteriore corso di formazione, da erogarsi questa volta in aula, che vedrà coinvolti i soggetti maggiormente esposti ai rischi relativi ai reati mappati.

Modello 231 e Codice Etico vengono diffusi ai soggetti terzi che intrattengono con il Gruppo rapporti di collaborazione, rapporti di consulenza, rapporti di agenzia, rapporti di rappresentanza commerciale e altri rapporti che si concretizzano in una prestazione professionale. In aggiunta, negli standard contrattuali del Gruppo sono inserite specifiche clausole di presa visione del Modello 231 e del Codice Etico.

Un estratto dei Modelli 231 (parte generale) è pubblicato sui rispettivi siti internet delle Società quotate del Gruppo assieme al Codice Etico, a disposizione di tutti gli stakeholder interessati.

In ordine al funzionamento, all'efficacia e all'osservanza del Modello 231 è stato istituito, per ciascuna società del Gruppo dotata di un Modello 231, un Organismo di Vigilanza (OdV) che risponde direttamente al Consiglio di Amministrazione, la cui composizione risponde ai requisiti di indipendenza indicati nelle linee guida di Confindustria e dalle best practice. Spetta all'OdV il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello 231, attraverso verifiche che possono essere sia a carattere periodico sia straordinario e di fornire suggerimenti finalizzati al suo aggiornamento. E' cura dell'OdV preparare periodicamente un rapporto scritto sulla sua attività per il Consiglio di Amministrazione, per il Comitato Controllo e Rischi e per il Collegio Sindacale. L'OdV si avvale, per le verifiche periodiche di propria competenza, del supporto della Direzione Internal Audit rispettivamente delle Società quotate Cairo Communication S.p.A. e RCS MediaGroup S.p.A. Si specifica che nel corso dell'esercizio 2018, le due Direzioni di Internal Audit hanno effettuato numerose attività di audit su differenti processi (6 nel Gruppo Cairo Communication e 11

nel Gruppo RCS). Per ciascuno di questi, sono stati verificati alcuni ambiti di applicazione del Modello 231, senza che emergessero rilievi significativi.

Eventuali segnalazioni in ordine alla non corretta applicazione del Modello possono essere inoltrate all'OdV della società di competenza. L'OdV valuta le segnalazioni ricevute, ascoltando eventualmente l'autore della segnalazione, e può decidere di procedere all'avvio di una indagine interna. L'OdV agisce in modo da garantire i segnalanti contro qualsiasi forma di ritorsione, discriminazione o penalizzazione, assicurando altresì la riservatezza dell'identità del segnalante, fatti salvi gli obblighi di legge e la tutela dei diritti della società o delle persone accusate erroneamente e/o in mala fede.

Al riguardo, nel 2018 non sono stati comunicati agli Organismi di Vigilanza delle società del Gruppo casi di presunte violazioni del Modello 231.

A livello di Gruppo Cairo Communication, è stata valutata nel 2018 dal Comitato Controllo e Rischi e dai diversi Organismi di Vigilanza una procedura specifica relativamente alla gestione dei flussi informativi ex D.lgs. 231 nei confronti dell'Organismo di Vigilanza, che è in fase di emanazione da parte delle diverse società del Gruppo stesso.

Nel Gruppo RCS è già presente una procedura specifica che regola il processo di comunicazione verso l'OdV da parte delle funzioni aziendali valida per tutte le società italiane, che sono soggette ad attività di direzione e coordinamento da parte di RCS MediaGroup S.p.A.

4. Anticorruzione

Il rifiuto della corruzione attiva e passiva nella gestione del proprio business, in qualsiasi forma essa si concretizzi, è alla base delle scelte che guidano l'attività del Gruppo. In coerenza con quanto enunciato dai Codici Etici e dalle Policy di Sostenibilità, è condannata la condotta di chi corrompe, tenta di corrompere o accetta il tentativo di corruzione di qualsiasi soggetto.

In materia di anticorruzione, le sopraindicate società del Gruppo hanno adottato il Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.lgs. 231/01, la cui funzione, tra le altre, è quella di prevenire possibili reati correlati a concussione e corruzione, commessi da soggetti appartenenti al Gruppo o da Terzi per conto del Gruppo, attraverso l'applicazione di specifici controlli interni.

Il Gruppo attua nel continuo e a tutti i livelli dell'organizzazione numerose iniziative e attività in materia di contrasto alla corruzione. L'obiettivo prioritario è quello di garantire il rispetto delle normative anticorruptive, sia a livello nazionale (in particolare il Decreto Legislativo 231/01 in tema di responsabilità amministrativa degli enti/società) sia internazionale (ad esempio *Ley Organica 5/2010* in Spagna).

L'adozione di un sistema anticorruptivo a livello di Gruppo, oltre a rappresentare un motivo di esenzione dalla responsabilità delle società, è un atto di responsabilità sociale nei confronti dei propri soci, dipendenti, clienti, fornitori oltre che della collettività ossia, in sintesi di tutti gli stakeholder.

Infine, l'introduzione di tale sistema dell'agire imprenditoriale, unitamente alla fissazione e divulgazione di principi etici, consente di regolare i comportamenti e le decisioni di quanti, quotidianamente, sono chiamati ad operare in nome o a favore del Gruppo con l'obiettivo, quindi, di rispettare non solo le leggi, ma anche le migliori regole etiche e di condotta.

Segnalazioni di situazioni anomale possono essere inoltrate sia dagli appartenenti alle diverse funzioni aziendali sia da terzi al Vertice aziendale o, ove previsti, agli Organismi di Vigilanza, come indicato dai Modelli 231 e dai Codici Etici.

Nel periodo di riferimento della presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario non sono stati riscontrati episodi di corruzione attiva o passiva né attraverso le attività specifiche sopra descritte svolte dalle Direzioni Internal Audit, né attraverso i canali di segnalazione all'OdV.

5. Diritti Umani

I diritti umani sono un tema di fondamentale importanza per il Gruppo. Il rispetto dei diritti umani non è solo considerato nell'ambito della gestione del personale, ma anche nella gestione della catena di fornitura, in particolare nei Paesi o nelle attività considerati potenzialmente a rischio. Il Gruppo, in linea con le altre media company, dà particolare rilevanza al rispetto dei diritti umani intesi come libertà di espressione, pubblicità responsabile, tutela della proprietà intellettuale e diritto alla privacy.

5.1 Politiche praticate dall'organizzazione

Come descritto nelle Policy di Sostenibilità, in tutte le sue attività e nei rapporti con i terzi, siano essi fornitori, business partner, clienti o dipendenti, il Gruppo si impegna a rispettare e promuovere la tutela dei diritti fondamentali dell'uomo. Si oppone, inoltre, a tutte le forme di sfruttamento dei lavoratori incluso il lavoro minorile, forzato o obbligato, nonché qualsiasi forma di abuso o costrizione psicologica o fisica nei confronti sia dei propri lavoratori sia dei lavoratori impiegati lungo la catena di fornitura. Condanna fermamente il traffico e lo sfruttamento di esseri umani in ogni sua forma.

Nello svolgimento della propria attività editoriale, in linea con quanto previsto dalla carta dei doveri del giornalista e dal codice deontologico relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, è richiesto che i giornalisti dipendenti e collaboratori, nella diffusione al pubblico di informazioni e notizie, devono agire nel rispetto dei diritti umani e assicurare la necessaria tutela dei minori.

5.2 Principali rischi e modalità di gestione

Si ritiene che il tipo di business e le modalità di gestione scelte dal Gruppo, compresi i Paesi dove si sviluppa la maggior parte delle attività, non rendano particolarmente rilevanti i rischi legati ai diritti umani nella gestione del personale, per i quali si rimanda al capitolo 7 della presente DNF. Sono presenti alcuni potenziali rischi legati alla catena di distribuzione e alla fornitura di prodotti collaterali da Paesi esteri, gestiti attraverso la condivisione con i fornitori dei principi e delle politiche che guidano il Gruppo, come verrà descritto nel capitolo 9 della presente DNF.

Per i rischi in ambito diritti umani che potenzialmente riguardano il Gruppo come editore (libertà di espressione, tutela della proprietà intellettuale, pubblicità responsabile e il diritto alla privacy), il Gruppo si è dotato di idonei strumenti organizzativi e procedurali per presidiare tali rischi, che verranno descritti nel capitolo 6 della presente DNF.

6. Impegno verso il Pubblico

Forse nessuna azienda più di un editore sente la responsabilità di parlare non solo ad azionisti e consumatori-utenti, ma in primis ai cittadini. L'opinione pubblica è quanto di più vicino c'è al concetto di Società ed il Gruppo ha questo tipo di impegno nel proprio DNA.

6.1 Libertà di espressione, informazione corretta e di qualità

Gli obiettivi primari del Gruppo sono da sempre la produzione e la divulgazione di cultura, informazione, servizi e intrattenimento, nel rispetto dei principi di libertà, correttezza e pluralismo dell'informazione, anche attraverso lo sviluppo e l'innovazione tecnologica di tutte le piattaforme di comunicazione.

Il Gruppo fa propri nella sua attività editoriale i principi sulla libertà di espressione e di informazione emanati dalla stessa Costituzione in Italia e dalle leggi di riferimento in Italia e Spagna. Aderisce inoltre ai principi contenuti nella Carta dei doveri del giornalista, documenti dove si evidenzia che il diritto all'informazione di tutti i cittadini e il rispetto della verità nel racconto delle notizie si bilanciano con il rispetto dei diritti dei protagonisti delle notizie, in primis il diritto alla riservatezza.

Nell'era delle fake news, delle verità alternative e della velocità della comunicazione online, la libertà di espressione passa sempre di più dalla qualità e dalla correttezza dell'informazione. Chi fa informazione dal 1876 sa quanto le nuove tecnologie siano una grande opportunità, ma anche un rischio.

L'informazione di qualità viene perseguita costantemente dalle testate del Gruppo, attraverso giornalisti e collaboratori di alto profilo, il rispetto delle competenze di ciascuno e la verifica accurata delle notizie e delle fonti, in particolare sui siti internet delle testate e sulle pagine dei social network. E' in questo contesto che l'autorevolezza delle fonti e la credibilità dell'editore acquistano sempre maggiore importanza al fine di preservare il diritto di chi legge a un'informazione sempre corretta. Come indicato nella carta dei doveri del giornalista, il giornalista deve sempre verificare le informazioni ottenute dalle sue fonti, per accertarne l'attendibilità e per controllare l'origine di quanto viene diffuso all'opinione pubblica, salvaguardando sempre la verità sostanziale dei fatti.

I giornalisti del Gruppo ricercano con la stessa cura e integrità professionale la correttezza e la qualità dell'informazione in ogni progetto editoriale al servizio di mezzi di comunicazione e pubblici differenziati.

“L’impegno sociale e civile della testata informativa di La 7, il tgl7, è stato ben confermato in un anno elettorale importante come il 2018: le trasmissioni di confronto durante la campagna elettorale, e l’ormai tradizionale trasmissione fiume sull’esito del voto hanno contribuito prima alla formazione di un’opinione e poi a una presa di coscienza del valore dei risultati da parte di chi ci ha seguito.

E così poi è stato per tutte le dirette che hanno scandito il percorso che ha portato alla nascita del nuovo governo, e per tutti gli appuntamenti pubblici di rilievo. Fa parte della mission che abbiamo dato al telegiornale di massima apertura informativa sulle istituzioni elettive.

Ma del resto i connotati di valore sociale, civile e ambientali sono coltivati in ogni prodotto targato tgl7, con almeno una rivendicazione che ci rende orgogliosi: quella del ricorso all’aiuto dei nostri spettatori in occasioni di solidarietà sociale o ambientale, nei confronti di comunità o territori colpiti da eventi avversi. Nell’autunno del 2018 è stato il caso della sottoscrizione per i boschi nel nord est devastati dall’eccezionale ondata di maltempo, che ci ha permesso di consegnare centinaia di migliaia di euro, frutto della generosità di chi segue il tgl7, ai governatori di Veneto e Friuli Venezia Giulia e al presidente della provincia autonoma di Trento” – Il Direttore del tgl7, Enrico Mentana

In tale ambito, la caratterizzazione qualitativa dell’offerta editoriale di La7 e il rispetto delle normative e dei codici di autoregolamentazione nel segmento di riferimento, rappresentano i tratti distintivi di un brand ormai definitivamente riconosciuto e riconoscibile dal pubblico. Da una ricerca condotta lo scorso giugno da SWG su 1000 intervistati (rappresentativi della popolazione italiana televisiva adulta), emerge come:

- alle spalle di Rai 1 e Canale 5, La7 è il canale più presente nella mente del pubblico quando si parla di televisione, il primo a venire citato sia in spontanea sia su sollecitazione, godendo di un grado di *awareness* superiore a quello delle altre TV generaliste e neo-generaliste (ammiraglie escluse). Non sorprende, quindi, che La7 sia un canale che gli spettatori sono molto propensi a scegliere nel momento in cui accendono la tv, costituendo un punto di riferimento imprescindibile nel panorama televisivo e mediale italiano: chi sceglie La7, sa cosa guarda;
- La7 è il canale capace di riscuotere un livello di gradimento molto alto presso il pubblico che la guarda (anche quando la fruizione è occasionale) con un voto medio di 7,4 su un massimo di 10: in media, le viene attribuito un voto complessivo migliore di quello che gli spettatori assegnano alle altre TV generaliste e neo-generaliste. Si evince, inoltre, come all’aumento del grado di fidelizzazione degli spettatori corrisponda un parallelo miglioramento del gradimento: più si guarda La7, più la si apprezza;
- l’immagine di La7 tra gli spettatori (indipendentemente dal loro grado di fidelizzazione) è quella di un canale competente, esperto e responsabile: qualità che, in uno scenario in cui sono pochissimi i soggetti capaci di guadagnarsi e coltivare la fiducia del pubblico, ne fanno una rete estremamente affidabile, anche in virtù del suo carattere aperto (garanzia di trasparenza) e dinamico, che le consente sia di essere costantemente ‘sul pezzo’, sia di rinnovarsi stagione dopo stagione: quasi l’80% del suo pubblico afferma che la rete “stia migliorando costantemente, diventando sempre più interessante”;
- la conferma delle qualità e dell’unicità di La7 nel panorama televisivo italiano arriva dal confronto con i suoi principali competitor:
 - nel vissuto degli spettatori, La7 stacca nettamente tutti gli altri canali quanto ad autorevolezza, chiarezza e imparzialità, anche grazie a un ventaglio di volti/conduuttori giudicati fra i migliori in circolazione.

- La7 emerge come il canale dotato dell'identità più marcata, tanto da essere considerato un unicum, caratterizzato da una capacità di approfondimento che nessuno riesce a eguagliare;
- non deve sorprendere, quindi, se oltre la metà degli spettatori (tre quarti di quelli fedeli) giudicano l'offerta di La7 migliore o molto migliore di quella dei suoi competitor.

6.2 Diffusione dei valori dello sport

Il Gruppo è attivo nella produzione e diffusione ad ogni livello dei contenuti legati allo sport, ispirandosi da sempre ai valori fondanti dell'olimpismo quali il fair play o il dialogo tra le culture attraverso lo sport, sia in Italia, con *La Gazzetta dello Sport*, sia in Spagna, con *Marca* e *Radio Marca*.

Tali testate hanno costantemente contribuito, con la loro informazione attenta e imparziale, alla diffusione dei valori etici dello sport, coscienti della propria responsabilità sociale. Iniziative quali “*Gazzetta Sports Awards*” (di cui si è svolta nel 2018 la quarta edizione trasmessa su La7) e il “Festival dello Sport”, al suo esordio nel 2018, vogliono individuare, raccontare e celebrare le eccellenze dello sport italiano, valorizzando i contenuti etici e umani dell'attività sportiva. *La Gazzetta dello Sport* è anche parte attiva nel sostegno alla Fondazione Candido Cannavò per lo Sport, impegnata in molti ambiti di solidarietà sociale. Le testate sportive del Gruppo RCS partecipano con idee e contenuti ad iniziative sociali (non solo legate ad eventi sportivi) e sono particolarmente vicine allo sport paraolimpico.

Competenza, rigore e credibilità (e quindi autorevolezza) sono i valori ai quali i giornalisti delle testate sportive del Gruppo RCS si ispirano ogni giorno, anche per le pubblicazioni on-line: *La Gazzetta dello Sport* e *Marca*, come tutte le altre realtà editoriali del Gruppo, si sono dotate anche di un codice di comportamento che disciplina cosa poter postare sui social network.

Il Gruppo RCS si occupa inoltre dell'organizzazione di manifestazioni sportive promosse e comunicate a livello nazionale ed internazionale, in particolare in ambito ciclistico e nelle maratone, tra cui spiccano il Giro d'Italia e la Milano Marathon. I valori dello sport sono parte integrante di ognuno degli eventi organizzati: valori quali il rispetto dell'avversario, la capacità di saper vincere e perdere, la difesa di uno sport pulito e leale che diventi uno stile di vita quotidiano sono sostenuti in tutti i momenti della comunicazione di tali manifestazioni. Tra i mass event, il Gruppo RCS è attivo anche nell'organizzazione di gare amatoriali legate al wellness e ad uno stile di vita sano, promuovendo iniziative e campagne di informazione volte a divulgare la cultura del benessere e della sicurezza al femminile.

IL GIRO D'ITALIA

Il Giro d'Italia è uno dei più grandi eventi ciclistici al mondo e si fa da sempre promotore dei valori sportivi propri del ciclismo come il fair play, rispetto dell'avversario, sacrificio. Il Giro d'Italia non è solamente un evento sportivo, ma è anche un importante strumento di comunicazione che deve e vuole trasmettere tutti i valori che esso rappresenta. L'impegno di RCS Sport, che organizza Il Giro d'Italia e gli altri eventi sportivi in Italia, allo sviluppo di attività con finalità sociali è coerente con i valori e la mission di RCS Sport è impegnata sui temi di responsabilità sociale attraverso la realizzazione di numerosi progetti a "marchio" Giro d'Italia, non solo durante il periodo della manifestazione ma per tutto l'arco dell'anno. Da diversi anni hanno trovato spazio nella Carovana che accompagna il Giro anche le Onlus, a cui è stata offerta la possibilità di prendere parte al progetto senza il costo della fee di ingresso. Le Onlus hanno partecipato con un loro mezzo allestito e personalizzato per promuovere i loro messaggi di solidarietà e sociali, entrando in contatto con gli spettatori presenti lungo il percorso. Il Giro d'Italia è anche una straordinaria opportunità di visibilità per il territorio, una vetrina mediatica senza paragoni per la promozione turistica delle città di tappa e dei prodotti tipici dei territori raggiunti, attraverso la copertura tv mondiale, i media presenti e l'esposizione sulla piattaforma digitale del Giro.

MILANO MARATHON 2018

La Milano Marathon si contraddistingue per essere un grande evento sportivo che cresce insieme alla città di Milano, capace di coinvolgere gli sportivi e la cittadinanza. Sin dalla prima edizione (dicembre 2000) la gara ha rappresentato uno degli appuntamenti più attesi dai runner di tutto il mondo. Inserita nel calendario dell'International Association of Athletics Federation (IAAF), nel 2019 giunge alla 19ª edizione. Eventi come la Milano Marathon hanno contribuito a diffondere la corsa in maniera trasversale: il running è diventato oggi un vero e proprio stile di vita, che aiuta a migliorare il benessere psico-fisico di ogni individuo. La maratona meneghina rientra nella divisione degli eventi sportivi a partecipazione di massa di RCS Sport – RCS Active Team. Tantissimi format sono stati diffusi in questi anni dall'organizzazione con grosso successo in termini di partecipanti dando un grosso impulso al fenomeno socio-sportivo del running (The Color Run, FFStrongmarun, BeautyRun, Urban Obstacle Race, Linate Night Run, etc.) su tutto il territorio nazionale. Alla maratona si affianca la Relay Marathon, la staffetta aperta a team di 4 persone che si dividono il percorso di gara in 4 frazioni. La staffetta è strettamente legata al Charity Program, il progetto solidale lanciato nel 2010 su esempio del modello anglosassone, che consente agli atleti di correre per un'Organizzazione Non Profit a scelta, aiutandola a raccogliere donazioni per i propri progetti diventando così loro ambasciatori, aggiungendo al piacere della corsa anche quello di fare del bene. In termini pratici, tutte le iscrizioni alla staffetta sono fatte esclusivamente attraverso il Charity Program, facendola diventare un evento all'interno dell'evento. Ne è conferma il fatto che dei 29.500 runner partecipanti all'ultima edizione della maratona 2018, poco meno della metà sono i partecipanti alla staffetta (12.492 nel 2018, di cui il 32% rappresentato da donne). Nel 2018 la raccolta fondi ha superato la cifra di 1 milione di euro. Un'altra iniziativa che impreziosisce da quattro anni la Milano Marathon è la School Marathon, la corsa non competitiva di circa 3 km organizzata in partnership con OPES - Organizzazione per l'educazione allo Sport - e aperta ai più piccoli (studenti delle classi elementari e medie, nonché ai loro accompagnatori), alla quale nel 2018 hanno partecipato 10.000 persone.

6.3 Pubblicità responsabile

Il Gruppo ha adottato le norme previste dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e dal Código de Conducta Publicitaria in Spagna, che prevedono tra l'altro regole di comportamento nella comunicazione pubblicitaria atte ad evitare che i messaggi possano essere contrari alla dignità delle persone, che sfruttino la superstizione e la credulità del pubblico, messaggi che incitino alla violenza fisica e/o morale, che inneggino al razzismo, che offendano le convinzioni morali, religiose o civili dei cittadini o che contengano elementi che possano danneggiare psichicamente, moralmente o fisicamente i minori o ancora messaggi che contengano false informazioni pubblicitarie relative a prodotti commerciali. Gli stessi codici contengono norme che regolano e limitano i messaggi pubblicitari relativi a taluni settori merceologici sensibili tra i quali quello delle bevande alcoliche, dei prodotti medicinali, dei prodotti finanziari, dei giocattoli nonché dei giochi che prevedono vincite in denaro. Il Gruppo recepisce inoltre in Italia il Decreto legislativo n. 145/07 in tema di pubblicità ingannevole e comparativa, la normativa in materia di pubblicità delle strutture e degli operatori sanitari, nonché la normativa relativa alla pubblicità di giochi con vincite in denaro, mentre in Spagna recepisce la Legge 13/2011 del 27 maggio sulla regolamentazione del gioco.

La circolazione della pubblicità online ha il dono della viralità, ma il prestigio delle testate del Gruppo aggiunge un ingrediente che sarà sempre più importante per le aziende: è un bollino di qualità su ciò che viene veicolato

Le procedure operative praticate dal Gruppo che riguardano ogni avviso da pubblicare prevedono la possibilità di chiedere una specifica valutazione di liceità e di rispetto del codice e delle norme sopra richiamate, oltre che una valutazione di compatibilità con la linea editoriale della testata di volta in volta interessata.

Con la finalità di evitare la pubblicazione di messaggi non coerenti con le regole del Gruppo e nel rispetto delle norme sopra richiamate, sono state individuate specifiche categorie di inserzioni per tipologia, soggetto, merceologia, pratica commerciale che sono sottoposte ad un processo di approfondita valutazione preventiva nell'ambito della Direzione che si occupa della raccolta pubblicitaria.

Grazie al sistema di politiche praticate e procedure adottato, il Gruppo ha integrato nella gestione della pubblicità anche aspetti relativi alla responsabilità sociale d'impresa, che si impegna ad applicare correttamente. Nel corso del 2018, per alcuni contenuti delle pubblicità di clienti veicolate dal Gruppo, l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria ha richiesto di non proseguire nella pubblicazione.

Cairo Pubblicità ha inoltre concluso un contratto di concessione pubblicitaria per il giornale online «Open», recentemente lanciato a titolo personale da Enrico Mentana, con lo scopo di esercitare attività d'impresa di interesse generale con finalità solidaristiche e di utilità sociale. La società editrice coinvolge giovani giornalisti nell'attività redazionale ed è priva di scopo di lucro in quanto tutti gli eventuali guadagni sono eventualmente reinvestiti nel progetto.

6.4 Accessibilità dell'output e evoluzione digitale

Il Gruppo crede in un futuro nel quale la cultura, l'informazione di qualità e la comunicazione saranno sempre più rilevanti per ogni individuo e determinanti per lo sviluppo della società civile, grazie alla costante evoluzione digitale, che ne potenzierà dinamismo, condivisione e fruibilità.

Il Gruppo è attivo in tutti i settori dell'editoria, dai quotidiani ai periodici, dalla tv ai new media e questo garantisce l'accessibilità dei contenuti a un ampio numero di cittadini. Le principali testate sono pubblicate anche in edizione digitale e hanno pagine dedicate su siti web e social network, con una costante ricerca di innovazione e qualità degli strumenti di diffusione utilizzati. I contenuti vengono erogati tramite oltre 130 siti internet, 350 blog, 150 webapp e 15 mobile app; per un traffico in uscita di circa 4.000 Terabyte/mese.

Da anni il Gruppo sta perseguendo con determinazione un processo di trasformazione digitale in un mercato caratterizzato da un aumento del consumo dei contenuti, anche video, soprattutto sul canale mobile e ad un incremento degli investimenti pubblicitari sul canale on line.

Il Gruppo è impegnato nello sviluppo di una strategia e una cultura “*customer centric*” e di una “*user experience*” centrata sull'utente che pone il lettore e l'abbonato al centro delle attività aziendali, attraverso anche la conoscenza dei suoi comportamenti, oltre allo sviluppo di un prodotto tecnologico all'avanguardia, immediato e funzionale.

Per rispondere alla continua domanda del mercato circa i nuovi metodi di fruizione di contenuti, il Gruppo si è concentrato sui seguenti aspetti:

- introduzione di nuovi prodotti digitali sui canali *desktop* e *mobile*;
- creazione di nuove forme di abbonamenti, come la “*membership*” (modello a pagamento per gli abbonati del *Corriere della Sera*);
- focalizzazione sulla pubblicità digitale attraverso nuovi format, attraverso strumenti come il *behavioural targeting* (segmentazione dell'audience in base al comportamento di navigazione), il *pricing* a performance e l'utilizzo dei *big data* per la targetizzazione delle campagne pubblicitarie;
- introduzione di una nuova piattaforma per la gestione dei contenuti video;
- introduzione in Spagna, nei siti di El Mundo e Marca, di nuove forme di navigazione (*infinity scroll*) volte a migliorare la *user experience*, le performance e la *viewability* della pubblicità;
- innovazione digitale e rafforzamento delle piattaforme tecnologiche;
- aumento degli abbonati digitali e rafforzamento e sviluppo di modelli per la fruizione dei contenuti a pagamento (paywall e/o freemium).

La piattaforma che crea i contenuti editoriali è in grado di renderli fruibili sia sul canale cartaceo sia su quello digitale (web, mobile, app), con una definizione finale del contenuto che varia a seconda del canale prescelto. I livelli di servizio garantiscono la pubblicazione giornaliera dei quotidiani mentre a livello dei siti viene garantito un tempo di funzionamento del sistema senza interruzioni di servizio pari al 99,95%.

Esistono poi dei presidi tecnologici, sia applicativi che infrastrutturali, sia intervengono in caso di malfunzionamenti o deperimento delle performance dei prodotti, supportati da sistemi di monitoraggio. Vi è sempre uno stretto coordinamento tra l'area di *service management IT* e il *contact center* aziendale che supporta i Clienti/Lettori.

Per quanto riguarda la fruizione dei contenuti digitali questa avviene in maniera diversa a seconda della tipologia di offerta:

- *Free* (accesso libero ai contenuti);
- *Metered* (un certo numero di contenuti che possono essere consumati gratuitamente);
- Ad abbonamento;
- *Freemium*.

Nel progetto di ampliamento delle modalità di erogazione della propria offerta editoriale ad un pubblico sempre più esigente, anche la società La7 persegue l'obiettivo di garantire una crescente articolazione delle modalità di erogazione del servizio, attraverso canali e piattaforme sempre più innovativi.

Tale offerta si articola come segue:

- i siti:
 - La7.it, il sito di tutta l'offerta del palinsesto televisivo de La7 e La7d
 - Tgla7.it, il sito dell'informazione Tgla7
 - Sedanoallegro.it, il nuovo e innovativo sito dedicato al mondo della cucina;
- l'app TGla7, come il sito Tgla7.it, integralmente focalizzata sull'informazione;
- i canali La7 sulla piattaforma YouTube su cui sono disponibili i contenuti del palinsesto La7 e La7d con un delay di pubblicazione di 72 ore;
- le fanpage su Facebook, da quella istituzionale di rete a quelle dei principali programmi del palinsesto;
- i profili Twitter, da quello istituzionale di rete a quelli dei principali programmi del palinsesto.

L'ultima progettualità lanciata da Cairo Pubblicità e Cairo Editore è "That's Fab!", una piattaforma che si sviluppa su Facebook ed Instagram con alla base un ricco piano editoriale, partendo dal Magazine F.

6.5 Privacy e Data Security

Il 25 maggio 2018 è entrato in vigore il Regolamento EU 679/2016 del Parlamento e del Consiglio Europeo relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati (c.d. Regolamento Generale sulla protezione dei dati o GDPR), direttamente applicabile in via diretta in tutti i Paesi UE. Il Gruppo ha lavorato affinché tutte le aziende adeguassero la propria struttura organizzativa e le attività inerenti al trattamento dei dati, in modo da conformarsi al nuovo quadro normativo comunitario.

Il tema della tutela della privacy e della protezione dei dati personali – da sempre rilevante per il Gruppo, e in particolare nell'editoria, assume un ruolo ancora più importante nel rapporto di fiducia con i propri lettori e utenti. Sono necessarie regole e politiche rigorose, accompagnate da una cultura aziendale in linea con le più recenti normative che hanno esteso e consolidato la tutela dei diritti degli interessati.

La tutela della Privacy e la protezione dei dati personali impattano sull'attività del Gruppo sia nella produzione di contenuti informativi sia nello svolgimento dell'attività giornalistica così come nell'attuazione delle politiche commerciali e di comunicazione.

E' la sfida del nostro Secolo: i dati e le informazioni delle persone sono il vero petrolio dell'economia, la moneta di scambio virtuale di un nuovo mercato digitale. Per questo il Gruppo ha come priorità la tutela dei dati

A tale riguardo, in Italia i giornalisti nello svolgimento dell'attività professionale si attengono alle disposizioni del proprio codice deontologico, alle osservazioni ed ai provvedimenti delle Autorità e, con riferimento al trattamento dei dati personali dei minorenni, anche alle disposizioni della Carta di Treviso del 2006.

Il Gruppo, nello svolgimento delle proprie attività si è dotato di procedure e strumenti volti a garantire l'osservanza del Regolamento Europeo in materia di protezione dei dati personali EU 679/2016, nonché del D.lgs. 196/2003 come modificato dal D.lgs. 101/2018 in Italia e in Spagna della Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

Le società del Gruppo, in qualità di titolari del trattamento dei dati personali, si sono date un'organizzazione coerente e capillare per assicurare la correttezza e adeguatezza dei trattamenti dei dati personali e la loro protezione, in linea con le richieste della normativa.

In particolare, entrambi i Gruppi hanno individuato un proprio Responsabile per la Protezione dei Dati (RPD), hanno nominato al proprio interno Responsabili del trattamento, Incaricati e Amministratori di Sistema, nonché – ove motivato dalla relazione contrattuale con soggetti terzi - responsabili esterni del trattamento. Data la peculiarità delle attività svolte nell'ambito digital, il Gruppo RCS ha istituito al proprio interno un Ufficio Privacy.

Ciascuna società del Gruppo ha anche provveduto a redigere un apposito registro dei trattamenti, che sono comunicati agli interessati, in modo aperto e trasparente, mediante idonee informative, in relazione alle finalità della raccolta, prima di ogni acquisizione di dati personali. Il Gruppo organizza corsi di aggiornamento on-line e in aula per i Responsabili e gli Incaricati nonché effettua periodiche attività di Audit sulle modalità di trattamento dei dati.

In particolare, i dati degli utenti, puntualmente informati circa le modalità del trattamento, previo rilascio di consenso libero, specifico, informato ed inequivocabile, sono trattati anche per finalità commerciali o di soggetti terzi, laddove il consenso ricevuto lo permetta. Tali dati possono essere oggetto di profilazione nel rispetto del provvedimento del Garante per la Privacy dell'8 maggio 2014 e delle successive previsioni normative intervenute, che recano le disposizioni per l'individuazione delle modalità per l'informativa e l'acquisizione del consenso per l'uso dei cookie.

Il Gruppo gestisce i rischi connessi alla violazione della privacy mediante un'analisi preventiva degli stessi, incorporando all'interno dei propri prodotti e servizi gli strumenti, i metodi e le procedure necessarie a rimuovere o mitigare tali rischi e minimizzando la quantità dei dati raccolti in relazione alle finalità; ciò nel pieno rispetto dei principi di Privacy by Design e Privacy by Default introdotti dal Regolamento Europeo 679/2016. Per quanto attiene ai rischi che possono emergere in occasione dello svolgimento dell'attività giornalistica, le società del Gruppo impattate da tali temi hanno attivato una funzione dedicata, tra gli altri, alla valutazione ed esecuzione delle richieste di oblio (Sentenza Corte di Giustizia Europea del 13 maggio 2014 e provvedimenti del Garante).

Il Gruppo si è dotato di un processo di gestione delle "data breach" volto ad assicurare la tempestività delle azioni di rimedio, la raccolta delle informazioni connesse e la notifica alle Autorità e agli interessati, laddove richiesto e qualora necessario o opportuno. Ha definito le linee guida per il trattamento dei dati personali, effettua l'attività di controllo, riceve le segnalazioni, gestisce mediante la casella di posta elettronica dedicata, lettere o contatto telefonico diretto le richieste di rettifica e le segnalazione degli abusi da utenti/clienti.

Il Gruppo agisce per la miglior tutela dei dati personali nel rispetto delle normative vigenti, anche nell'ottica della sempre maggior attenzione degli utenti a queste tematiche, perseguendo una continua opera di implementazione e aggiornamento di modelli, processi e procedure atte a monitorare e gestire in modo attento le contestazioni ricevute riguardanti, in particolare, il diritto all'oblio e l'utilizzo dei dati personali per finalità commerciali.

Si segnala, inoltre, che relativamente al Gruppo RCS, per le contestazioni pervenute e portate avanti all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali, sono stati registrati 6 reclami da parte di soggetti esterni in seguito alla richiesta all'esercizio del diritto all'oblio che tuttavia non hanno comportato fughe, furti o perdite di dati dei clienti. Di questi, l'Autorità Garante si è espressa in 3 casi, respingendo il ricorso e altri 3 casi risultano ancora in attesa della determinazione dell'Autorità Garante. Il Gruppo Cairo Communication non ha registrato reclami in merito alle violazioni in tema Privacy, da parte dell'Autorità Garante.

6.6 Tutela della proprietà intellettuale

Il Gruppo riconosce, come indicato anche nei propri Codici Etici, una preminente rilevanza alla proprietà intellettuale o industriale, in tutte le forme in cui essa si concretizza, si tratti di diritti d'autore, di marchi, di brevetti o di altri beni immateriali, e richiede il rispetto delle relative norme di legge.

In particolare il Gruppo, vieta espressamente:

- che le opere d'ingegno protette dal diritto d'autore, siano esse del Gruppo o di terzi, possano essere riprodotte senza le necessarie autorizzazioni;
- di utilizzare o alterare, in qualsiasi forma e/o modo e a qualsiasi scopo, beni o oggetti protetti da un diritto di proprietà industriale, senza il consenso dei titolari del diritto e/o di coloro che ne hanno la legittima disponibilità.

Il Gruppo opera tramite politiche e prassi sull'utilizzo della proprietà intellettuale di terzi, svolgendo anche specifiche attività di formazione alle funzioni aziendali esposte a tale rischio.

Il reato di violazione della proprietà intellettuale è anche mappato all'interno dei Modelli 231 delle società del Gruppo, ove applicabile, e, a tutela di tale reato, sono in essere una serie di protocolli di comportamento e controllo. Inoltre, il Gruppo è esposto al rischio che soggetti terzi, volontariamente o involontariamente, violino la proprietà intellettuale del Gruppo. Lo stesso provvede regolarmente a proteggere i propri diritti di proprietà intellettuale sia attraverso il deposito di domande di registrazione di marchi relativi alle proprie testate giornalistiche e ai canali televisivi, programmi e format televisivi, sia attraverso il costante monitoraggio per l'individuazione di eventuali violazioni al fine di attivare tempestivamente la tutela, anche in sede giudiziaria e/o regolamentare, dei propri diritti.

7. Gestione degli aspetti relativi al personale

Le persone ricoprono un ruolo fondamentale nel raggiungimento dei risultati aziendali, pertanto l'obiettivo principale del Gruppo è da sempre quello di valorizzare il capitale umano, presidiando e sviluppando le competenze necessarie in un'ottica di processo, crescita delle professionalità e dei mestieri e attraverso la creazione di un clima aziendale di collaborazione e partecipazione.

7.1 Politiche praticate dall'organizzazione

Le politiche in materia di gestione del personale sono enunciate, oltre che nelle Policy di Sostenibilità, anche nei Codici Etici del Gruppo, e hanno l'obiettivo di garantire a tutti i dipendenti e collaboratori il rispetto della dignità della persona e assicurare condizioni lavorative che non comportino sfruttamento o pericolo.

Sono condannati e contrastati atteggiamenti discriminatori per motivi legati alla razza, alle credenze religiose, alle opinioni politiche, alla nazionalità, al genere, all'orientamento sessuale, allo stato di salute o a qualunque altro motivo non giustificato sulla base di un criterio oggettivo e ragionevole. Nelle scelte relative alla selezione, valutazione e valorizzazione dei propri dipendenti e collaboratori, il Gruppo è guidato unicamente dalla considerazione delle qualità professionali e personali del singolo individuo. Il Gruppo intrattiene con le organizzazioni sindacali relazioni corrette e scevre da discriminazioni e da condizionamenti.

Per quanto riguarda le politiche di remunerazione del Gruppo, queste perseguono in generale le seguenti finalità:

- l'insieme delle politiche utilizzate e applicate deve essere coerente con i valori aziendali;
- l'orientamento dei comportamenti organizzativi: la remunerazione rappresenta uno strumento per influenzare i comportamenti organizzativi, orientandoli verso le finalità e gli obiettivi della strategia aziendale;
- la corrispondenza con il livello di competenza professionale, per cercare di rispondere alle esigenze di equità interna;
- il collegamento alla realtà del mercato del lavoro, per allineare, per quanto possibile, la remunerazione al trend del mercato ed equilibrarla rispetto al livello retributivo di aziende con caratteristiche comparabili.

La remunerazione delle risorse umane si compone di un corrispettivo fisso e di una parte variabile il cui ammontare viene determinato in considerazione del peso del ruolo gestionale ed organizzativo della posizione ricoperta dal dipendente e delle competenze maturate.

In considerazione della dinamica crescente del costo del lavoro soprattutto nel Gruppo RCS, derivante, tra l'altro, dalla cessazione in Italia, tra la seconda metà del 2017 e il 2018 degli stati di crisi e del ricorso ad ammortizzatori sociali e/o contratti di solidarietà, dell'obiettivo di mantenimento dei livelli occupazionali e delle difficili condizioni dei mercati di riferimento, nel periodo di rendicontazione, in continuità con i periodi precedenti, è stato previsto un sostanziale blocco degli interventi retributivi sia con riferimento alla retribuzione fissa che a quella variabile.

La gestione del personale del Gruppo è disciplinata da sistemi di gestione, procedure e prassi operative volti ad assicurare che le attività operative siano svolte nel rispetto dei principi definiti nei Codici Etici e in conformità alle leggi e regolamenti applicabili nei Paesi in cui il Gruppo opera.

La strategia per la gestione delle risorse umane attuata nel periodo di rendicontazione si è articolata secondo le seguenti direttrici principali:

- *ottimizzazione della produttività*, al fine di garantire al Gruppo sicurezza e competitività in tutti i contesti di mercato in cui opera;
- *salvaguardia e sviluppo delle competenze*, presupposto imprescindibile per garantire il raggiungimento degli obiettivi di business e l'alto livello qualitativo dei prodotti e servizi offerti da parte del Gruppo;
- *sviluppo delle relazioni con le parti sociali*, con l'obiettivo di garantire la necessaria coesione sociale interna e la focalizzazione verso gli obiettivi economici e di business del Gruppo.

Relativamente al Gruppo Cairo Communication, l'organizzazione aziendale ha assunto un assetto stabile nel periodo di riferimento, in quanto le competenze sono identificate e i ruoli sono ricoperti adeguatamente senza rilevanti cambiamenti rispetto all'esercizio precedente. La dimensione dell'organico e l'assetto organizzativo "snello" permettono alle informazioni e ai cambiamenti di circolare velocemente e di ottimizzare le esigenze operative anche attraverso lo sfruttamento di opportunità di job rotation all'interno del Gruppo stesso.

Relativamente al Gruppo RCS tale strategia in Italia si è concretizzata con una serie di attività svolte da parte della Direzione Risorse Umane e Organizzazione e di tutti i manager aziendali responsabili di strutture organizzative, quali il ridisegno di un assetto organizzativo più agile e flessibile, la semplificazione della struttura organizzativa e dei livelli gerarchici e l'articolazione delle attività tra le diverse unità (anche a seguito dell'insourcing di attività in precedenza in carico a fornitori esterni).

In Spagna, gli obiettivi sopra indicati sono stati realizzati con iniziative atte a motivare e coinvolgere i dipendenti, quali l'erogazione di corsi di formazione specifici per sviluppare un modello di business sempre più orientato ad un approccio digitale. Inoltre, Unidad Editorial si è dedicata ad alcune iniziative di semplificazione, anche attraverso la negoziazione con i sindacati, della struttura organizzativa più adeguata per la strategia aziendale di Gruppo RCS.

In particolare, il Gruppo RCS in Italia ha attuato politiche di mobilità interna, finalizzate a soddisfare le esigenze poste dall'attività di insourcing, dalle modifiche di natura organizzativa e/o di processo e dal turnover del personale. Con la politica di mobilità si sono favoriti gli spostamenti volontari: i dipendenti vengono infatti a conoscenza delle posizioni aperte attraverso il *job posting* sulla intranet aziendale e possono candidarsi direttamente alle stesse. La mobilità, processo in cui è molto impegnata la Direzione Risorse Umane del Gruppo RCS, oltre a ottimizzare l'organico già presente, consente di creare nuovi approcci da parte del personale che da anni si trovava in posizioni consolidate e si proietta così in nuove mansioni più in linea con l'esigenza aziendale, sfruttando il proprio *knowhow* in azienda.

Nel corso dell'anno 2018, come già indicato in precedenza, nel Gruppo RCS si è chiuso l'ultimo stato di crisi decretato per effetto di accordi sindacali risalenti ad anni precedenti. In particolare, nel corso del 2017 hanno operato in Italia in regime di solidarietà in media 749 dipendenti, con una riduzione dell'orario di lavoro fino ad un massimo del 20%, mentre 134 giornalisti in media hanno lavorato in regime di Cassa Integrazione Guadagni Straordinari (CIGS) fino ad un massimo del 25% nell'area Periodici. In data 31 dicembre 2017 si è chiuso il contratto di solidarietà attivo sulla popolazione non redazionale di RCS MediaGroup S.p.A., e in data 14 febbraio 2018, si è chiuso il prepensionamento con la Cassa Integrazione Guadagni Straordinari (CIGS) a rotazione per l'area della Periodici RCS.

Nel Gruppo RCS in Italia si è quindi passati, nel corso del 2018, a una politica di relazioni sindacali senza applicazione di nessun stato di crisi, senza il ricorso ad ammortizzatori sociali e a contratti di solidarietà difensiva. Si è invece privilegiata una politica finalizzata all'obiettivo di incremento di produttività e delle attività dei dipendenti già in forza, grazie ai nuovi prodotti definiti dal piano editoriale di sviluppo, oltre ad aver assorbito ulteriori attività in precedenza in outsourcing. Con un monitoraggio sul turnover si è passati a una fase di revisione organizzativa, che ha interessato sia le micro-attività sia i macro progetti, nell'ottica di ottimizzare le risorse e canalizzarle sulle nuove attività, soprattutto digitali.

7.2 Principali rischi

Il processo di insourcing delle attività e il riassetto organizzativo comportano la necessità di un'accentuata mobilità interna che, da un lato, comporta un rischio connesso all'attività di riconversione delle professionalità presenti all'interno, dall'altro può determinare problematiche di natura contrattuale sul fronte della gestione del personale (es. orario amministrativo vs orario su turni, accordi di secondo livello, ecc.). A tal fine, sono state realizzate attività di formazione, informazione ed addestramento utili a sviluppare le competenze necessarie per lo sviluppo del business e a supportare l'azione di mobilità interna, attraverso la necessaria riconversione delle professionalità.

La ricerca di efficienza nell'ambito dei processi aziendali e l'attenzione alle tematiche inerenti il costo del lavoro sono motivo di continuo confronto con le controparti sindacali e possono comportare rischi correlati alle eventuali azioni che, nell'ambito del processo di negoziazione, le rappresentanze sindacali ritengano di dover intraprendere. In generale, per la gestione di tali aspetti, il Gruppo ritiene fondamentale la definizione di specifici accordi sindacali in merito all'utilizzo di ammortizzatori sociali, alla ridefinizione di aspetti inerenti la contrattazione siglata tra datore di lavoro e organizzazioni sindacali e/o volti a condividere le azioni di razionalizzazione dei processi individuati.

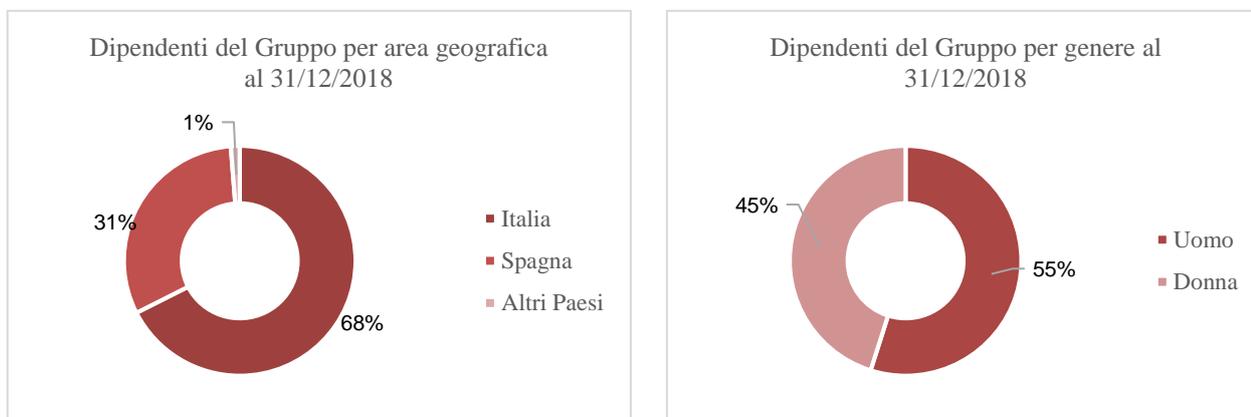
Infine, nell'area giornalistica e dell'informazione esistono circostanze nelle quali il personale aziendale può trovarsi ad operare in aree a rischio per la propria incolumità fisica. In questi casi vengono adottate misure di valutazione e gestione del rischio che sono dettate da una specifica regolamentazione aziendale, che definisce il processo di valutazione, autorizzazione e gestione della permanenza del personale in tali aree pericolose. Le strutture aziendali, ove necessario con il supporto di fornitori esterni specializzati e l'uso di appositi strumenti operativi ed assicurativi, seguono il personale durante tutta la trasferta. Sono altresì previste azioni formative ed informative al fine di fornire al personale tutte le informazioni necessarie a svolgere la propria attività nelle condizioni di maggior sicurezza.

7.3 Modalità di gestione

Nell'ambito dell'attività di gestione del personale, vengono applicate le normative del lavoro delle nazioni di riferimento e i contratti collettivi di lavoro. Dal punto di vista interno costituiscono invece un fondamentale riferimento, per l'attività di gestione del personale, il Codice Etico, le Policy di Sostenibilità e le politiche praticate, le procedure aziendali e tutta la contrattazione con le organizzazioni sindacali.

Per ricevere da parte dei lavoratori eventuali segnalazioni inerenti l'applicazione delle disposizioni aziendali, il Codice Etico prevede canali di comunicazione specifici verso il vertice aziendale o, ove previsto, verso l'Organismo di Vigilanza. Con riferimento al presente esercizio di rendicontazione, non sono emerse segnalazioni specifiche.

L'attività di gestione del personale si articola su incontri periodici con responsabili, singoli lavoratori e rappresentanze sindacali che costituiscono momenti formali per la raccolta di indicazioni e segnalazioni di vario genere (gestionali, organizzative, di processo, amministrative, di sviluppo competenze e formazione).



Nel 2018 il numero di dipendenti è stato pari a 4.044⁶ unità e si è ridotto di 48 unità (-1,2%) rispetto all'anno precedente, a seguito di una dinamica determinata da un lato da azioni di efficienza, dall'altro da interventi mirati al potenziamento dell'offerta editoriale e allo sviluppo degli asset digitali, dalla nascita della casa editrice Solferino (in cui sono confluite le risorse di Cairo Publishing) e dalla nuova linea di business del Gruppo RCS, RCS Academy, oltre ad operazioni di stabilizzazioni e gestione del turnover. La quasi totalità dei dipendenti (96%) è assunta con contratto a tempo indeterminato; nel 2018 il numero di dipendenti con contratto a tempo determinato si è ulteriormente ridotto a fronte della trasformazione della forma contrattuale in tempi indeterminati e della riorganizzazione delle redazioni di alcune società (edizioni locali del *Corriere della Sera*).

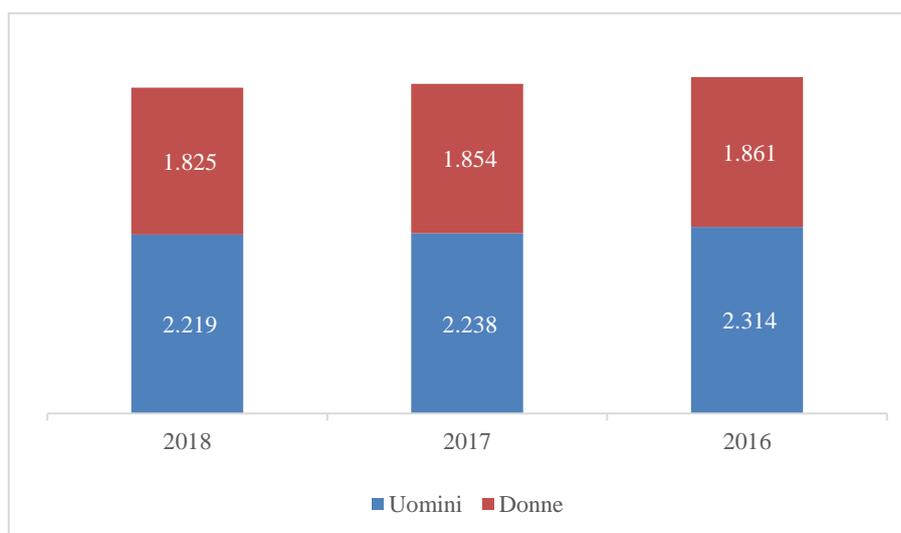
Nel periodo di rendicontazione, il tasso di turnover⁷ in uscita registra una lieve diminuzione attestandosi al 5% (6% nel 2017), come pure il tasso di turnover in entrata è rimasto quasi invariato registrando una leggera riduzione ed attestandosi al 3% (4% nel 2017)⁸.

⁶ L'organico indicato si riferisce al numero puntuale dei dipendenti presenti alla fine del periodo di rendicontazione di riferimento, considerando che eventuali dipendenti assegnati ad altre sedi/business unit sono conteggiati nella società di appartenenza amministrativa e non nella società di destinazione. In particolare, il numero puntuale si riferisce al numero di teste al 31/12/2018.

⁷ Il turnover comprende unicamente i lavoratori assunti a tempo indeterminato, ed è calcolato considerando al denominatore il totale dei dipendenti al 31/12 del medesimo anno, suddivisi per genere.

⁸ Il Gruppo si avvale inoltre di lavoratori non subordinati, quali agenti e collaboratori.

Di seguito il trend dei dipendenti per genere nel triennio 2016⁹ - 2018.



7.4 Pari opportunità

Il Gruppo ritiene che i lavoratori costituiscano un asset determinante e un fattore chiave di successo nell'ambito del proprio contesto di mercato, all'interno del quale la diversità di genere e di pensiero è considerata un elemento da valorizzare in quanto fonte di arricchimento culturale e professionale.

Allo stato attuale, non sono evidenti significativi rischi in ambito di pari opportunità. Il Gruppo ritiene comunque di dover mantenere un costante ed elevato livello di attenzione alle problematiche inerenti la diversità, ponendosi costantemente l'obiettivo di diffondere una cultura aziendale che contrasta ogni forma di discriminazione (tra cui, a titolo non esaustivo: età, genere, orientamento sessuale, stato civile, religione, lingua, origini etniche o nazionali, disabilità fisiche o mentali, stato di gravidanza, di maternità o paternità, opinioni politiche, attività sindacale), con il fine di assicurare la prevenzione di eventuali episodi in contrasto con i principi aziendali. A tal fine, all'interno del Codice Etico e della Politica di Sostenibilità sono condannati e contrastati tutti gli atteggiamenti discriminatori.

In particolare, in fase di selezione, di definizione della remunerazione e di sviluppo delle opportunità di crescita professionale, il Gruppo opera coerentemente con le competenze, capacità ed esperienza professionale delle persone, garantendo quindi l'applicazione del principio di pari opportunità. A fine 2018 le donne nel Gruppo sono pari al 45% dei dipendenti, in linea con gli esercizi precedenti.

Dipendenti per qualifica (n.)	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	90	22	112	88	20	108	91	20	111
Quadri	190	140	330	193	145	338	206	147	353
Impiegati	835	1.006	1.841	847	1.032	1.879	881	1.040	1.921
Direttori di Testata	35	15	50	38	14	52	38	14	52
Giornalisti	857	620	1.477	858	621	1.479	887	616	1.503
Operai	212	22	234	214	22	236	211	24	235
Totale	2.219	1.825	4.044	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175

⁹ Nei dati 2016 posti a confronto non sono state incluse le società uscite dal Gruppo RCS a seguito della cessione di RCS Libri

Si segnala che nel corso del periodo di rendicontazione, non sono stati segnalati all’Organismo di Vigilanza o alla Direzione Risorse Umane episodi di discriminazione.

A testimonianza dell’attenzione sul tema delle pari opportunità, si segnala che la società La7 è stata coinvolta già dal 2017 nei lavori della Commissione parlamentare d’inchiesta sul “femminicidio”. Il 6 febbraio 2018 è stata approvata la Relazione finale sul femminicidio, nonché su ogni forma di violenza di genere dalla Commissione stessa.

7.5 Sviluppo delle competenze

Per il Gruppo, lo sviluppo delle competenze è il tema fondamentale per garantire il continuo allineamento delle risorse agli obiettivi aziendali di business. In quanto Gruppo prevalentemente basato sul contributo professionale (intellettivo e immateriale) del personale, lo sviluppo delle competenze è necessario per l’evoluzione delle attività e dei prodotti e servizi offerti, in particolare nell’attuale processo di progressiva digitalizzazione.

L’azienda si fa promotrice degli interventi gestionali necessari a supportare tale sviluppo, con l’obiettivo sia di allineare le competenze manageriali e tecnico-professionali delle risorse agli obiettivi di business, sia di valorizzare il personale per rispondere a necessità di evoluzione delle strutture aziendali e delle sfide del mercato esterno. Sviluppare una competenza aziendale solida aiuta preventivamente a gestire i rischi che derivano dalla perdita di know-how e di capacità di gestione, cogliendo le opportunità di business per il Gruppo.

Nel periodo di rendicontazione si confermano svolti i corsi obbligatori di salute e sicurezza e i corsi di aggiornamento normativi necessari; inoltre si evidenzia una crescita nelle ore di formazione totali rispetto al 2017, in quanto relativamente al Gruppo RCS sono state ripristinate le attività formative manageriali che nel precedente periodo di rendicontazione erano state temporaneamente sospese. In La7 è stato avviato, nella seconda metà del 2018, un piano di formazione specialistica, che si concluderà nel 2019, e che ha comportato una crescita delle ore di formazione erogate.

Nella tabella di seguito riportata si illustrano le ore di formazione per tipologia di corso erogato:

Ore di formazione per tipologia di corso (n.)	2018	2017	2016
Formazione manageriale	1.007	790	6.689
Formazione specialistica in tema giornalistico/artistico	8.401	3.183	5.317
Formazione lingue straniere	12.579	17.568	18.553
Induction per i nuovi assunti	168	10	10
Salute e Sicurezza (obbligatoria)	8.929	2.451	3.882
Anti corruzione (Modello 231)	776	78	147
Altro (formazione tecnica specifica per funzione)	3.001	3.794	6.878
Totale	34.861	27.874	41.476

7.6 Dialogo con le parti sociali

Gli obiettivi generali che sono perseguiti nella tutela dello sviluppo delle competenze afferiscono all'esigenza di promuovere una cultura aziendale e manageriale che sia improntata alla capacità di realizzare prodotti di qualità e innovativi in un contesto di ricerca di efficienza e di recupero dei costi generali. Sviluppare una competenza aziendale solida aiuta preventivamente a gestire i rischi che derivano dalla perdita di know-how e di capacità di gestione nell'ottica di raggiungere gli obiettivi che l'organizzazione si è posta. In un contesto come questo, il dialogo con le parti sociali è una componente da cui trarre ispirazione per trovare soluzioni idonee a problematiche complesse che spesso devono essere affrontate e risolte nello spazio di poche ore per non rallentare il funzionamento della macchina operativa.

Il dialogo con le parti sociali consente all'azienda e ai lavoratori di partecipare ai diritti di negoziazione e consultazione stabiliti dalla legge. Il dialogo si realizza con un'interlocuzione costante dei lavoratori attraverso organi rappresentativi quali i comitati aziendali. Il dialogo con le parti sociali ha il suo maggiore impatto sulla negoziazione collettiva, stabilendo condizioni di lavoro nell'azienda che sono vincolanti per entrambe le parti. Nell'attuale contesto, i rapporti quotidiani con i sindacati rivestono particolare importanza, al fine di comunicare costantemente e preventivamente le problematiche legate al business che possono impattare sui lavoratori. I diversi accordi di contrattazione collettiva prevedono stretti termini di preavviso nel caso di cambiamenti operativi significativi che potrebbero influenzare sensibilmente i dipendenti. Tali termini variano da 72 ore nel caso del Contratto Nazionale dei Giornalisti a 15 giorni nel caso dei contratti grafici e poligrafici¹⁰ e nei contratti collettivi nazionali spagnoli.

La percentuale di dipendenti coperta da accordi collettivi è del 96%¹¹.

In Spagna, l'interlocuzione con gli organi di rappresentanza delle parti sociali ha portato alla definizione di un Piano di Uguaglianza volto a regolare i principi di non discriminazione e pari opportunità, diffondendo una cultura aziendale impegnata all'uguaglianza cercando la riconciliazione tra famiglia, lavoro e vita personale. E' stata a tal fine costituita una commissione aziendale per le pari opportunità formata congiuntamente dai rappresentanti dei lavoratori e dell'azienda, in cui partecipa anche l'area di prevenzione dei rischi professionali.

¹⁰ In base alla previsione contrattuale più simile in tale contratto collettivo: si tratta di quella contenuta nell'art.8 - parte prima - che disciplina, nel caso di modifiche di natura tecnologica, l'esaurirsi della procedura 15 giorni prima dell'introduzione operativa

¹¹ Sono esclusi dagli accordi collettivi i dipendenti di Sfera France SAS, RCS Sports and Events DMCC, Sfera Editores Mexico S.A., l'89% dei dipendenti di Sfera Editores Espana S.L. e il 7% dei dipendenti del gruppo Unidad Editorial

7.7 Salute e Sicurezza

Il Gruppo pone da sempre fra le proprie priorità l'integrità della salute e del benessere dei propri dipendenti, dei collaboratori e di tutti i business partner. La gestione delle questioni relative alla sicurezza e alla tutela della salute è prioritaria per il Gruppo.

Restano tuttavia presenti alcuni rischi, derivanti da determinati processi produttivi, dal lavoro dei dipendenti, dei giornalisti, e dalla realizzazione di eventi o manifestazioni sportive, che il Gruppo si impegna a prevenire e ridurre attraverso un continuo monitoraggio e l'attuazione di interventi strutturali, organizzativi e formativi. Mantenere salubri e sicuri i luoghi di lavoro; identificare e ridurre l'uso di materiali e/o processi che possono avere impatti negativi sulla salute e sicurezza delle persone; integrare gli aspetti di salute e sicurezza nella pianificazione delle strategie e delle attività ad ogni livello del processo decisionale aziendale; sensibilizzare e coinvolgere i dipendenti negli sforzi che il Gruppo compie per tutelare al meglio la salute e la sicurezza delle persone e comunicare all'esterno la propria politica, gli obiettivi e gli sforzi compiuti; essere in conformità con tutte le leggi, con le politiche e gli standard in materia di salute e sicurezza; promuovere la sensibilizzazione nei confronti della salute e della sicurezza delle persone anche al di fuori del Gruppo sono le attività principali che vengono svolte da Cairo Communication S.p.A e dalle sue controllate.

I potenziali rischi connessi alle attività del Gruppo che possono avere impatti sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro possono essere ricondotti a due tipologie: rischi che possono potenzialmente dar luogo ad infortuni sul lavoro (uso di attrezzature, movimentazione di carichi, guida di automezzi, etc.) e rischi che possono dar luogo a malattie professionali (esposizione a sostanze e prodotti chimici, a campi elettromagnetici, a rumore, posture incongrue, microclima, lavoro a videoterminale ecc.). A questi si aggiungono i rischi, di diversa natura, legati al tragitto casa-lavoro, che possono dar luogo ai cosiddetti "infortuni in itinere", che non trovano alcuna correlazione diretta con l'attività lavorativa.

In Italia e Spagna il Gruppo rispetta le normative locali che prevedono anche l'identificazione, la mappatura e la gestione dei rischi esistenti e l'istituzione di figure preposte alla tutela della sicurezza secondo le rispettive norme vigenti. Sono stati istituiti i Servizi di Prevenzione e Protezione dei rischi sul lavoro, previsti dalle rispettive leggi locali, che hanno il compito di identificare i rischi legati alla salute e alla sicurezza dei lavoratori (in particolare dei lavoratori più a rischio), portando avanti, congiuntamente con le altre funzioni aziendali responsabili (Risorse Umane, Facility Management e Operations), le azioni atte a eliminare o ridurre in modo significativo tali rischi. Le azioni si traducono in tre tipologie di interventi: strutturali, organizzativi e formativi. Sempre in ottica di eliminare e ridurre il numero di infortuni, risultano determinanti le indagini sulle cause che possono aver generato incidenti sul lavoro, in quanto forniscono informazioni importanti per l'attuazione delle necessarie azioni correttive.

Il Gruppo si avvale anche di policy interne circa la gestione di aspetti di sicurezza con riferimento alla gestione degli appalti e all'organizzazione di eventi sportivi e culturali, soprattutto per gli ambiti del Gruppo RCS.

Per le attività di organizzazione di eventi esterni, il Gruppo si avvale della collaborazione di professionisti e di imprese specializzate in materia, che supportano l'organizzazione aziendale nella pianificazione e nello svolgimento delle attività volte a garantire le corrette condizioni di sicurezza, nel rispetto delle linee guida aziendali e della normativa di riferimento.

L'indice infortunistico del 2018 si conferma relativamente basso, frutto di una continua azione di prevenzione in atto nel Gruppo. L'attenzione costante agli ambienti di lavoro e il corretto svolgimento dei programmi di manutenzione sui macchinari, determinano una significativa riduzione degli infortuni legati al processo produttivo. Tuttavia non si possono escludere alcune tipologie di incidenti, dovuti a cause fortuite (distorsioni, urti, cadute accidentali, ecc.) non direttamente correlabili all'attività lavorativa. Non sono stati accertati casi di malattie professionali, né decessi nel corso del periodo di rendicontazione.

Si riporta di seguito il numero di infortuni per tipologia, genere e Paese per il 2018 e i due esercizi precedenti:

Numero di infortuni	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Sul lavoro	15	4	19	7	3	10	10	7	17
<i>Italia</i>	4	1	5	3	-	3	6	3	9
<i>Spagna</i>	11	3	14	4	3	7	4	4	8
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
In itinere	7	16	23	18	15	33	12	13	25
<i>Italia</i>	4	7	11	9	8	17	8	5	13
<i>Spagna</i>	3	9	12	9	7	16	4	8	12
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Totale	22	20	42	25	18	43	22	20	42

8. Creazione di valore per la comunità

Il Gruppo contribuisce alla creazione di valore per la comunità in cui opera attraverso iniziative rivolte al terzo settore, ai giovani e ai soggetti più deboli della società, sfruttando le diverse piattaforme a propria disposizione. Si tratta di progetti che trattano tematiche rilevanti per i cittadini, tra cui salute, innovazione, cultura, diversity, attenzione all'ambiente, valorizzazione del territorio Italiano e disabilità. Sono descritte nel seguito le iniziative promosse dal Gruppo nel corso dell'anno e che hanno creato un impatto positivo sulla comunità.

CHARITY E EMERGENZE

Buone Notizie – l'impresa del bene: è il settimanale del *Corriere della Sera* dedicato al terzo settore, in edicola gratuitamente ogni martedì a partire dal 19 settembre 2017. La forza, l'energia, la creatività, la professionalità del Terzo settore possono mostrare visioni nuove e proporre un nuovo approccio culturale, economico e sociale al Paese. Nelle pagine dell'inserito, nella nuova sezione web e con l'ausilio dei social si raccontano storie di donne e uomini, volontari, cooperative e imprese sociali, fondazioni, aziende e si parla di innovazione e sostenibilità, nuove economie e nuove professioni, artigianato e agricoltura. Obiettivo è valorizzare enti grandi e piccoli, parlando dei loro problemi e sostenendo le loro battaglie con l'appoggio di un comitato scientifico altamente qualificato e con le firme della redazione del Corriere. Buone Notizie è l'unico giornale distribuito il primo gennaio nelle piazze italiane e disponibile nella versione digital, in un numero speciale dedicato a raccontare il buono avvenuto nell'anno appena terminato.

PRODUZIONE E DIVULGAZIONE DI CULTURA E INFORMAZIONE

Premio Cairo: si è tenuta il 15 ottobre a Milano, nelle prestigiose sale di Palazzo Reale, la premiazione del 19° Premio Cairo, curata dalla redazione del mensile Arte della Cairo Editore, prima rivista italiana e leader del settore per diffusione e autorevolezza. Il Premio Cairo è un'iniziativa dedicata ad artisti under 40 che partecipano con opere inedite. Quest'anno la 19° edizione ha visto la partecipazione di venti artisti selezionati dalla redazione di Arte e il vincitore ha vinto un premio in denaro, una targa di merito e la copertina del numero di Arte di dicembre 2018, oltre ad un ampio servizio all'interno della rivista. Dal 2000 l'editore Urbano Cairo dà l'opportunità ai giovani artisti italiani di esporre le proprie opere - alla presenza di una giuria composta da sette protagonisti del mondo dell'arte contemporanea, più il Direttore di Arte - in un contesto molto prestigioso, che è divenuto, nel tempo, un momento particolarmente atteso da collezionisti, galleristi, giornalisti e artisti.

Premio Arte: nato nel 1984, è una manifestazione riservata agli artisti e agli studenti delle accademie che non hanno esposto in mostre personali di rilievo. L'iniziativa prevede anche l'erogazione di borse di studio a favore di studenti delle Accademie e delle scuole d'indirizzo artistico. Le opere dei finalisti vengono esposte a Palazzo Reale per tutta la durata dell'evento. I finalisti del Premio Arte 2018 hanno dato prova di grande maturità e qualità. Sette i vincitori tra i quaranta finalisti in mostra, nelle differenti categorie: pittura, scultura, grafica e fotografia.

Fondazione Corriere della Sera: cogliere i segnali del cambiamento socio-culturale della società; stimolare il dibattito tra punti di vista differenti nel rispetto di una cultura della democrazia; valorizzare l'immenso patrimonio che il *Corriere della Sera* e le altre testate del Gruppo RCS hanno messo e mettono a disposizione del nostro Paese per un mondo sempre più informato, libero e consapevole attraverso la cura degli archivi storici. La Fondazione *Corriere della Sera* è diventata nei suoi 18 anni di attività un punto di riferimento per il pubblico di Milano, e non solo, grazie a una

vastissima programmazione di appuntamenti, letture, lezioni con circa 1.500 incontri, 3.000 relatori italiani e stranieri e un pubblico di circa 600.000 persone. Ha inoltre organizzato circa 60 mostre, soprattutto dedicate al patrimonio grafico del *Corriere della Sera* e del supplemento domenicale “La Lettura”. Un impegno che riflette, ogni giorno, una grande passione civile: quella a difesa della libertà delle idee.

La Lettura: l’inserito culturale del *Corriere della Sera* che fa dell’apertura e della contaminazione i propri tratti distintivi, porta dalle sue pagine nel mondo reale dibattiti sui nuovi linguaggi, sui libri e la narrativa, sull’arte, organizzando mostre ed eventi per il pubblico. Ultima tra tutte “La Lettura 360” è stata ospitata nel 2018 in Triennale con grande successo di pubblico e dedicata alle copertine de La Lettura nei suoi sette anni di attività. La testata ha inoltre un vitale riverbero nei principali avvenimenti culturali italiani e organizza incontri – tra gli altri - in occasione dei saloni e delle fiere dedicate al libro.

IPremi: *Corriere della Sera* incoraggia il giornalismo rigoroso, competente, appassionato e d’inchiesta con il Premio Roberto Stracca rivolto ai giornalisti under 30 della scuola di giornalismo Walter Tobagi e il Premio Internazionale Maria Grazia Cutuli.

Gazzetta Sports Awards: sono i riconoscimenti che celebrano i campioni che si sono distinti per prestazioni sportive e fair play, attribuiti da *La Gazzetta dello Sport* con il patrocinio di Coni e Comitato Italiano Paralimpico, attraverso una giuria di qualità che, tenendo conto dei voti dei lettori, sceglie i campioni delle varie categorie meritevoli, fra le quali figura la categoria atleti paraolimpici, vinta quest’anno da Oney Tapia e Bebe Vio.

“E’ una grande serata di sport e spettacolo, una festa per tutti gli sportivi, e soprattutto una celebrazione dei valori atletici e umani”, ha detto il presidente e amministratore delegato Urbano Cairo. “Grazie alla qualità e all’impegno quotidiano della *Gazzetta*, e grazie all’affetto dei suoi lettori, i *Gazzetta Sports Awards* sono riconoscimenti sempre più prestigiosi e ambiti”.

“Anche quest’anno il grande cuore dei nostri lettori ha inondato di voti la redazione, dimostrando con quanta passione sono seguiti tutti gli sport, calcio, pallavolo, basket, sci, atletica, motori. E abbiamo assegnato due premi allo sport paraolimpico, sempre più seguito dal pubblico e protagonista di importanti vittorie. I nostri oscar crescono a ogni edizione, mettendo in luce il volto migliore dello sport e dei suoi tifosi” ha detto il direttore de *La Gazzetta dello Sport* Andrea Monti.

BiciScuola: progetto legato al Giro d’Italia con l’obiettivo di far conoscere nelle scuole primarie il mondo e i valori del Giro d’Italia avvicinando i giovani all’uso della bicicletta, al fairplay, all’educazione ambientale e alimentare, ai temi della sicurezza e dell’educazione stradale.

CREAZIONE DI VALORE: VALORIZZAZIONE SISTEMA PAESE

L’Economia: il settimanale del *Corriere della Sera* in edicola gratuitamente ogni lunedì, è dedicato alle imprese e alla finanza, elaborando un percorso di racconto della produttività e delle eccellenze dei distretti italiani, con un progetto editoriale articolato e multimediale che coinvolge direttamente il territorio, le aziende e le università. Partendo dall’istituzione di un osservatorio aperto in ciascuna delle regioni protagoniste e coinvolgendo le aziende del territorio, L’Economia raccoglie testimonianze, progetti e idee per lo sviluppo, dando vita a speciali tematici che arricchiscono il

settimanale. A coronamento della ricerca, L'Economia organizza un ciclo di appuntamenti con l'obiettivo di dare voce ai protagonisti e visibilità alla produzione *made in Italy* delle imprese regionali, esaltandone peculiarità e qualità: un tour con tavole rotonde e dialoghi aperti, sempre moderati e arricchiti dalle voci dei giornalisti del *Corriere della Sera*.

L'Italia genera futuro?: l'Economia ha festeggiato il suo primo anno con un evento e uno speciale, a coronamento di un lungo progetto editoriale dedicato alle PMI italiane, presentando i risultati di una ricerca che attraverso cinque focus per cluster tematici ha selezionato le migliori 500 PMI italiane che si sono distinte negli ultimi sei anni per crescita costante, capacità di generare utili e cassa.

TrovoLavoro: è il supplemento di *Corriere della Sera* e L'Economia. Al centro della pubblicazione contenuti di servizio, consigli, informazioni, istruzioni e un'accurata selezione delle offerte disponibili, per guidare al meglio i lettori nell'universo lavorativo.

Cibo a regola d'Arte: un percorso di incontri, laboratori e degustazioni dentro la cultura del cibo, alla scoperta di gusti, maestri e territori. Vengono offerti al pubblico eventi live in alcune città italiane coi migliori chef, educazione all'alimentazione corretta, dibattiti, performance e discussioni culturali in cui il cibo diventa il canale per raccontare la cultura mediterranea. Partendo da una tradizione gastronomica che non rinnega se stessa ma anzi parte e riparte da se stessa per innovarsi.

Corriere Innovazione: raccontare oggi l'innovazione - in particolare in Italia, un Paese dove abbiamo preso coscienza in ritardo della necessità di questo cambiamento – vuole dire fare esattamente il contrario: recuperare la centralità dell'uomo per descrivere non il cambiamento tecnologico ma quali sono le conseguenze sociali, economiche, culturali della digitalizzazione. Per questo il Corriere Innovazione è un mensile di cultura dell'innovazione, ponendo l'accento sul primo termine e sottolineando che per comprendere la velocità del cambiamento oggi c'è ancora più bisogno della "lentezza" di un mensile, un momento di riflessione che aiuti a mettere i pezzi insieme. Niente oggi ci influenza direttamente o indirettamente come il cambiamento digitale. Corriere Innovazione descrive tutti gli aspetti del cambiamento per fornire strumenti di comprensione e per permettere ai lettori la possibilità di formarsi un'opinione propria, così come nella lunga storica tradizione del Corriere della Sera. Il racconto editoriale di Corriere Innovazione nasce dalle pagine della testata e si declina attraverso differenti canali: il sito web, le pagine social, la newsletter e i numerosi eventi organizzati sul territorio.

Il Bello dell'Italia: è un vasto progetto del Corriere della Sera che racconta il nostro paese attraverso la bellezza: un patrimonio di realtà, progetti e visioni. La grande inchiesta "Il Bello dell'Italia" si sviluppa sulle pagine e sul sito del quotidiano, attraversando tutti i territori - città, distretti produttivi, siti protetti, borghi e aree rurali. Il concetto di bellezza è messo a fuoco nella sua accezione più ampia: dal patrimonio naturale e culturale alla sfida della biodiversità, dai centri di ricerca alle botteghe degli artigiani, con grande attenzione alle imprese che puntano sulla creazione e tutela della bellezza italiana

Il Festival dello Sport: il 2018 ha visto la prima edizione di un nuovo grande evento destinato a ripetersi ogni anno, Il Festival dello Sport, che ha tra i suoi obiettivi quello di avvicinare al grande pubblico i volti celebri e i valori dello sport. Nel 2018, all'insegna della parola «Record», Il Festival dello Sport ha fatto il suo esordio a Trento, dall'11 al 14 ottobre, raccogliendo il meglio dello sport nazionale e internazionale in circa 130 eventi nei quali quasi 200 ospiti sono stati intervistati dai giornalisti della redazione, costruendo un grande racconto che il pubblico presente – ben 50mila

persone – ha seguito con passione. Il Festival dello Sport è stata anche un'occasione per avvicinare le persone allo sport praticato, grazie ai campi allestiti nelle piazze della città e con il contributo di allenatori professionisti di prim'ordine. Sono stati quattro giorni magici e intensi, nei quali camminando per le vie di Trento si è potuto respirare l'autentico spirito sportivo, fatto di amicizia, fratellanza e condivisione di valori.

Indagine Famiglie 2.0: a novembre 2018 si è tenuto a Roma il convegno Indagine Famiglie 2.0, organizzato da Sfera, il sistema editoriale del Gruppo RCS dedicato all'infanzia, che si interrogava sulle cause del calo demografico che si delinea ormai come una vera e propria emergenza per l'Italia. L'esito del confronto ha portato all'avvio di un progetto di sistema per individuare soluzioni concrete a sostegno della natalità, grazie all'intervento dei diversi operatori, privati e istituzioni, che hanno già aderito o che vorranno unirsi a questa importante sfida.

Lasette Italia: Lasette Italia è un canale in lingua italiana, originale diverso da La7, dedicato sia agli italiani che vivono all'estero sia agli italiani che risiedono temporaneamente all'estero per motivi di lavoro o personali. Attivo da fine 2015 oggi è diffuso negli Stati Uniti, Canada, Brasile, Australia e Nuova Zelanda. Nel corso del primo semestre 2019 sarà disponibile anche a Dubai-Emirati Arabi. Il canale fa parte di pacchetti Pay TV etnici e viene distribuito via satellite, cavo o IPTV. Lasette Italia offre una programmazione parzialmente in simulcast con il canale di punta La7 ed un profilo di contenuti originali e approfonditi, che raccontano le storie della società italiana moderna, rimanendo consapevoli della sua storia e interpretando il cambiamento. Anche all'estero Lasette Italia conferma un'identità chiara, definita e riconoscibile.

Porte Aperte a La7: Nell'ambito della restituzione di valore alla comunità, La7 ha offerto la possibilità di conoscere da vicino la propria attività attraverso alcune iniziative filantropiche. Grazie ad accordi mirati con l'Università degli Studi di Teramo, La7 ha aperto i propri studi televisivi agli studenti del corso di Giornalismo e Mass Media della Facoltà di Scienze della Comunicazione; le visite si sono svolte in più giornate nel corso dell'Anno Accademico, per soddisfare la numerosa richiesta di partecipazione da parte degli studenti. I diversi incontri sono stati preparati da dipendenti interni La7 con il Professore titolare della Cattedra, centrando via via gli argomenti di maggior interesse per gli studenti; tra i focus trattati: la differenza di scrittura tra un testo giornalistico da pubblicare su piattaforma Web e un testo tradizionale, la differenza tra un articolo destinato alla carta stampata e un testo per un TG in onda sul mezzo televisivo, con particolare riferimento alle caratteristiche stilistiche, di sinteticità, di durata, ecc. Gli studenti sono stati poi accompagnati in un tour esplorativo degli studi televisivi in piena attività, consentendo loro di scoprire luoghi, tecnologie, vecchi e nuovi "mestieri", quindi di approfondire le proprie conoscenze, al fine di consentire loro di compiere scelte più consapevoli per il proprio futuro professionale.

PARI OPPORTUNITA'

La 27esima Ora: il blog al femminile del *Corriere della Sera*. Racconta le storie e le idee di chi insegue un equilibrio tra lavoro (che sia in ufficio o in casa), famiglia e se stesse. Il nome nasce da uno studio secondo il quale la giornata delle donne in Italia dura 27 ore allungandosi su un confine pubblico-privato che diventa sempre più flessibile e spesso incerto. Tempi di multitasking, per scelta e/o per amore. Il blog è curato da giornaliste e giornalisti del *Corriere*, accoglie contributi e spunti di tutta la redazione, ma è soprattutto uno spazio aperto alle lettrici e ai lettori che vogliono condividere avventure e disavventure quotidiane.

Tempo delle Donne: la festa-festival organizzata a Milano da *Corriere della Sera* da un'idea de La 27esima Ora e in collaborazione con IoDonna, Fondazione *Corriere della Sera* e ValoreD. Un momento collettivo di produzione di idee, di sperimentazione, di confronto, che va oltre il giornale per diventare vita vera, esplorazione e proposta. Dopo le inchieste sul Lavoro nel 2014, sulla Maternità nel 2015, su Sesso&Amore nel 2016 e su Uomini&Cambiamento nel 2017, sulla Felicità nel 2018, il tema del 2019 sarà il Corpo. Il Tempo delle Donne si articola in più momenti: l'indagine su un campione di italiani/e, la pubblicazione dei risultati della ricerca e l'inchiesta vera e propria, molteplici incontri di avvicinamento con l'obiettivo di aprire la conversazione a tutta la città. Si conclude in autunno con la tre giorni live: un palinsesto ricco di spettacoli, incontri, inchieste, laboratori, interviste, performance, installazioni, dando vita a più di 100 eventi. Eventi, ma anche giornalismo partecipato con la grande Inchiesta-Live aperta a donne e uomini, ragazze e ragazzi, bambine e bambini: uno spazio di relazione, incontro, formazione, dialogo, divertimento, gioco e pensiero. Centinaia di ospiti per tessere un racconto polifonico sulla felicità, attraverso la testimonianza delle protagoniste e dei protagonisti del nostro tempo, accompagnati da giornaliste e giornalisti del *Corriere della Sera*.

Fondazione Candido Cannavò: giunta al suo decimo anno di attività, la Fondazione Candido Cannavò per lo Sport, nata su iniziativa del Gruppo RCS e sostenuta da direzione e redazione de *La Gazzetta dello Sport*, non ha scopo di lucro e vanta un'intensa attività, nel solco di quella del grande direttore del quotidiano rosa, attraverso impegni concreti in molti ambiti di solidarietà sociale. Lo sport, in questo caso, è un tramite per l'affermazione di valori a beneficio dei più deboli ed emarginati. I settori d'interesse sono vari, come documentato dagli oltre 90 progetti ideati e realizzati dal 2009 ad oggi, con i contributi messi a disposizione del Gruppo RCS, dagli sponsor e da altri compagni di strada che hanno scelto di contribuire alla causa. La Fondazione è da sempre molto attiva nelle carceri, dove realizza e ristruttura impianti come palestre e campi sportivi. Altro campo elettivo d'interesse della Fondazione è il sostegno alle attività sportive degli atleti disabili, per i quali negli anni si sono organizzate, promosse e sostenute molte occasioni agonistico-ricreative, in un clima di comunità al fianco di chi ha più bisogno di aiuto. La Fondazione Cannavò ha statutariamente a cuore anche la lotta contro i disvalori purtroppo presenti nella vasta platea sportiva nazionale, partendo dall'affermazione e della difesa rigorosa delle regole dello sport stesso, contro ogni forma di razzismo, violenza e inciviltà: su questo versante sono da citare il sostegno a grandi progetti educativi di fruizione civile dello sport (come "**Io tifo positivo**") e a straordinarie iniziative rivolte ai più giovani nelle terre di mafia. Di grande significato anche gli interventi a favore del movimento delle donne nello sport, nel senso della valorizzazione storica della loro attività nel nostro Paese, e del varo di campagne nazionali contro le discriminazioni di genere e i pregiudizi. Mostre, esposizioni e pubblicazioni sono servite negli anni ad affermare i valori di base della cultura sportiva.

Il blog InVisibili del Corriere della Sera: denuncia una condizione nella quale troppo spesso vive chi ha a che fare con una disabilità. L'obiettivo del blog è cambiare questa situazione: innanzitutto parlandone, nel modo più chiaro e sereno possibile. Discutendo idee, proposte, progetti per mettere i disabili in condizione di vivere e confrontarsi alla pari. E nello stesso tempo per offrire alla società le risorse dei disabili. Obiettivo è stigmatizzare i comportamenti sbagliati e trovare soluzioni dettate dal rispetto dell'individuo ma anche dal buon senso. Chi non sta abitualmente accanto a persone con handicap, fisico o mentale, non conosce le difficoltà quotidiane che queste devono affrontare. E le enormi fatiche di chi le aiuta e le sostiene. Probabilmente non è insensibilità, è semplicemente ignoranza. Al pari del Canale Disabilità di *Corriere Salute*, questo blog ha le caratteristiche per "intendersi" con i vari software di cui i disabili possono dotarsi per ovviare alla loro specifica limitazione. L'accessibilità per i disabili non è necessariamente sinonimo di complicazione.

SALUTE E ALIMENTAZIONE

Cook: è il nuovo mensile gratuito del Corriere della Sera sul cibo; un mondo che viene raccontato attraverso immagini inedite, reportage fotografici e narratori d'eccezione, esaltandone gli aspetti legati alla cultura. In ogni numero non solo ricette ma anche approfondimenti e inchieste, educazione all'alimentazione sana, oggetti, libri, personaggi e viaggi. Le copertine sono opere di artisti ad hoc: a illustrare la prima pagina del numero speciale natalizio l'artista Quentin Blake.

Corriere Salute: informa la famiglia su tutte le problematiche legate alla salute in modo utile e pratico, garantendo una più che esauriente copertura degli argomenti realizzata dalle fonti più autorevoli. I contenuti riguardano novità scientifiche, scoperte e sperimentazioni cliniche di farmaci, la medicina pratica, il fitness e l'alimentazione. Il tutto trattato con un linguaggio semplice, diretto, non tecnico ma pur sempre rigoroso. Importanti i numerosi forum in cui esperti selezionati ad hoc rispondono alle domande dei lettori e le Tavole del Corriere Salute, una grande enciclopedia medica per tutta la famiglia.

Sportello Cancro: in collaborazione con la Fondazione Umberto Veronesi, un'articolata sezione del Corriere dedicata alla prevenzione e alla cura delle diverse forme di tumore.

Canale Alimentazione: attivo da un anno all'interno del sito *La Gazzetta dello Sport.it*, il Canale Alimentazione fornisce tutte le informazioni per chi pratica sport a livello amatoriale, con i consigli per alimentarsi correttamente, raccontando i nuovi trend e le tecniche di preparazione dei cibi. La sezione contiene anche schede dettagliate dei vari alimenti, rivolgendosi sia a chi vuole perdere peso sia a chi vuole mantenere la linea e soprattutto vuole vivere in salute.

CuidatePlus: è un'iniziativa che conta sull'appoggio e la forza di tutte le società spagnole del Gruppo RCS (Unidad Editorial e controllate), i cui prodotti faranno da altoparlante costante per sensibilizzare la società sui pilastri fondamentali della prevenzione e dell'educazione sulla salute, valore indispensabile per le persone, con l'intento di creare una piattaforma di riferimento e di responsabilità sociale per promuovere la prevenzione. L'obiettivo è sensibilizzare la popolazione ad avere cura di sé in modo responsabile e migliorare le abitudini salutari in tutte le fasi della vita.

Marca Juegadera: in occasione della giornata mondiale contro il cancro al seno, il 19 ottobre, *Marca* ha deciso di tingere di rosa la copertina, per sensibilizzare i lettori sull'importanza della lotta contro questa malattia.

El Mundo: il 19 ottobre 2018 *El Mundo* ha colorato il proprio logo di rosa a sostegno della lotta contro il cancro al seno, inoltre ha pubblicato uno speciale per stimolare la consapevolezza dell'importanza della prevenzione, riportando storie di superamento della malattia e interviste, oltre ad articoli specifici sui primi sintomi, sui fattori di rischio associati a questa malattia e i trattamenti più innovativi.

GREEN

Riciclo di classe: per incoraggiare fin dall'infanzia comportamenti responsabili e uno sguardo attento nei confronti dell'ambiente, *Corriere della Sera* insieme a Conai ha realizzato un programma di educazione ambientale rivolto alle scuole primarie di tutta Italia, con l'obiettivo di sensibilizzare gli studenti alla corretta differenziazione e riciclo dei materiali di imballaggio. In un anno scolastico hanno partecipato 4.500 classi, sono stati coinvolti circa 16.000 studenti e 1.600 sono stati i progetti realizzati con il recupero e il riciclo dei materiali.

Economia del futuro: un'inchiesta a puntate e un grande evento del settimanale L'Economia, per stimolare un confronto a più voci sul futuro sostenibile delle nostre città e del nostro pianeta, partendo dalle prospettive di sviluppo, rigenerazione e crescita dei settori più coinvolti. A partire dal mese di ottobre 2018, ogni settimana il supplemento economico del Corriere ha approfondito le principali aree tematiche legate alla sostenibilità toccando i temi del riciclo, della mobilità, dell'alimentazione, degli investimenti, dell'edilizia e dell'energia. L'Economia ha organizzato un incontro raccogliendo alla Triennale di Milano sei esperti così da rappresentare ciascuna tematica, in un confronto aperto per condividere linee guida ed esperienze dirette per indirizzare le nostre città verso un avvenire sostenibile.

Ride Green: è il progetto del Giro d'Italia dedicato alla salvaguardia dell'ambiente. Con l'aiuto delle società locali si è garantito che i rifiuti raccolti in modo differenziato fossero avviati al riciclo e quindi trasformati in materia prima. I cittadini, gli addetti ai lavori e i media coinvolti sono stati sensibilizzati sulle tematiche ambientali. Il progetto, unico nel suo genere, intende veicolare un messaggio importante attraverso i canali mediatici che seguono il Giro d'Italia sul territorio a livello nazionale ed internazionale: la salvaguardia dell'ambiente e del paesaggio. Durante tutte le tappe del Giro d'Italia è stata realizzata la raccolta differenziata di tutti i rifiuti prodotti durante la manifestazione nelle aree di pertinenza della stessa, cercando di minimizzare i rifiuti non recuperabili.

Marca in Verde: in occasione della giornata sull'ambiente, il 5 giugno 2018 *Marca* si è tinta di verde, uscendo con un supplemento per sensibilizzare il pubblico al rispetto del pianeta. Il 10% del ricavato della vendita del quotidiano è stato devoluto al WWF per la riforestazione di un parco a sud di Madrid.

El Mundo: in occasione della giornata dell'acqua, il 22 marzo 2018 *El Mundo* ha pubblicato uno speciale per sensibilizzare alla conservazione di questo bene. L'attenzione si è concentrata sulle infrastrutture verdi e sulla gestione delle risorse, di modo che l'acqua possa raggiungere le aree più penalizzate. Inoltre, in occasione della giornata dell'ambiente, il 5 giugno 2018 *El Mundo* ha pubblicato uno speciale per sensibilizzare alla lotta contro l'accumulo di plastica sul pianeta e per esprimere dubbi circa il fatto che gli accordi internazionali sul clima garantiscano o meno la sostenibilità.

IMPEGNO SULLA TV E WEB

Giornata della memoria: Enrico Mentana ha presentato su La7 un'intera prima serata dedicata alla memoria della shoah, intervistando la neo senatrice Liliana Segre e introducendo il documentario "Tutto davanti a questi occhi" di Walter Veltroni, contenente il commovente racconto di Salmi Modiano, sopravvissuto ai campi di sterminio nazisti.

Atlantide: La7 ha ripercorso, attraverso il programma di Andrea Purgatori una serie di documentari di elevato valore culturale, temi della storia italiana recente: il caso Moro, Emanuela Orlandi, Ustica, Moby Prince e Terra dei fuochi. Una serata è stata dedicata alla memoria di Peppino Impastato nell'anniversario della morte. Ha inoltre presentato documentari culturali sull'arte di Caravaggio, sulle basiliche di Roma e sugli Uffizi di Firenze.

Pink is Good: la nuova edizione della produzione a cura della Fondazione Umberto Veronesi, in onda su La7d, incentrato sul racconto di storie di donne malate di cancro al seno, del loro percorso psicologico e della loro preparazione atletica in vista delle maratone di Amsterdam e di New York.

L'Ora della Salute: una nuova edizione del programma promosso dalla Fondazione Umberto Veronesi e dalla Teva, volto a garantire valide informazioni sul piano scientifico e della ricerca.

Iniziative di La7 in ambito digital:

Periodo	Progetti sostenibili 2018 sugli spazi digital de La7	Attività negli spazi digital de La7
2018	Atlantide	Property dedicata su La7.it Lanci social su fanpage La7
2018	L'ora della salute	Property dedicata su La7.it Lanci social su fanpage La7
gen-18	Tieni d'occhio la vista, il glaucoma la mette a rischio	Pagina dedicata su La7.it
gen-feb18	Giornata della memoria - Mentana presente 'Razza umana'	Pagina dedicata su La7.it
gen-dic18	Banco dell'Energia	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv)
feb-18	FAI - Ricordati di salvare l'Italia #TuChePuoiFai	Visibilità alle giornate FAI con una property dedicata a tutte le iniziative SMS solidate e Iscrizione http://www.la7.it/fai/
mar-18	AIL Uova di Pasqua	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv) e pagina dedicata su La7.it
apr-18	Fiori d'azzurro - Telefono Azzurro in piazza contro gli abusi su bambini e adolescenti	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv) e pagina dedicata su La7.it
mag-giu18	AIL 5x1000	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv) e pagina dedicata su La7.it
ago-18	World Food Programme: bastano #40cents e un click per combattere la fame nel mondo #ShareTheMeal	Pagina dedicata su La7.it Lancio social su fanpage La7
set-nov18	Pink is good - Fondazione Umberto Veronesi	Visibilità al progetto Brand Content Pink is good con la pubblicazione delle repliche del programma televisivo in una property dedicata http://www.la7.it/pinkisgood Lanci social su fanpage La7 e La7d
ott-nov18	#IOLEGGOPERCHÉ	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv) e pagina dedicata su La7.it
nov-dic18	TGla7 - Un aiuto subito per i boschi devastati del Nordest	Lancio dell'iniziativa dalle pagine di Tgla7.it
dic-18	AIL Stelle di Natale	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv) e pagina dedicata su La7.it

SPOT ED INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE SOCIALE

Associazioni, Fondazioni e Onlus: nel 2018 La7 e La7d hanno promosso gratuitamente iniziative per 112 associazioni, Fondazioni e Onlus. In continuità con il 2017, ai primi posti ci sono AIL (Associazione Italiana contro le Leucemie, i linfomi e il mieloma), FAI e AIRC. Le modalità di comunicazione adottate sono state prevalentemente lo spot e il cartello al termine di blocchi del programma, in tre casi i testimonial sono stati ospitati nei programmi La7 (Gino Strada-Emergency, Vauro-Soletterre, Massimo Wertmuller-MSF).

Nove le associazioni che hanno avuto una doppia campagna spot nell'arco del 2018, tra cui FAI, WWF e Komen. Oltre agli spot, anche i singoli programmi contribuiscono alla sensibilizzazione alle campagne, nell'arco di tutta la trasmissione (diMartedì e PIAZZAPULITA i più attivi con quaranta iniziative promosse tramite cartello, a cui si aggiungono i programmi di prima mattina Omnibus, CoffeeBreak e Meteo). Hanno privilegiato la promozione nei programmi le Onlus: AIL, Save the Children, AIRC, EMERGENCY, INTERSOS e Croce Rossa Italiana.

Tra le prime quindici associazioni no profit: la Fondazione Umberto Veronesi, LIFC e AIL. Tra le nuove entranti si segnala CESVI - campagna “#LiberiTutti” contro il maltrattamento dei bambini in Italia - e Operation Smile - campagna “Dona una vita di sorrisi” per interventi chirurgici gratuiti a favore di bambini con malformazioni facciali. In generale i temi delle campagne maggiormente promossi sulle reti La7 riguardano le malattie e i bambini.

9. Gestione responsabile della catena di fornitura

Il Gruppo ritiene fondamentale la gestione della propria catena di fornitura poiché sono stati esternalizzati a soggetti terzi alcuni servizi particolarmente “core” per il business del Gruppo, rendendo così più determinanti i rapporti di stretta collaborazione con i fornitori. Ci si riferisce in particolare all'esternalizzazione di una parte dei processi di stampa e al processo distributivo, nonché all'acquisto di materie prime legate al processo produttivo (in particolare carta, inchiostri e lastre), nonché alla gestione tecnica del “mux”. Inoltre il Gruppo si avvale del servizio di agenti per la vendita pubblicitaria e collaboratori, questi ultimi in ambito redazionale e nell'ambito di organizzazione di eventi sportivi.

9.1 Politiche praticate dall'organizzazione

Il Gruppo applica nella relazione con i propri fornitori strategici i principi di correttezza e trasparenza, applicando procedure di selezione svolte con imparzialità, secondo regole di selezione che comprendono la verifica di qualità, idoneità tecnica-professionale, rispetto degli standard normativi applicabili ed economicità. La selezione dei fornitori avviene sulla base di criteri economici che attualmente non ponderano specificatamente aspetti sociali o ambientali predefiniti. Nel corso dei prossimi esercizi il Gruppo continuerà ad impegnarsi a considerare, nel processo di selezione dei fornitori operanti nei settori più a rischio, criteri basati su standard di sostenibilità ambientale e sociale. A tal fine, il Gruppo sta avviando un processo, inizialmente previsto per il 2018, volto a considerare questi aspetti nella selezione dei fornitori.

Gli standard contrattuali in uso nelle forniture strategiche del Gruppo prevedono il rispetto da parte dei fornitori del Decreto 231/01 e dei principi etici del Gruppo.

In presenza di rischi specifici, le forniture significative possono prevedere anche la sottoscrizione di apposite clausole relative ad aspetti quali la salute e sicurezza dei lavoratori, il rispetto dei diritti umani, il rispetto della normativa in materia previdenziale, la tutela dell'ambiente, la tutela della proprietà intellettuale, ecc.

9.2 Principali rischi

I rischi legati alla catena di fornitura sono prevalentemente rischi esterni: eventuali impatti negativi causati dai fornitori in merito ad aspetti sociali ed ambientali non sono direttamente controllabili dal Gruppo, se non attraverso un'accurata scelta e una attenta gestione della catena di fornitura. Inoltre, su alcuni tipi di forniture, quali in particolare la carta, il principale rischio è quello legato al mercato oligopolistico: la congiuntura macroeconomica, riducendo i margini di profittabilità delle cartiere, potrebbe portare alla chiusura di alcune di esse accentuando la concentrazione e generando difficoltà nell'approvvigionamento, nonché dipendenza dai fornitori, in particolare per la carta giornale colorata.

Il rischio che il Gruppo influenzi e determini i processi industriali o operativi dei fornitori, sia che si tratti di multinazionali, sia che si tratti di piccole o medie imprese italiane o straniere è limitato e comunque gestito: nella scelta dei fornitori viene, infatti, valutato anche il peso della fornitura richiesta rispetto al volume d'affari del fornitore, al fine di verificare l'impatto economico del Gruppo rispetto al business della controparte, per evitare di sfruttare eventuali condizioni di dipendenza o debolezza dei propri fornitori.

Il processo distributivo viene gestito attualmente per Cairo Editore da SO.DI.P. S.p.A., per RCS MediaGroup in Italia tramite la collegata m-dis Distribuzione Media S.p.A. e in Spagna tramite la controllata Logintegral: i rischi ambientali

prevalenti sono legati alle emissioni di CO₂ per i mezzi di trasporto utilizzati per l'attività di distribuzione, quelli sociali potrebbero derivare dall'eventuale utilizzo di manodopera non in regola o dal mancato rispetto degli orari di lavoro, gestiti comunque attentamente dalla catena distributiva.

9.3 Modalità di gestione

Il Gruppo ha definito una serie di procedure per la gestione del processo di approvvigionamento di beni e servizi che definiscono i ruoli, le responsabilità e i controlli da attuare al fine di garantire che le attività operative siano svolte nel rispetto delle leggi e regolamenti applicabili, del Codice Etico e del Modello 231, ove presente, della società contraente.

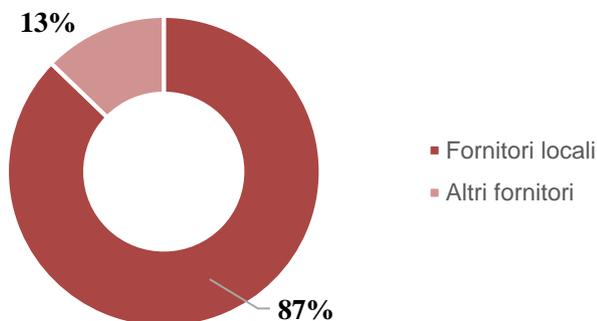
Il processo di selezione dei fornitori è articolato e coinvolge diverse Direzioni aziendali. È definito da una procedura o prassi interna, che prevede che la scelta dei fornitori di beni/servizi deve essere effettuata sulla base di una valutazione complessiva che tenga conto non solo della capacità di assolvere correttamente alle obbligazioni assunte e del rapporto qualità/prezzo, ma anche del grado di affidabilità della controparte. Quest'ultima va valutata in maniera oggettiva sulla base di indicatori quali, ad esempio, la solidità finanziaria, il rispetto delle leggi e dei regolamenti e la capacità di garantire la sicurezza dei dati trattati. Inoltre, i rapporti con i fornitori vengono, per la maggior parte dei casi, gestiti con standard contrattuali, in base ai quali:

- il fornitore dichiara di svolgere la propria attività di fornitura nel rispetto della normativa di riferimento, in particolare per quanto riguarda le tematiche di salute e sicurezza;
- il fornitore attesta la regolarità dei contributi versati ai dipendenti (Documento Unico di Regolarità Contributiva);
- il fornitore dichiara di possedere i requisiti economici e tecnici per lo svolgimento dell'attività oggetto del contratto;
- il fornitore si impegna a prendere visione e a rispettare quanto previsto dai Codici Etici e, ove previsto, dal Modello 231 in Italia, e da standard etici di comportamento in Spagna.

Il Gruppo può richiedere, per l'aggiudicazione dell'appalto, oltre alla normale documentazione prevista nella selezione dei fornitori, anche documentazione specifica di settore al fine di minimizzare il rischio di impatto ambientale e sociale e che, a titolo esemplificativo, comprende:

- l'autorizzazione al trasporto, all'intermediazione e al recupero dei rifiuti;
- le certificazioni qualificanti non obbligatorie (quali ISO 9001, ISO 14001) e lo standard internazionale OHSAS 18001 per un sistema di gestione della sicurezza e della salute dei lavoratori;
- il certificato antimafia (white list) o l'avvenuta richiesta al comune di riferimento.

Di seguito si riporta complessivamente il peso degli acquisti effettuati da fornitori locali nel periodo di rendicontazione in termini di volume. Per fornitori locali si intendono tutti quelli localizzati nello Stato di appartenenza della società del Gruppo acquirente.



In particolare, il peso degli acquisti effettuati in Italia da fornitori locali/italiani è dell'86% e conseguentemente da fornitori esteri è del 14%, mentre in Spagna è, rispettivamente del 91% da fornitori locali/spagnoli e del 9%¹² da fornitori esteri.

Come indicato sopra, le dinamiche di acquisto avvengono prevalentemente all'interno dello stesso Paese. Per gli acquisti dai Paesi esteri, si segnala l'utilizzo di intermediari specializzati a interfacciarsi con Paesi esposti a maggiori rischi sociali ed ambientali. A tali intermediari, il Gruppo richiede la sottoscrizione di ulteriori clausole contrattuali di rispetto di principi etici, quali ad esempio il divieto di sfruttamento del lavoro forzato e del lavoro minorile.

Di seguito verranno delineate le principali tipologie di acquisto da parte del Gruppo e le modalità di gestione in termini sociali e ambientali. Inoltre, per un'indicazione specifica delle tipologie e quantità di materiali utilizzati per la produzione, si rimanda a quanto descritto nel capitolo 10 "Tutela dell'ambiente" della presente DNF.

Acquisto carta

La materia prima maggiormente utilizzata dal Gruppo è la carta, che viene acquistata centralmente sia per i poli produttivi di proprietà sia per i poli produttivi di terzi, in Italia e in Spagna.

L'industria cartaria in Europa è storicamente una delle industrie più attente all'ambiente poiché utilizza risorse rinnovabili che danno origine a prodotti riciclabili: le cartiere devono infatti sottostare a severe regolamentazioni finalizzate alla riduzione massima degli impatti ambientali e le procedure adottate dalle diverse multinazionali negli stabilimenti presenti in diverse nazioni devono pertanto attenersi alle rigide leggi europee e nazionali.

Il Gruppo utilizza i principali fornitori italiani ed europei di carta come Burgo Group, Cartiera del Garda (Gruppo Lecta), Norske, Holmen, UPM, Stora Enso, Papresa Oficinas, operatori di primario standing internazionale in un settore che presenta un contenuto numero di controparti. Tali controparti dimostrano il loro impegno verso l'ambiente attraverso

¹² Sono inclusi anche i dati di Società Sportiva Dilettantistica RCS Active Team-SSD RCS AT a r.l. e a Esfera dos Livros S.L.U.. Sono invece esclusi i dati di Last Lap Organizaçao de eventos S.L. e Informacion Estadio Deportivo S.A. in quanto non gestiti centralmente da Unidad Editorial e poco significativi.

certificazioni di un processo produttivo eco-compatibile (quali, a titolo esemplificativo, certificazione ISO 14001 e/o registrazione EMAS - Eco Management and Audit Scheme) e una comunicazione dettagliata del loro impegno verso l'ambiente.

Acquisto inchiostri

Con riferimento ai rischi legati all'operatività del Gruppo, un'altra delle principali categorie merceologiche è rappresentata dagli inchiostri per stampa del quotidiano e dei suoi inserti. Il Gruppo acquista inchiostro da Sun Chemical, il principale fornitore leader mondiale nella produzione di inchiostri per la stampa. Sun Chemical ha prodotto un bilancio di sostenibilità a testimonianza della forte attenzione alla costante riduzione degli impatti ambientali derivanti dalle sue produzioni. Sun Chemical adotta strumenti all'avanguardia che permettono di guidare nella scelta dei materiali per la produzione allo scopo di ridurre gli impatti ambientali. In ogni modo si evidenzia un impegno costante al rispetto delle leggi locali e a lavorare congiuntamente con il governo e le associazioni industriali di settore.

Catena di distribuzione

Il canale distributivo tradizionale della stampa vede coinvolti quattro soggetti: l'editore, il distributore nazionale, il distributore locale e le rivendite. Il processo distributivo è articolato in quattro fasi: la definizione della tiratura e del piano diffusionale primario di ciascuna testata, il trasporto delle pubblicazioni al distributore locale, la fornitura delle pubblicazioni alle rivendite/edicole e il ritiro delle rese.

Il trasporto ai distributori locali (trasporto primario) è normalmente a carico dell'Editore e assume connotati diversi a seconda della frequenza di uscita della pubblicazione. Nel caso dei quotidiani nazionali, i distributori locali vengono riforniti ogni notte con mezzi che partono dai centri stampa competenti per area diffusionale e sulla base di una successione temporale prevista in base alla distanza del centro stampa e, in alcuni casi, in base all'edizione assegnata. La stampa del quotidiano, che deve essere realizzata in poche ore, viene effettuata infatti contemporaneamente presso più centri stampa dislocati sul territorio nazionale. I quotidiani editi dal Gruppo RCS vengono prodotti in Italia presso i centri stampa di proprietà - Pessano con Bornago, Padova e Roma- o di terzi - Bari, Catania e Cagliari -, mentre in Spagna la produzione viene effettuata solo presso centri di stampa di terzi (Bermont è il principale stampatore).

Nel caso dei periodici e prodotti collaterali, che hanno tempi di stampa più lunghi, il Gruppo RCS ricorre a un unico polo produttivo, mentre Cairo Editore si avvale di poli stampa terzi (Melzo e Pozzo d'Adda, Cernusco sul Naviglio, Treviglio, Bergamo e Salerno). Il trasporto primario viene svolto con mezzi di grandi dimensioni e sempre condivisi con altri editori. A tal proposito non è possibile stimare una misura dei km percorsi specificamente per le testate del Gruppo.

Il trasporto primario è attualmente affidato per Cairo Editore S.p.A. a SO.D.I.P. S.p.A., per RCS MediaGroup in Italia alla società collegata m-dis Distribuzione Media S.p.A. e in Spagna alla società controllata Logintegral. Queste società svolgono il ruolo di distributori nazionali.

Nei contratti che i distributori stipulano con i vettori di trasporto, questi ultimi garantiscono ai committenti che gli automezzi utilizzati nell'esecuzione del servizio siano in regola con le vigenti disposizioni di legge, obbligandosi allo scopo a rispettare i programmi di manutenzione previsti dalla casa costruttrice dei mezzi e ad utilizzare strumenti e attrezzature di proprietà o di cui i vettori si siano procurati la disponibilità. I distributori richiedono che i vettori siano a

conoscenza di tutte le norme vigenti previste relativamente all'esercizio dell'attività di trasporto di merce per conto terzi e che siano in possesso delle necessarie autorizzazioni per lo svolgimento delle predette attività. Analogamente, i vettori garantiscono che il personale subordinato, dipendente diretto e/o indiretto, abbia le caratteristiche attitudinali e i certificati di idoneità richiesti dalle Autorità competenti per poter svolgere le mansioni affidate e si impegnano al rispetto ed all'adempimento, nei confronti dei propri dipendenti o ausiliari, di tutte le norme contrattuali e collettive del settore di appartenenza derivanti da contratti di lavoro nazionali ed integrativi.

I vettori sono tenuti a fornire tutta la documentazione comprovante l'effettivo adempimento delle norme suddette, sia all'atto della stipula del contratto, sia ogni qualvolta gliene venga fatta richiesta scritta.

Le attività di trasporto delle pubblicazioni alle rivendite/edicole e il ritiro delle rese sono svolte dai distributori locali successivamente alla definizione del piano di distribuzione secondario. I distributori locali provvedono alla fornitura dei punti vendita attivi nell'area di competenza del piano diffusionale secondario, che tiene conto delle copie inviate dall'editore e delle esigenze delle rivendite/edicole.

Contestualmente al giro di consegna alle edicole delle copie del giorno, i distributori locali effettuano il ritiro delle copie di resa dei numeri precedenti. Le copie invendute vengono gestite secondo due modalità, ossia in regime di resa certificata (le copie invendute vengono pesate, riversate in cassoni e successivamente ritirate dal maceratore incaricato in funzione del peso di riferimento di ciascun editore) e di resa fisica (le copie invendute vengono conteggiate, riordinate per testata/numero e collocate su bancali per essere spedite presso i centri di raccolta ed essere successivamente ritirate dal maceratore incaricato).

Gestione tecnica del "mux"

Cairo Network, quale operatore di rete, ha deciso di affidare interamente in modalità "full service" la realizzazione e la gestione della rete a un qualificato operatore di settore, EI Towers S.p.A. Tale fornitore ha sottoscritto un contratto con durata pluriennale avente ad oggetto la realizzazione del Mux (ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo dell'infrastruttura di trasmissione, ecc.), fornendo impegni e garanzie volte a garantire il rispetto della normativa di settore. Anche con riferimento alla Spagna per le attività di Radio Marca e del multiplex Veo, si rileva che il servizio di trasmissione è gestito da un distributore nazionale, Cellnex.

10. Tutela dell'ambiente

La salvaguardia dell'ambiente è molto importante per il Gruppo, che indirizza le proprie attività al rispetto dell'equilibrio tra iniziative economiche ed esigenze ambientali, tenendo in considerazione i diritti delle generazioni future. Gli impatti ambientali del Gruppo sono riconducibili in parte ai processi di stampa direttamente gestiti dal Gruppo, in parte alla gestione della catena di fornitura, in particolare per quanto riguarda i processi di stampa presso poli di terzi, il processo distributivo e l'acquisto di materia prima a "alto impatto ambientale" quale la carta nonché alla trasmissione del segnale televisivo di La7.

10.1 Politiche praticate dall'organizzazione

L'attenzione alle tematiche ambientali e l'impegno del Gruppo nella gestione dei propri impatti è cresciuta nel corso degli anni principalmente attraverso:

- l'impiego di tecnologie innovative per utilizzare al meglio le risorse energetiche e naturali;
- l'attenzione e stimolo alla cultura dell'eco-sostenibilità, anche mediante attività di comunicazione interna;
- la promozione di politiche di acquisto sensibili e coerenti alle tematiche ambientali.

L'impegno del Gruppo al rispetto della vasta normativa in vigore per la protezione dell'ambiente e alla riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività è disciplinato da procedure e prassi interne, oltre che in primis dai Codici Etici e dalle Politiche di Sostenibilità. I processi interessati a tali politiche non sono stati solo quelli più strettamente produttivi ma anche quelli presenti in ambiti "no core", come quelli legati alla gestione degli spazi ad ufficio. Inoltre, è presente un sistema di costante monitoraggio attraverso l'analisi di specifici indicatori di *performance* ambientale attraverso i quali il Gruppo si impegna ad esaminare gli impatti delle proprie attività e adeguare le proprie strategie in un'ottica di miglioramento continuo.

10.2 Principali rischi

Il Gruppo monitora costantemente i rischi in materia ambientale in modo da prevenirne e limitarne gli impatti potenziali. I rischi ambientali a cui è esposto il Gruppo comprendono non solo rischi legati ai processi produttivi direttamente gestiti, ma anche prevalentemente rischi generati indirettamente attraverso terzi, sui quali il Gruppo non ha strumenti diretti per indirizzare le sue politiche di efficientamento energetico. Si pensi a titolo esemplificativo alle sedi e agli uffici in cui il Gruppo è locatario di edifici "multitenant" o alle forniture "strategiche" di carta o ai processi di stampa. In tali casi, può agire solo indirettamente, attraverso una scelta accurata dei fornitori e attraverso la condivisione delle proprie politiche ambientali. Per i rischi legati alla catena di fornitura e alle relative modalità di gestione, si rimanda al capitolo 9 della presente DNF. D'altra parte, nei casi di produzione svolta internamente il Gruppo può adottare delle politiche per la riduzione del proprio impatto ambientale, monitorando indicatori di performance specifici per verificare il raggiungimento di target prestabiliti.

I rischi di impatto ambientale legati agli uffici, seppure ridotti rispetto a quelli dei siti produttivi, sono costantemente monitorati dalle direzioni di riferimento e mitigati da prassi operative volte alla costante diminuzione dell'impatto ambientale del Gruppo.

10.3 Modalità di gestione

Le iniziative e attività sviluppate nel corso del 2018 sono in gran parte il proseguimento di quanto messo in atto negli anni precedenti, rinnovando il proprio impegno in un'ottica di ottimizzazione di tutti i processi aziendali, sia per quanto riguarda i consumi e i rifiuti di materiali provenienti dai processi produttivi, sia per quanto riguarda i consumi energetici nelle sedi e negli uffici.

Siti produttivi

I processi produttivi del Gruppo sono processi di stampa direttamente gestiti dalla controllata RCS MediaGroup S.p.A. nei tre stabilimenti di Roma, Pessano con Bornago (MI) e Padova. I materiali utilizzati per la stampa sono prevalentemente carta, inchiostri e lastre, il cui consumo dipende dai volumi di produzione. Gli impatti ambientali rilevanti del processo di stampa derivano dall'utilizzo di additivi, solventi e altri chimici: l'utilizzo di tali sostanze risulta in diminuzione e sempre più caratterizzato dalla scelta di componenti a minor impatto ambientale. Si specifica che la carta utilizzata per i processi produttivi è principalmente a base riciclata e pasta legno. Tuttavia, come specificato nel capitolo 9 "Gestione responsabile della catena di fornitura" della presente DNF, il Gruppo si avvale di fornitori particolarmente attenti agli aspetti ambientali.

Nella tabella sotto riportata viene indicato anche il quantitativo di carta e inchiostri consumati per i processi di stampa esternalizzati, dal momento che il Gruppo acquista centralmente queste materie prime anche per poli stampa terzi¹³, inoltre nel capitolo 12 "Allegati" della presente DNF è presentato un maggior dettaglio dei prodotti utilizzati nei siti produttivi. Come emerge dalla tabella, i materiali utilizzati evidenziano consumi in aumento a causa dei maggiori volumi produttivi (a fronte di un maggior numero di prodotti in stampa).

Materiali utilizzati – Siti produttivi¹⁴	u.m.	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Carta	Kg	148.751.368	149.594.997	161.537.791	(843.629)	-1%
Inchiostri	Kg	890.388	830.707	890.701	59.681	7%
Lastre	Nr	1.094.417	1.037.712	1.004.445	56.705	5%
Additivi	Kg	67.200	52.600	69.328	14.600	28%
Solventi	L	41.601	46.082	34.523	(4.481)	-10%
Altri chimici	L	13.427	14.311	37.155	(884)	-6%

Il consumo di energia degli stabilimenti si caratterizza per: consumi diretti di gas naturale e consumi indiretti di elettricità, prevalentemente da fonti non rinnovabili. Inoltre a Roma è stato installato, nel 2011, un impianto fotovoltaico per gli usi del piano uffici (in particolare riscaldamento).

¹³ Il dato inerente l'utilizzo di carta include, oltre ai siti produttivi italiani del Gruppo, i poli di stampa terzi italiani del Gruppo RCS (Bari, Catania e Cagliari), di Cairo Editore (Melzo e Pozzo d'Adda, Cernusco sul Naviglio, Treviglio, Bergamo e Salerno) e spagnoli di Unidad Editorial (di cui Bermont è il principale stampatore). Il dato inerente l'utilizzo degli inchiostri comprende anche i consumi relativi ai poli di stampa terzi italiani (Bari, Catania e Cagliari)

¹⁴ A seguito di un processo di miglioramento del sistema di rendicontazione i dati relativi al 2017 e al 2016, al netto degli additivi, sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente Dichiarazione Non Finanziaria; è stato inserito anche il dettaglio "Altri chimici", precedentemente non incluso. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda alla Dichiarazione 2017, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it

I consumi di gas sono in calo rispetto al 2017, per effetto di interventi di ottimizzazioni e ammodernamento degli impianti di riscaldamento. Il trend dei consumi di energia elettrica è invece influenzato da un lato dai maggiori volumi produttivi (stampa supplementi ed inserti), con il conseguente maggior utilizzo delle rotative, e dall'altro da una revisione delle accensioni e dello spegnimento degli impianti di condizionamento/riscaldamento. Per maggiori dettagli in merito ai consumi energetici si rimanda al capitolo 12 "Allegati" della presente DNF.

Consumi di energia all'interno dell'organizzazione - Siti produttivi (GJ)¹⁵	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Di cui da fonti non rinnovabili	100.180	103.381	99.295	(3.201)	-3%
Di cui da fonti rinnovabili	153	153	153	-	0%
Consumo totale	100.333	103.534	99.448	(3.201)	-3%

Per quanto riguarda i consumi di acqua, prelevata direttamente dal servizio idrico comunale, il Gruppo ha realizzato nel corso del 2017 diversi interventi tecnici per la sistemazione dell'impianto di osmosi nei siti di Pessano e Padova. Tali interventi hanno generato anche nel 2018, effetti positivi nella riduzione dei consumi idrici.

Consumi idrici - Siti produttivi (KLitri)	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Acqua da acquedotto	34.651	39.254	37.401	(4.603)	-12%
Totale	34.651	39.254	37.401	(4.603)	-12%

Altro aspetto rilevante per l'attività dei siti produttivi è la gestione dei rifiuti. Il Gruppo si impegna a operare nel rispetto delle normative locali che, per quanto riguarda l'Italia, si traduce anche in un sistema di tracciatura dei rifiuti (SISTRI- Sistema di controllo della Tracciabilità dei Rifiuti), che permette di monitorare puntualmente i volumi dei rifiuti prodotti intervenendo tempestivamente, ove si rilevasse necessario, con opportuni interventi volti alla riduzione di eventuali sprechi. Il Gruppo conferisce i rifiuti ad aziende specializzate ed autorizzate per il recupero o lo smaltimento. Il metodo di smaltimento è determinato dall'impresa di smaltimento e dal codice CER del rifiuto, in coerenza con le normative di riferimento. I rifiuti pericolosi, che comprendono prevalentemente fanghi di inchiostro e materiale chimici per lo sviluppo delle lastre, risultano sostanzialmente invariati rispetto al 2017. L'aumento della produzione ha invece avuto come conseguenza l'incremento dei materiali destinati al riciclo (principalmente carta). All'interno dei rifiuti non pericolosi rendicontati nel 2018 non è più presente l'alluminio delle lastre, poiché sono messe ora a disposizione dal fornitore in conto lavorazione. Gli scarti di produzione vengono recuperati e gestiti all'interno del processo di macero, che verrà descritto e rendicontato nel paragrafo successivo.

Rifiuti Prodotti - Siti Produttivi (Tonnellate)	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Rifiuti pericolosi	54,7	54,9	48,9	(0,2)	0%
Rifiuti non pericolosi	7.043,3	6.109,5	7.155,7	933,8	15%
Totale	7.098,0	6.164,4	7.204,6	933,6	15%

¹⁵ I fattori utilizzati per le conversioni di energia sono stati pubblicati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) rispettivamente nelle edizioni del 2016, 2017 e 2018.

Sedi e uffici¹⁶

Per quanto riguarda gli uffici, l'impegno del Gruppo, in coerenza con quanto stabilito nei Codici Etici e nelle Policy di Sostenibilità, si è focalizzato nel proseguimento della dematerializzazione dei processi e nelle attività di sensibilizzazione dei dipendenti rispetto all'utilizzo di fotocopiatrici e di stampanti, e all'uso di strumenti informatici che permettano una contrazione nell'uso di materie prime, portando ad una lieve riduzione nei consumi di carta da ufficio. Dall'altra parte i consumi di carta delle redazioni sono influenzati dalla creazione di nuove testate, da progetti legati al rifacimento dei contenuti nell'ottica di avere sempre un prodotto editoriale di qualità, e ad eventi speciali in occasione dei quali il Gruppo aumenta la propria produzione editoriale.

Materiali utilizzati - Uffici e sedi (Tonnellate)	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Carta da ufficio	87	89	94	(2)	-2%

Altro aspetto rilevante per l'attività del Gruppo è la gestione dei rifiuti che riguarda oltre le sedi e gli uffici anche gli scarti di produzione dei siti produttivi (rese da macero) e le rese da diffusione. Il dato più importante si riferisce al recupero della carta derivante dalle copie invendute dalle edicole e quindi rese all'editore (classificate all'interno dei rifiuti non pericolosi). Tutta la carta viene recuperata attraverso la vendita a maceratori specializzati, selezionati tra i principali operatori presenti sul mercato.

L'aumento nei rifiuti pericolosi prodotti è dovuto allo smaltimento di materiale informatico in seguito alla pulizia di un magazzino di Unidad Editorial, che è stato svuotato del materiale obsoleto. Per quanto riguarda le altre tipologie di rifiuti, si segnala che è attivo nelle principali sedi italiane del Gruppo il servizio di raccolta differenziata. E' proseguito anche nel 2018 il progetto avviato da La7 nel 2017, in collaborazione con AMA S.p.a., per la raccolta differenziata di tutti i rifiuti prodotti nelle sedi di Roma.

Rifiuti prodotti - Uffici e Sedi (Tonnellate)¹⁷	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Rifiuti pericolosi	11,6	7,5	3,0	4,1	55%
Rifiuti non pericolosi	32.913,8	35.798,7	33.685,9	(2.884,9)	-8%
Totale	32.925,4	35.806,2	33.688,9	(2.880,8)	-8%

Per quanto riguarda la gestione dei consumi energetici, il Gruppo persegue le azioni finalizzate ad un miglioramento continuo e all'ottimizzazione dei consumi, incluso l'accentramento di alcuni uffici nella sede principale del Gruppo in via Rizzoli 8, Milano. Nel 2018, i consumi del Gruppo risultano in aumento rispetto a quelli dell'esercizio precedente per effetto degli andamenti climatici e dei sistemi di monitoraggio utilizzati. I consumi di gas sono legati al riscaldamento delle sedi minori del Gruppo, dal momento che il gas non è utilizzato nelle tre sedi principali, la differenza deriva dall'aver incluso nella rendicontazione del 2018 una serie di uffici e sedi i cui consumi, nell'anno precedente, non erano

¹⁶ Per il Gruppo RCS sono inclusi anche i dati di Società Sportiva Dilettantistica RCS Active Team-SSD RCS AT a r.l.. Sono invece esclusi i dati di Last Lap Organizaçao de eventos S.L. e Last Lap S.L.

¹⁷ A seguito di un processo di miglioramento del sistema di rendicontazione i dati relativi al 2017 e al 2016 dei rifiuti pericolosi e non pericolosi, sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente DNF, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it. Il dato relativo al macero carta dalla Spagna non è stato incluso perché gestito direttamente dal distributore. I dati delle sedi periferiche di Cairo Communication e Cairo Pubblicità (che complessivamente includono 12 dipendenti) sono stati stimati.

rendicontati¹⁸. Il consumo di energia elettrica è legato principalmente alla climatizzazione e pertanto risente fortemente dell'andamento climatico. I consumi di elettricità di Unidad Editorial hanno registrato una diminuzione grazie agli interventi di efficientamento legati ai nuovi condizionatori installati. Per maggior dettagli in merito ai consumi energetici si rimanda al capitolo 12 “Allegati” della presente DNF.

Consumi di energia all'interno dell'organizzazione - Uffici e Sedi (GJ)¹⁹	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Di cui da fonti non rinnovabili ²⁰	137.401	125.352	128.672	12.049	10%
Di cui da fonti rinnovabili	-	-	-	-	-
Consumo totale	137.401	125.352	128.672	12.049	10%

Per quanto riguarda le risorse idriche, il Gruppo si impegna, così come per i consumi energetici, a promuovere e diffondere un utilizzo consapevole delle risorse idriche, sia negli uffici dove l'utilizzo è principalmente igienico-sanitario, che nei siti produttivi. Nel corso del 2018 i consumi idrici sono fortemente diminuiti (-14%), sia per quanto riguarda le acque sotterranee che per quelle da acquedotto. Si precisa, a questo proposito, che per gli approvvigionamenti di acque sotterranee (uffici di via Solferino) si è riscontrato una sensibile diminuzione giustificata dalla sostituzione dei misuratori preesistenti con misuratori di nuova generazione, più puntuali.

Consumi idrici - Uffici e sedi (KLitri)²¹	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Acque sotterranee	152	228	347	(76)	-33%
Acqua da acquedotto	60.876	70.665	68.055	(9.789)	-14%
Totale	61.028	70.893	68.403	(9.865)	-14%

In conformità con quanto previsto dal Greenhouse Gas Protocol, il Gruppo, sia a livello di sedi e di uffici, sia a livello di siti produttivi, si è impegnato nella riclassificazione delle proprie emissioni secondo due categorie: emissioni dirette (cosiddetto Scope 1) ed emissioni indirette (cosiddetto Scope 2).

¹⁸ Sono state incluse nella rendicontazione 2018 le sedi e gli uffici del Gruppo RCS con sede a: Fano (PU) Corso Giacomo Matteotti, Milano (MI) Via Cefalù, Treviso (TV) Via Calmaggione, Venezia (VE) Sestriere Dorsoduro, Bolzano (BZ) Via Dante, Firenze (FI) Lungarno delle Grazie.

¹⁹ Fattori utilizzati per le conversioni di energia sono stati pubblicati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) rispettivamente nelle edizioni del 2016, 2017 e 2018. Per calcolare il consumo in litri di benzina e diesel per la flotta auto sono stati utilizzati i valori del consumo medio dei modelli riportati nelle schede tecniche delle case automobilistiche.

²⁰ Per l'anno 2018 è stato incluso il quantitativo dei consumi relativi alla totalità della flotta auto, che per gli anni 2016 e 2017 era incluso parzialmente nel consumo totale di energia e interamente nel calcolo delle emissioni dirette (scope 1). I dati 2017 e 2016 del gas naturale sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente Dichiarazione Non Finanziaria, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it in seguito a un conguaglio ricevuto da La7. La variazione ha impatto anche sui dati presentati nella tabella delle Emissioni.

²¹ Il consumo di acque sotterranee si riferisce solo alla sede di via Solferino, Milano. I consumi di acqua prelevata da acquedotto delle sedi italiane del Gruppo sono parzialmente frutto di stime (2% rispetto al consumo totale delle sedi e degli uffici). I dati sono stimati sulla base del consumo medio a m² delle sedi similari. Inoltre si segnala che a seguito di un processo di miglioramento del sistema di rendicontazione, i dati relativi alle sedi e uffici spagnoli per gli anni 2017 e 2016 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente DNF. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda alla DNF 2017, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it.

Le emissioni dirette (Scope 1) sono emissioni da fonti di proprietà o controllate dal Gruppo. Si tratta principalmente di emissioni derivanti dal processo di combustione finalizzato alla produzione di energia termica per riscaldamento all'interno del perimetro operativo del Gruppo e dalla flotta aziendale.

Le emissioni indirette (Scope 2) sono risultanti dalle attività del Gruppo ma generate da fonti di proprietà di terzi. In particolare, in questo caso, si riferiscono ad emissioni di gas effetto serra per la produzione di elettricità.

Le emissioni complessive per il 2018 risultano in linea rispetto al 2017.

Emissioni dirette e indirette (Tonnellate di CO₂e)²²	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta 18/17 %
Emissioni dirette (scope 1)	3.213	3.182	3.121	31	1%
Emissioni indirette (scope 2)					
<i>Emissioni indirette location based</i>	17.329	17.152	17.338	177	1%
<i>Emissioni indirette market based</i>	23.715	22.612	21.802	1.103	5%

Relativamente alle emissioni di Scope 3 (altre emissioni indirette), si segnala che il Gruppo sta avviando un'analisi, inizialmente prevista per il 2018, volta alla valutazione della rilevanza di tali dati e della relativa fattibilità in termini di raccolta e monitoraggio attraverso l'implementazione di un sistema di raccolta dati.

Studi radio televisivi

Per quanto riguarda i rischi ambientali derivanti dalla produzione delle onde elettromagnetiche per le attività di trasmissione dei segnali radiofonici (radio Marca in Spagna) e televisivi (il mux di Cairo Network, utilizzato per i canali La7 e La7d in Italia e la gestione del multiplex Veo in Spagna), il Gruppo gestisce tali rischi in modo differenziato in funzione delle peculiarità locali.

Inoltre, le trasmissioni relative ai collegamenti degli inviati ai programmi avvengono tramite i cosiddetti "zainetti" (sistemi di trasmissione del segnale su rete telefonica 4G) o tramite le cosiddette "Fly" (furgoni dotati di parabola satellitare). Tali strumenti sono gestiti a loro volta da selezionati fornitori che utilizzano tecnologie certificate e conformi a tutte le normative di legge.

Nel corso del 2018 La7 ha provveduto ad affinare ulteriormente i processi volti a ridurre l'utilizzo di plastica e/o materiali inquinanti, aumentando il quantitativo delle contribuzioni audio/video trasferite via rete o etere rispetto a quelle trasportate su supporto fisico (magneto/ottico).

²² I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni dirette sono stati pubblicati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) rispettivamente del 2016, 2017 e 2018. Le emissioni Scope 2 sono calcolate con due metodologie: "Location-based" e "Market-based". L'approccio "Location-based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione medi relativi allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica (fonte dei fattori di emissione: TERNA 2015), mentre l'approccio "Market-based" prevede l'utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. Vista l'assenza di specifici accordi contrattuali (es. acquisto di certificati di Garanzia di Origine), sono stati utilizzati i fattori di emissione relativi ai "residual mix" nazionali (fonte dei residual mix: AIB European Residual Mixes 2015, 2016 e 2017.)

Grazie all'adozione di tecnologie di ultima generazione, è stato inoltre possibile ampliare il sistema di storage interno (che allo stato supera il Petabyte); ciò ha consentito, da un lato, di aumentare in modo considerevole i trasferimenti su file dei contenuti audiovideo tra le nostre sedi e/o da/verso l'esterno (es. major cinematografiche, case di distribuzione, società di produzione televisiva, ecc.) e, dall'altro, di ridurre quasi a zero l'utilizzo dei supporti magnetici.

Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente Dott. Urbano Cairo

11. Tabella di correlazione GRI – materialità

Aspetto rilevante	TEMATICHE GRI	Perimetro degli aspetti materiali	
		Dove avviene l'impatto	Tipologia di impatto
Libertà di espressione, informazione corretta e di qualità	Libertà di espressione (M*)	Gruppo e Business Partner	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
Diffusione dei valori dello sport	Diritto alla partecipazione culturale (M*)	Gruppo e Business Partner	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
Pubblicità responsabile	Marketing ed etichettatura (GRI 417)	Gruppo e Business Partner	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
Accessibilità dell'output e evoluzione digitale	Diffusione dei contenuti (M*)	Gruppo e Business Partner	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
Privacy e data security	Privacy dei clienti (GRI 418)	Gruppo e Business Partner	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
	Tutela della Privacy (M*)		Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
Tutela della proprietà intellettuale	Proprietà intellettuale (M*)	Gruppo e Business Partner	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
Sviluppo delle competenze	Sviluppo e formazione (GRI 404)	Gruppo	Generato dal Gruppo
Dialogo con le parti sociali	Gestione delle relazioni industriali (GRI 402)	Gruppo	Generato dal Gruppo
Attenzione alle tematiche di salute e sicurezza	Salute e sicurezza sul lavoro (GRI 403 ²³)	Dipendenti	Generato dal Gruppo
Attenzione ai temi delle pari opportunità	Occupazione (GRI 401)	Gruppo	Generato dal Gruppo
	Diversità e pari opportunità (GRI 405)		
	Non-discriminazione (GRI 406)		
Creazione di valore per la comunità	Performance economica (GRI 201)	Gruppo e Istituzioni	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
Consumi energetici ed emissioni	Energia (GRI 302)	Gruppo e Fornitori	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
	Emissioni (GRI 305)		
Gestione dei rifiuti	Scarichi e rifiuti (GRI 306)	Gruppo	Generato dal Gruppo
Impiego delle risorse idriche	Acqua (GRI 303)	Gruppo	Generato dal Gruppo
Lotta alla corruzione	Anti-corruzione (GRI 205)	Gruppo	Generato dal Gruppo
Gestione responsabile della catena di fornitura	Pratiche di approvvigionamento (GRI 204)	Gruppo e Fornitori	Generato dal Gruppo e connesso alle sue attività
	Materiali (GRI 301)		
Governance e compliance	Anticorruzione (GRI 205)	Gruppo	Generato dal Gruppo Diretto
	Compliance ambientale (GRI 307)		

Legenda: (*) GRI G4 Media Sector Disclosure

²³ La tematica "attenzione alle tematiche di salute e sicurezza" è risultata rilevante solo in merito ai dipendenti del Gruppo e non alle altre categorie di lavoratori presso le sedi dell'organizzazione. Il Gruppo valuterà la possibilità di approfondire l'analisi rispetto alla significatività degli altri lavoratori non dipendenti, su cui non esercita un controllo diretto.

12. Allegati

Sezione 1: Perimetro

Tabella 1: società incluse e escluse dal perimetro di rendicontazione

Società incluse nel perimetro (Italia)	Società incluse nel perimetro (gruppo Unidad Editorial)	Società escluse perché in liquidazione/non operative	Società escluse perché non rilevanti ²⁴
Cairo Communication S.p.A. Cairo Editore S.p.A. LA 7 S.p.A. Cairo Pubblicità S.p.A. Cairo Network S.r.l. Cairo Publishing S.r.l. Il Trovatore S.r.l. RCS MediaGroup S.p.A. ²⁵ RCS Digital Ventures S.r.l. MyBeautyBox S.r.l. RCS Produzioni S.p.A. RCS Produzioni Milano S.p.A. RCS Produzioni Padova S.p.A. Consorzio Milano Marathon S.r.l. RCS Sport S.p.A. Digital Factory S.r.l. Sfera Service S.r.l. Editoriale Del Mezzogiorno S.r.l. Trovolavoro S.r.l. Digidcast S.p.A. RCS Edizioni Locali S.r.l.	Corporación Radiofónica Informacion y Deporte S.L.U. Ediciones Cónica S.A. Ediservicios Madrid 2000 S.L.U. Editora De Medios De Valencia, Alicante Y Castellon S.L. ²⁶ La Esfera de los Libros S.L. Información Estadio Deportivo S.A. Last Lap S.L. Last Lap Organizaçao de eventos S.L. Logintegral 2000 S.A.U. Unedisa Comunicaciones S.L.U. Unedisa Telecomunicaciones S.L.U. Unedisa Telecomunicaciones de Levante S.L. Unidad Editorial S.A. Unidad de Medios Digitales S.L. Unidad Editorial Informaciòn Deportiva S.L.U. Unidad Editorial Informaciòn Economica S.L.U. Unidad Editorial Formacion S.L.U. Unidad Editorial Informaciòn General S.L.U. Unidad Editorial Juegos S.A. Unidad Editorial Revistas S.L.U. Veo Television S.A.	Diellesei S.r.l. in liquidazione BLEI S.r.l. in liquidazione RCS Factor S.r.l. in liquidazione Canal Mundo Radio Cataluna S.L. Madrid Deportes y Espectáculos S.A.	Edizioni Anabasi S.r.l. Società Sportiva Dilettantistica RCS Active Team–SSD RCS AT a r.l. Sfera Editores Mexico S.A. Sfera France SAS Hotelyo S.A. RCS Sports and Events DMCC Feria Bebe S.L. Sfera Direct S.L. Sfera Editores España S.L. A Esfera dos Livros S.L.U. RCS Sports & Events S.r.l. ²⁷

²⁴ Tali società, a seguito di una specifica valutazione, sono state considerate non rilevanti in quanto, seppur consolidate integralmente, non contribuiscono alla comprensione dell'attività primaria del Gruppo e soprattutto all'impatto prodotto dallo stesso negli ambiti previsti dal Decreto e nei temi materiali identificati.

²⁵ Si segnala che in data 19 novembre 2018, è stato stipulato l'Atto di fusione per incorporazione di RCS International Newspapers S.r.l. in RCS MediaGroup S.p.A.

²⁶ Nel corso del 2018 le società Rey Sol S.L. e Unidad Editorial Informacio Regional S.L. (precedentemente consolidate con il metodo integrale nel Gruppo RCS) sono state fuse per incorporazione in Editora De Medios De Valencia Alicante Y Castellon S.L.

²⁷ Nell'ottobre 2018 è stata costituita RCS Sports & Events, che precedentemente aveva ragione sociale RCS Eventi Sportivi S.r.l., con capitale sociale detenuto al 100% da RCS MediaGroup S.p.A.

Sezione 2: Personale

Tabella 1: Dipendenti per tipologia di contratto e genere; dipendenti suddivisi per tipologia di impiego e genere (GRI 102-8)²⁸

Dipendenti per tipologia di contratto (1/2) (Numero)	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Contratto a tempo determinato	78	76	154	87	89	176	96	83	179
<i>Italia</i>	53	55	108	55	61	116	66	52	118
<i>Spagna</i>	22	18	40	28	25	53	27	28	55
<i>Altri Paesi</i>	3	3	6	4	3	7	3	3	6
Contratto a tempo indeterminato	2.141	1.749	3.890	2.151	1.765	3.916	2.218	1.778	3.996
<i>Italia</i>	1.478	1.145	2.623	1.473	1.149	2.622	1.514	1.163	2.677
<i>Spagna</i>	653	570	1.223	664	582	1.246	687	579	1.266
<i>Altri Paesi</i>	10	34	44	14	34	48	17	36	53
Totale	2.219	1.825	4.044	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175
<i>Italia</i>	1.531	1.200	2.731	1.528	1.210	2.738	1.580	1.215	2.795
<i>Spagna</i>	675	588	1.263	692	607	1.299	714	607	1.321
<i>Altri Paesi</i>	13	37	50	18	37	55	20	39	59

Tabella 2: Dipendenti suddivisi per tipologia di impiego e genere (GRI 102-8)

Dipendenti per tipologia di contratto (2/2) (Numero)	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti full-time	2.200	1.634	3.834	2.219	1.666	3.885	2.298	1.692	3.990
<i>Italia</i>	1.527	1.113	2.640	1.524	1.133	2.657	1.577	1.150	2.727
<i>Spagna</i>	660	485	1.145	677	497	1.174	701	504	1.205
<i>Altri Paesi</i>	13	36	49	18	36	54	20	38	58
Dipendenti part-time	19	191	210	19	188	207	16	169	185
<i>Italia</i>	4	87	91	4	77	81	3	65	68
<i>Spagna</i>	15	103	118	15	110	125	13	103	116
<i>Altri Paesi</i>	-	1	1	-	1	1	-	1	1
Totale	2.219	1.825	4.044	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175
<i>Italia</i>	2.200	1.634	3.834	2.219	1.666	3.885	2.298	1.692	3.990
<i>Spagna</i>	1.527	1.113	2.640	1.524	1.133	2.657	1.577	1.150	2.727
<i>Altri Paesi</i>	660	485	1.145	677	497	1.174	701	504	1.205

²⁸ L'organico indicato si riferisce al numero puntuale dei dipendenti presenti alla fine del periodo di rendicontazione, considerando che eventuali dipendenti assegnati ad altre sedi/business unit sono conteggiati nella società di appartenenza amministrativa e non nella società di destinazione. In particolare, il numero puntuale si riferisce alle teste. Nei dati 2016 posti a confronto non sono state incluse le società uscite dal Gruppo RCS a seguito della cessione di RCS Libri.

Tabella 3: Numero dei nuovi assunti per gruppo di età, genere e area geografica (GRI 401-1)²⁹

Numero dei nuovi assunti	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	35	41	76	28	16	44	37	35	72
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	3	8	11	1	1	2	5	5	10
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	27	21	48	14	14	28	27	29	56
<i>età superiore ai 50 anni</i>	5	12	17	13	1	14	5	1	6
Spagna	26	16	42	30	59	89	25	28	53
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	6	1	7	1	6	7	5	8	13
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	19	12	31	26	52	78	18	19	37
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1	3	4	3	1	4	2	1	3
Altri Paesi	2	5	7	3	1	4	2	5	7
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	1	2	3	-	1	1	1	1	2
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	1	3	4	1	-	1	1	4	5
<i>età superiore ai 50 anni</i>	-	-	-	2	-	2	-	-	-
Totale	63	62	125	61	76	137	64	68	132
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	10	11	21	2	8	10	11	14	25
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	47	36	83	41	66	107	46	52	98
<i>età superiore ai 50 anni</i>	6	15	21	18	2	20	7	2	9

Tabella 4: Numero dei dipendenti che hanno lasciato l'azienda³⁰, per gruppo di età, genere e area geografica (GRI 401-1)

Numero dei dipendenti che hanno lasciato l'azienda	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	41	49	90	67	33	100	71	49	120
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	2	8	10	3	4	7	1	5	6
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	19	23	42	35	21	56	42	31	73
<i>età superiore ai 50 anni</i>	20	18	38	29	8	37	28	13	41
Spagna	43	34	77	54	62	116	110	84	194
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	2	2	4	7	11	6	3	9
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	34	28	62	43	53	96	85	64	149
<i>età superiore ai 50 anni</i>	9	4	13	7	2	9	19	17	36
Altri Paesi	6	5	11	6	3	9	5	9	14
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	1	1	1	1	2	2	2	4
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	4	4	8	4	1	5	3	7	10
<i>età superiore ai 50 anni</i>	2	-	2	1	1	2	-	-	-
Totale	90	88	178	127	98	225	186	142	328
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	2	11	13	8	12	20	9	10	19
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	57	55	112	82	75	157	130	102	232
<i>età superiore ai 50 anni</i>	31	22	53	37	11	48	47	30	77

²⁹ Sono considerati solo i dipendenti a tempo indeterminato.

³⁰ Sono considerati solo i dipendenti a tempo indeterminato.

Tabella 5: Tasso di turnover³¹ (GRI 401-1)

Turnover in entrata (%)	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	2%	4%	3%	2%	1%	2%	2%	3%	3%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	2%	2%	2%	1%	1%	1%	2%	2%	2%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	0%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%
Spagna	4%	3%	3%	5%	10%	7%	4%	5%	4%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	1%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	3%	2%	3%	4%	9%	6%	3%	3%	3%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Altri Paesi	20%	15%	16%	21%	3%	8%	12%	14%	13%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	10%	6%	7%	-	3%	2%	6%	3%	4%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	10%	9%	9%	7%	-	2%	6%	11%	9%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	-	-	-	14%	-	4%	-	-	-
Totale	3%	4%	3%	3%	4%	4%	3%	4%	3%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	2%	2%	2%	2%	4%	3%	2%	3%	2%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	0%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%

Turnover in uscita (%)	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	3%	4%	3%	5%	3%	4%	5%	4%	4%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	1%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	3%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1%	2%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	2%
Spagna	7%	6%	6%	8%	11%	9%	16%	15%	15%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	0%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	5%	5%	5%	6%	9%	8%	12%	11%	12%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1%	1%	1%	1%	0%	1%	3%	3%	3%
Altri Paesi	60%	15%	25%	43%	9%	19%	29%	25%	26%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	3%	2%	7%	3%	4%	12%	6%	8%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	40%	12%	18%	29%	3%	10%	18%	19%	19%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	20%	-	5%	7%	3%	4%	-	-	-
Totale	4%	5%	5%	6%	6%	6%	8%	8%	8%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	1%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	3%	3%	3%	4%	4%	4%	6%	6%	6%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	2%	2%

³¹ Il turnover comprende unicamente i lavoratori assunti a tempo indeterminato ed è calcolato considerando, al denominatore, il totale dei dipendenti al 31.12 suddivisi per genere.

Tabella 6: Numero totale di dipendenti suddivisi per gruppo di età, genere e qualifica (GRI 405-1) ³²

Dipendenti per qualifica (Numero)	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	90	22	112	88	20	108	91	20	111
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	42	5	47	41	6	47	46	9	55
<i>età superiore ai 50 anni</i>	48	17	65	47	14	61	45	11	56
Quadri	190	140	330	193	145	338	206	147	353
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	103	79	182	111	92	203	131	105	236
<i>età superiore ai 50 anni</i>	87	61	148	82	53	135	75	42	117
Impiegati	835	1.006	1.841	847	1.032	1.879	881	1.040	1.921
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	18	32	50	16	41	57	25	52	77
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	535	675	1.210	569	721	1.290	632	758	1.390
<i>età superiore ai 50 anni</i>	282	299	581	262	270	532	224	230	454
Direttori di Testata	35	15	50	38	14	52	38	14	52
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	6	3	9	6	4	10	10	4	14
<i>età superiore ai 50 anni</i>	29	12	41	32	10	42	28	10	38
Giornalisti	857	620	1.477	858	621	1.479	887	616	1.503
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	19	17	36	17	18	35	24	24	48
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	444	366	810	475	376	851	506	380	886
<i>età superiore ai 50 anni</i>	394	237	631	366	227	593	357	212	569
Operai	212	22	234	214	22	236	211	24	235
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	3	1	4	6	1	7	9	2	11
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	123	14	137	137	15	152	150	16	166
<i>età superiore ai 50 anni</i>	86	7	93	71	6	77	52	6	58
Totale	2.219	1.825	4.044	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	40	50	90	39	60	99	58	78	136
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	1.253	1.142	2.395	1.339	1.214	2.553	1.475	1.272	2.747
<i>età superiore ai 50 anni</i>	926	633	1.559	860	580	1.440	781	511	1.292

³² L'organico indicato si riferisce al numero puntuale dei dipendenti presenti alla fine del periodo di rendicontazione, considerando che eventuali dipendenti assegnati ad altre sedi/business unit sono conteggiati nella società di appartenenza amministrativa e non nella società di destinazione. In particolare, il numero puntuale si riferisce al numero di teste. Nei dati 2016 posti a confronto non sono state incluse le società uscite dal Gruppo RCS a seguito della cessione di RCS Libri.

Tabella 7: Rapporto tra il salario medio base e la remunerazione totale delle donne e degli uomini³³ (GRI 405-2)

Rapporto tra il salario medio base delle donne e degli uomini (%)	2018	2017	2016
Italia			
Dirigenti e Direttori di Testata	96%	92%	93%
Quadri	97%	98%	98%
Impiegati	94%	95%	96%
Giornalisti	81%	81%	82%
Operai	93%	96%	94%
Spagna			
Dirigenti e Direttori di Testata	96%	95%	90%
Quadri	86%	87%	87%
Impiegati	89%	84%	84%
Giornalisti	84%	85%	86%
Operai	71%	91%	87%
Altri Paesi			
Impiegati	41%	55%	59%
Giornalisti	49%	55%	55%

Rapporto tra la remunerazione totale delle donne e degli uomini (%)	2018	2017	2016
Italia			
Dirigenti e Direttori di Testata	93%	84%	85%
Quadri	95%	96%	96%
Impiegati	89%	90%	92%
Giornalisti	76%	76%	80%
Operai	81%	89%	89%
Spagna			
Dirigenti e Direttori di Testata	96%	92%	89%
Quadri	88%	87%	86%
Impiegati	91%	85%	84%
Giornalisti	83%	84%	86%
Operai	67%	86%	84%
Altri Paesi			
Impiegati	40%	37%	43%
Giornalisti	49%	49%	49%

³³ Tale percentuale indica il rapporto tra la retribuzione fissa media delle donne del Gruppo rispetto a quella degli uomini, suddivisi per qualifica. Mentre nella seconda tabella viene indicato il rapporto della retribuzione fissa compresa la componente variabile prevista per ciascuna qualifica. La componente variabile, come la componente fissa, utilizzata per la determinazione delle percentuali, non comprende gli oneri previdenziali e il TFR; include le poste retributive variabili di competenza dell'anno. Quando la categoria professionale non è presente significa che in quell'area geografica non sono presenti dipendenti per entrambi i sessi.

Tabella 8: Ore medie di formazione pro-capite per genere e qualifica (GRI 404-1)³⁴

Ore medie di formazione (Numero)	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	7	16	9	5	13	6	10	33	14
Quadri	8	10	9	5	11	7	12	11	12
Impiegati	9	11	10	8	8	8	13	12	13
Direttori di Testata	4	9	5	2	16	6	1	6	3
Giornalisti	7	10	8	5	7	6	6	8	7
Operai	2	1	2	6	3	6	3	4	3
Dipendenti	7	10	9	6	8	7	9	11	10

Tabella 9: Numero di dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione (GRI 102-41)

Dipendenti coperti da accordi collettivi	2018	2017	2016
Numero dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	3.879	3.923	3.997
Totale dipendenti	4.044	4.092	4.175
% di dipendenti coperti	96%	96%	96%

Tabella 10: Tipologia di infortuni, tasso di infortuni (IR), tasso di malattie professionali (ODR), tasso dei giorni di lavoro persi (LDR), tasso di assenteismo (AR) e decessi sul lavoro, per tutti i dipendenti (GRI 403-2)³⁵

Indici infortunistici	2018			2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Indice di Gravità	0,34	0,68	0,49	0,83	0,40	0,64	0,86	0,37	0,64
<i>Italia</i>	0,44	0,66	0,53	0,90	0,45	0,71	1,21	0,26	0,80
<i>Spagna</i>	0,13	0,77	0,42	0,71	0,35	0,54	0,21	0,60	0,39
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di malattie professionali (ODR)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Italia</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Spagna</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni (IR)	6,29	6,96	6,59	7,79	6,60	7,26	6,28	7,14	6,66
<i>Italia</i>	3,37	4,34	3,80	5,98	4,81	5,47	6,08	4,62	5,45
<i>Spagna</i>	12,67	12,49	12,59	11,53	10,08	10,85	6,87	12,09	9,27
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di assenteismo	2%	3%	3%	2%	3%	2%	2%	3%	2%
<i>Italia</i>	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
<i>Spagna</i>	2%	4%	3%	1%	2%	2%	1%	2%	2%
<i>Altri Paesi</i>	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	1%	1%

³⁴ Le ore di formazione sono calcolate come rapporto tra le ore di formazione totali erogate per categoria di dipendente, rapportate all'organico al 31/12.

³⁵ Gli indici infortunistici si riferiscono al solo personale dipendente e sono calcolati come segue:

- Indice di Gravità: (numero totale di ore perse da infortuni / totale ore lavorate) *1.000 - Metodo di calcolo suggerito dal GRI Standard;
- Tasso di malattie professionali (ODR): (numero totale di casi di malattie professionali / totale ore lavorate) *200.000 - Metodo di calcolo suggerito dal GRI Standard;
- Tasso di infortuni (IR): ((numero totale di infortuni + numero totale di decessi) / totale ore lavorate) *1.000.000 - Metodo di calcolo dalla NORMA UNI 7249:2007;
- Tasso di assenteismo (AR): (numero totale dei giorni persi nel periodo / numero totale di giorni lavorativi nel periodo) - Metodo di calcolo suggerito dal GRI Standard.

Nel 2018 non si sono registrati decessi, mentre nel 2017 si era registrato un evento che aveva avuto per conseguenza il decesso di un lavoratore a seguito di un incidente in itinere.

Sezione 3: Gestione responsabile della catena di fornitura

Tabella 11: Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali (GRI 204-1)³⁶

Acquisti da fornitori locali (Milioni di Euro)	2018	2017	2016
Acquisti da fornitori locali	594	678	814
Acquisti totali	681	767	918
Spesa da fornitori locali (%)	87%	88%	89%

Si segnala che i fornitori totali nel 2018 sono stati circa 19.300, di cui fornitori locali circa 17.700, in linea con gli anni precedenti.

Sezione 4: Ambiente³⁷

Tabella 12: Materiali utilizzati dai siti produttivi (GRI 301-1)³⁸

Consumi di materiali – Siti produttivi	u.m.	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Materiali						
Carta	Kg	148.751.368	149.594.997	161.537.791	(843.629)	-1%
Inchiostri	Kg	890.388	830.707	890.701	59.681	7%
Lastre	Nr	1.094.417	1.037.712	1.004.445	56.705	5%
Additivi	Kg	67.200	52.600	69.328	14.600	28%
Solventi	L	41.601	46.082	34.523	(4.481)	-10%
Altri chimici	L	13.427	14.311	37.155	(884)	-6%
Caucciù	n.	1.039	996	927	43	4%
Lavacauciù	n.	85	60	96	25	42%
Filo metallico	Kg	8.127	5.110	6.426	3.017	59%
Nastro adesivo	n. rotoli	7.752	5.561	5.353	2.191	39%
Packaging						
Reggetta in plastica	Km	11.222	12.554	13.974	(1.332)	-11%
Carta termica	fogli	5.942.500	5.592.500	6.297.500	350.000	6%
Cellophane	Kg	72.668	75.597	76.689	(2.929)	-4%
Marcatura inkjet	n. confezioni	198	157	205	41	26%

³⁶ Per fornitori locali si intendono tutti quelli localizzati nello Stato di appartenenza della società del Gruppo acquirente. La percentuale è calcolata come rapporto tra le fatture registrate nell'anno di riferimento al lordo dell'IVA. I fornitori inclusi nel perimetro dell'indicatore includono solo i fornitori attivi con almeno una fatturazione registrata nell'anno di riferimento. Sono inclusi anche i dati di Società Sportiva Dilettantistica RCS Active Team-SSD RCS AT a r.l. e A Esfera dos Livros S.L.U.. Sono invece esclusi i dati di Last Lap organiação de eventos S.L. e Informacion Estadio deportivo S.A. in quanto non gestiti centralmente da RCS Mediagroup S.p.A. e poco significativi.

³⁷ Per quanto riguarda il Gruppo RCS si segnala che sono inclusi anche i dati di Società Sportiva Dilettantistica RCS Active Team-SSD RCS AT a r.l.. Sono invece esclusi i dati di Last Lap Organiação de eventos S.L. e Last Lap S.L.

³⁸ Il dato inerente l'utilizzo di carta include, oltre ai siti produttivi italiani del Gruppo, i poli stampa terzi italiani del Gruppo RCS (Bari, Catania e Cagliari), di Cairo Editore (Melzo e Pozzo d'Adda, Cernusco sul Naviglio, Treviglio, Bergamo e Salerno) e spagnoli di Unidad Editorial (di cui Bermont è il principale stampatore). Il dato inerente l'utilizzo dell'inchiostro comprende anche i consumi relativi ai poli stampa terzi italiani (Bari, Catania e Cagliari). A seguito di un processo di miglioramento del sistema di rendicontazione i dati relativi al 2017 e al 2016, al netto degli additivi, sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente DNF; è stato inserito anche il dettaglio "Altri chimici", precedentemente non incluso. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda alla DNF 2017, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it.

Tabella 13: Consumi di energia interni ed esterni all'organizzazione, suddivisi per "uffici e sedi" e "siti produttivi" (GRI 302-1)³⁹

Consumi di energia interni all'organizzazione - Siti produttivi (GJ)	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Da fonti non rinnovabili					
<i>Gas naturale</i>	34.770	38.003	32.741	(3.233)	-9%
Da fonti rinnovabili					
<i>Fotovoltaico</i> ⁴⁰	153	153	153	-	0%
Energia elettrica acquistata					
<i>Elettricità</i>	65.410	65.378	66.554	32	0%
Consumo totale	100.333	103.534	99.448	(3.201)	-3%
<i>Di cui da fonti non rinnovabili</i>	100.180	103.381	99.295	(3.201)	-3%
<i>Di cui da fonti rinnovabili</i>	153	153	153	-	0%

Consumi di energia interni all'organizzazione – Uffici e sedi (GJ)	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Da fonti non rinnovabili					
<i>Gas naturale</i>	10.315	5.355	6.550	4.960	93%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda (diesel)</i> ⁴¹	12.866	8.868	10.248	3.998	45%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda (benzina)</i>	345	324	336	21	7%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda (ibrida)</i>	25	-	-	-	N.A.
Da fonti rinnovabili					
<i>Fotovoltaico</i>	-	-	-	-	-
Energia elettrica acquistata					
<i>Elettricità</i>	113.851	110.805	111.538	3.046	3%
Consumo totale	137.401	125.352	128.672	12.049	10%
<i>Di cui da fonti non rinnovabili</i>	137.401	125.352	128.672	12.049	10%
<i>Di cui da fonti rinnovabili</i>	-	-	-	-	-

³⁹ I fattori utilizzati per le conversioni di energia sono stati pubblicati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) rispettivamente nelle edizioni del 2016, 2017 e 2018. Per calcolare il consumo in litri di benzina e diesel per la flotta auto sono stati utilizzati i valori del consumo medio dei modelli riportati nelle schede tecniche delle case automobilistiche.

⁴⁰ Il consumo di energia rinnovabile deriva da un piccolo impianto fotovoltaico installato nel sito produttivo di Roma, nel 2011.

⁴¹ Per l'anno 2018 è stato incluso il quantitativo dei consumi relativi alla totalità della flotta auto, che per gli anni 2016 e 2017 era incluso parzialmente nel consumo totale di energia ed interamente nel calcolo delle emissioni dirette (scope 1).

Tabella 14: Emissioni dirette e indirette, per “uffici e sedi” e “siti produttivi” (GRI 305-1 e GRI 305-2)⁴²

Emissioni di CO₂ dirette e indirette – Siti produttivi e Uffici e sedi (Tonnellate di CO ₂)	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Emissioni dirette (scope 1)	3.213	3.182	3.121	31	1%
<i>Da consumi energetici (gas naturale)</i>	2.304	2.146	2.008	158	7%
<i>Da veicoli di proprietà dell’azienda (diesel⁴³, benzina, ibrido)</i>	909	1.037	1.113	(128)	-12%
Emissioni indirette (scope 2)					
Emissioni indirette location based	17.329	17.152	17.338	177	1%
Emissioni indirette market based	23.715	22.612	21.802	1.103	5%

Tabella 15: Intensità energetica (GRI 302-3)⁴⁴

Intensità energetica	u.m.	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Consumi di energia	kWh	62.318.317	60.983.714	60.384.257	1.334.603	2%
Superficie totale delle strutture aziendali	m ²	155.570	154.514	156.097	1.056	1%
Totale	kWh/m²	401	395	387	6	1%

Tabella 16: Rifiuti prodotti internamente per modalità di smaltimento, suddivisi per “uffici e sedi” e “siti produttivi” (GRI 306-2)

Rifiuti Metodi di smaltimento – Siti Produttivi (Tonnellate)	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Rifiuti pericolosi	54,7	54,9	48,9	(0,2)	0%
<i>Recupero, includendo l’energia recuperata</i>	21,9	27,4	15,6	(5,5)	-20%
<i>Smaltimento in discarica</i>	32,8	26,2	30,2	6,6	25%
<i>Altro</i>	-	1,3	3,1	(1,3)	-100%
Rifiuti non pericolosi	7.043,3	6.109,5	7.155,7	933,8	15%
<i>Riciclo</i>	6.472,5	5.583,7	6.615,6	888,8	16%
<i>Recupero, includendo l’energia recuperata</i>	99,4	102,3	135,5	(2,8)	-3%
<i>Smaltimento in discarica</i>	471,4	411,5	400,7	59,9	15%
<i>Altro</i>	-	12,0	3,9	(12,0)	-100%
Totale	7.097,9	6.164,4	7.204,6	933,6	15%

⁴² I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni dirette Scope 1 sono stati pubblicati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) rispettivamente nelle edizioni del 2016, 2017 e 2018. Le emissioni Scope 2 sono calcolate con due metodologie: “Location-based” e “Market-based”. L’approccio “Location-based” prevede l’utilizzo di fattori di emissione medi relativi allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica (fonte dei fattori di emissione per calcolo dati 2018: TERNA 2016; fonte dei fattori di emissione per calcolo dati 2017 e 2016: TERNA 2015). Le emissioni dello Scope 2 calcolate con il metodo Location Based sono espresse in tonnellate di CO₂, la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile su tali emissioni totali di gas serra (CO₂equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento. L’approccio “Market-based” invece prevede l’utilizzo di fattori di emissione definiti su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. Vista l’assenza di specifici accordi contrattuali (es. acquisto di certificati di Garanzia di Origine), sono stati utilizzati i fattori di emissione relativi ai “residual mix” nazionali (fonte dei residual mix: AIB European Residual Mixes 2015, 2016 e 2017.)

⁴³ Per l’anno 2018 è stato incluso il quantitativo dei consumi relativi alla totalità della flotta auto, che per gli anni 2016 e 2017 era incluso parzialmente nel consumo totale di energia ed interamente nel calcolo delle emissioni dirette (scope 1).

⁴⁴ L’intensità energetica è calcolata come rapporto tra i consumi energetici di gas naturale e di elettricità del Gruppo e la superficie totale delle strutture aziendali. Per i siti produttivi è stata considerata la superficie totale lorda mentre per le sedi e uffici la superficie è stata riproporzionata sulla base dell’utilizzo effettivo.

Rifiuti - Metodo di smaltimento Uffici e Sedi (Tonnellate)	2018	2017	2016	Delta 18/17	Delta % 18/17
Rifiuti pericolosi	11,6	7,5	3,0	4,1	55%
<i>Riciclo</i>	9,8	4,4	2,8	5,4	123%
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	0,9	2,0	0,1	(1,1)	-55%
<i>Smaltimento in discarica</i>	0,9	1,1	0,2	(0,2)	-16%
Rifiuti non pericolosi⁴⁵	32.913,8	35.798,7	33.685,9	(2.884,9)	-8%
<i>Riciclo</i>	32.546,1	35.454,4	33.276,8	(2.908,2)	-8%
<i>Compostaggio</i>	9,3	10,5	8,6	(1,1)	-11%
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	333,7	319,5	385,1	14,2	4%
<i>Incenerimento</i>	4,7	7,0	7,0	(2,4)	-34%
<i>Smaltimento in discarica</i>	20,0	7,3	8,4	12,7	173%
Totale	32.925,4	35.806,2	33.688,9	(2.880,8)	-8%

⁴⁵ Nel 2018 in La7 sono state svolte attività di svuotamento e chiusura del magazzino che hanno comportato un ricorso straordinario allo smaltimento dei rifiuti.

13. GRI Content Index

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno
General Standards		
GRI 102: General Disclosures 2016		
Organizational Profile		
102-1	Nome dell'organizzazione	Gruppo Cairo Communication
102-2	Principali marchi, prodotti o servizi (Programmi di conformità a leggi e codici volontari relativi alle attività di marketing)	Pag. 6-8
102-3	Ubicazione della sede principale	Via Angelo Rizzoli, 8 – 20132 Milano
102-4	Ubicazione delle sedi operative	Pag. 6-8
102-5	Assetto proprietario e forma legale	Pag. 11
102-6	Mercati serviti	Pag. 6-8
102-7	Dimensione dell'organizzazione	Pag. 9-10, pag. 42, Relazione Finanziaria annuale
102-8	Dipendenti per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento	Pag. 42, pag. 71
102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	Pag. 57-61
102-10	Cambiamenti significativi nell'organizzazione e nella catena di fornitura	Pag. 4-5, pag. 70
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Pag. 22-27
102-12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	Pag. 17-20
102-13	Partecipazioni ad associazioni di categoria	Pag. 17-19
Strategy		
102-14	Dichiarazione del Presidente	Pag. 3
102-15	Principali impatti, rischi e opportunità	Pag. 22-27, pag. 41, pag. 57-58, pag. 62
Ethics and Integrity		
102-16	Valori, Principi, Standard e norme di comportamento	Pag. 16-17, pag. 24-27
Governance		
102-18	Struttura di Governance	Pag. 21-22, Relazione sulla Corporate Governance
102-22	Composizione dei massimi organi di governo e le sue commissioni	Relazione sulla Corporate Governance I curriculum vitae degli Amministratori, contenenti un'esauriente informativa sulle caratteristiche personali e professionali di ciascuno di essi, sono disponibili sul sito internet della Società.
Stakeholder Engagement		
102-40	Elenco degli stakeholder coinvolti	Pag. 13-14
102-41	Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	Pag. 45, pag. 76
102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	Pag. 13-14
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 13-14
102-44	Aspetti chiave e criticità emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni	Pag. 13-15
Reporting Practice		
102-45	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nel bilancio di sostenibilità	Pag. 70
102-46	Processo per la definizione dei contenuti	Pag. 4-5, pag. 14-15, pag. 69
102-47	Aspetti materiali identificati	Pag. 14-15, pag. 69
102-48	Spiegazione degli effetti di cambiamenti di informazioni inserite nei precedenti bilanci e relative motivazioni	Pag. 4-5, pag. 63, pag. 65-66, pag. 77
102-49	Cambiamenti significativi rispetto al precedente bilancio	Pag. 4-5
102-50	Periodo di rendicontazione	Pag. 4-5
102-51	Data di pubblicazione del precedente bilancio	Marzo 2018
102-52	Periodicità di rendicontazione	Annuale

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno
General Standards		
GRI 102: General Disclosures 2016		
Organizational Profile		
102-53	Contatti e indirizzi per informazioni sul documento	g.brizzi@cairocommunication.it
102-54	GRI content index e scelta dell'opzione "in accordance"	Pag. 4-5
102-55	GRI content index	Pag. 81-85
102-56	Attestazione esterna	Pag. 86

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno
GRI 200 Economic Standard Series		
GRI Standard 201: Performance Economica 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 11-13, pag. 48
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 11-13, pag. 48
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Pag. 11-13, pag. 48-56
GRI Standard 204: Pratiche di approvvigionamento 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 57-61
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 57-61
204-1	Proporzione degli investimenti su fornitori locali	Pag. 59, pag. 77
GRI Standard 205: Anti Corruzione 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 24-27, pag. 28
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 24-27, pag. 28
205-3	Azioni intraprese in risposta a casi di corruzione	Pag. 28
GRI 300 Environmental Standards Series		
GRI Standard 301: Materiali 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 62-63, pag. 65
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 62-63, pag. 65
301-1	Materie prime utilizzate per peso o volume	Pag. 63, pag. 65, pag. 77
GRI Standard 302: Energia 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 62-66
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 62-66
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	Pag. 64, 66 e 78
302-3	Intensità energetica	Pag. 79
GRI Standard 303: Acqua 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 62-64, pag. 66
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 62-64, pag. 66
303-1	Prelievi idrici degli uffici e delle strutture	Pag. 64, pag. 66
GRI Standard 305: Emissioni 2016		

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno	
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 62-63, pag. 66-67	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 62-63, pag. 66-67	
305-1	Emissioni Scope 1	Pag. 66-67, pag. 79	
305-2	Emissioni Scope 2	Pag. 66-67, pag. 79	
GRI Standard 306: Scarichi e rifiuti 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 62-65	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 62-65	
306-2	Peso totale dei rifiuti per tipologia e metodi di smaltimento	Pag. 64-65, pag. 79-80	
GRI Standard 307: Compliance Ambientale 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 24-27	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 24-27	
307-1	Sanzioni per mancato rispetto di leggi e regolamenti in materia ambientale	Nel corso del 2018 non si sono registrate multe o sanzioni significative	
GRI 400 Social Standards Series			
GRI Standard 401: Occupazione 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 39-43	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 39-43	
401-1	Numero totale e percentuale di nuovi assunti e turnover, per età, sesso e regione	Pag. 39-43, pag. 72-73	
GRI Standard 402: Gestione delle relazioni industriali 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 39-43, pag. 45	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 39-43, pag. 45	
402-1	Periodo minimo di preavviso per significative modifiche operative (cambiamenti organizzativi) con l'indicazione se tali condizioni siano incluse o meno nella contrattazione collettiva	Pag. 45	
GRI Standard 403: Salute e Sicurezza sul Lavoro 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 16, pag. 39-43, pag. 46-47	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 16, pag. 39-43, pag. 46-47	
403-2	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per regione e per genere	Pag. 46-47, pag. 76	
GRI Standard 404: Formazione e Istruzione 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 39-43, pag. 44	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 39-43, pag. 44	
404-1	Ore di formazione medie annuali per dipendente	Pag. 44, pag. 76	

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno
GRI Standard 405: Diversità e Pari Opportunità 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 39-44
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 39-44
405-1	Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale per categorie di dipendenti, per sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità	Pag. 21-22, pag.43, pag. 74, Relazione sulla Corporate Governance
405-2	Rapporto dello stipendio base e della remunerazione delle donne rispetto a quello degli uomini per categoria di dipendenti	Pag. 75
GRI Standard 406: Non Discriminazione 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag.16, pag. 24-27, pag. 39-44
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag.16, pag. 24-27, pag. 39-44
406-1	Episodi di discriminazione e azioni intraprese	Pag. 44
GRI Standard 417: Etichettatura dei prodotti e servizi 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 34
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 34
417-3	Incidenti relativi alla non-conformità riguardo alle informazioni relative al prodotto o al servizio nelle attività di comunicazione e nel marketing	Pag. 34
GRI Standard 418: Privacy dei consumatori 2016		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 36-38
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 36-38
418-1	Reclami relativi a violazioni della privacy dei consumatori e perdita dei dati relativi ad essi	Pag. 36-38
Libertà di espressione (M)*		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 30-32
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 30-32
Diritto alla partecipazione culturale (M)*		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 32-33, pag. 48-56
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 32-33, pag. 48-56
Tutela della Privacy (M)*		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 36-38
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 36-38
Proprietà intellettuale (M)*		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 38

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 38
Diffusione dei contenuti (M)*		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 14-15, pag. 69
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 35-36
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 35-36
M4	Azioni intraprese per migliorare la performance relativa ai problemi di content dissemination (accessibilità e protezione di pubblico vulnerabile e decisione informata) e i risultati ottenuti.	Pag. 35-36

Relazione della Società di Revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, comma 10 del D.lgs. 30 dicembre 2016, n.254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob n. 20267



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Vittor Pisani, 25
20124 MILANO MI
Telefono +39 02 6763.1
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, comma 10, del D.Lgs. 30 dicembre 2016 n. 254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018

*Al Consiglio di Amministrazione della
Cairo Communication S.p.A.*

Ai sensi dell'art. 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016 n. 254 (di seguito anche il "Decreto") e dell'art. 5 del Regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Cairo Communication (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 26 marzo 2019 (di seguito anche la "DNF").

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale della Cairo Communication S.p.A. per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"), inclusi i "*Media Sector Disclosures*".

Gli Amministratori sono altresì responsabili, nei termini previsti dalla legge, per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di una DNF che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'art. 3, comma 1, del Decreto, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo e nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dallo stesso prodotti.

Gli Amministratori sono infine responsabili per la definizione del modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, nonché, con riferimento ai temi individuati e riportati nella DNF, per le politiche praticate dal Gruppo e per l'individuazione e la gestione dei rischi generati o subiti dallo stesso.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale. La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai GRI Standards, inclusi i "*Media Sector Disclosures*". Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito anche "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board* per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'*ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement")* e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Le procedure svolte sulla DNF si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Cairo Communication S.p.A. responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.

- 2 Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
- 3 Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo.
- 4 Comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subiti, connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto, lettera a).

- 5 Comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Cairo Communication S.p.A. e con il personale della Cairo Editore S.p.A., della La7 S.p.A. e della RCS MediaGroup S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo Cairo Communication S.p.A. e di società controllate
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili,
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le società Cairo Editore S.p.A., La7 S.p.A. ed RCS MediaGroup S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.



Conclusioni

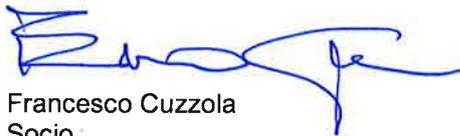
Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Cairo Communication relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai GRI Standards, inclusi i "Media Sector Disclosures".

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nella dichiarazione consolidata di carattere non finanziario in relazione all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 non sono stati sottoposti a verifica.

Milano, 29 marzo 2019

KPMG S.p.A.



Francesco Cuzzola
Socio