



CAIROCOMMUNICATION

Cairo Communication S.p.A.

**Dichiarazione consolidata di carattere non
finanziario al 31 dicembre 2019**

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	7
2. L'approccio del Gruppo verso i temi rilevanti di natura non finanziaria.....	15
3. Il modello di governance e di gestione del rischio del Gruppo.....	20
4. Anticorruzione	34
5. Diritti Umani.....	35
6. Impegno verso il Pubblico	36
7. Gestione degli aspetti relativi al personale	46
8. Creazione di valore per la comunità	58
9. Gestione responsabile della catena di fornitura	73
10. Tutela dell'ambiente	80
11. Tabella di correlazione GRI – materialità.....	89
12. Allegati.....	91
13. GRI Content Index	103

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, nel tempo, il successo 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 dell'editoria 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 consolidata di carattere non finanziario.

Il Gruppo, a seguito dell'acquisizione del controllo di RCS MediaGroup nel 2016 e delle successive attività di sviluppo, si è consolidato quale grande gruppo editoriale multimediale, dotato di una leadership stabile e indipendente, collocandosi tra i principali gruppi europei in ambito editoriale. Facendo leva sull'elevata qualità e diversificazione dei prodotti nel settore della comunicazione multimediale, il Gruppo 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 ed è attivo nei magazine, nella TV (soprattutto tramite i canali La7), nei libri, nella radio e nei new media, oltre ad essere tra i primari operatori nel mercato della raccolta pubblicitaria. 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 con un ruolo centrale quale forza propulsiva della sostenibilità all'interno ed all'esterno del Gruppo. 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 distribuzione 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. (nel seguito anche la “Società”) 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 all’esercizio chiuso al 31 dicembre 2019 (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 proprio 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 presente documento costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla DNF prevista dalla normativa. E’ 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. Inoltre, si segnala 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 dal Gruppo e gli impatti da essa prodotti. In particolare, tali indicatori sono stati selezionati sulla base di un’analisi di materialità, aggiornata nel corso del 2019, che ha permesso di identificare le tematiche di sostenibilità più rilevanti per il Gruppo e per i suoi stakeholder, la cui descrizione è rappresentata 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 e finanziarie è il medesimo del bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2019. 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 ed esclude le società in liquidazione/non operative, come definite al paragrafo 12 "Allegati" - sezione 1 "Perimetro";
- relativamente all'ambiente ed agli aspetti sociali, è composto dalle società consolidate con il metodo integrale all'interno del bilancio consolidato del Gruppo ed esclude le società in liquidazione/non operative e le società non rilevanti, come definite allo stesso paragrafo 12 "Allegati" - sezione 1 "Perimetro".

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 Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario.

Inoltre, 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 sottoposta ad esame limitato da parte di KPMG S.p.A.).

La presente DNF è stata sottoposta all'esame del Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità, quale Comitato per la Sostenibilità, del 23 marzo 2020 e successivamente approvata dal Consiglio di Amministrazione di Cairo Communication S.p.A. in data 26 marzo 2020.

A novembre 2019 il Gruppo ha provveduto all'approvazione di specifiche procedure di reporting per la redazione della DNF di Gruppo, che ha definito ruoli, responsabilità, flussi informativi e relative tempistiche sia per il Gruppo nella sua interezza sia per il Gruppo RCS.

Inoltre, il Gruppo nel corso del 2019 ha continuato a sviluppare l'attività di coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni anche ai fini dell'aggiornamento e del processo di analisi di materialità, oltre alla diffusione e conoscenza della cultura e delle tematiche di sostenibilità, nonché al miglioramento del

sistema di raccolta e consolidamento dei dati. Nel corso dei prossimi esercizi, il Gruppo proseguirà nel suo impegno di progressiva identificazione di obiettivi in ambito 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

A seguito dell'acquisizione di RCS MediaGroup e del conseguente sviluppo, il Gruppo è diventato un grande operatore editoriale multimediale, dotato di una leadership stabile e indipendente. Facendo leva sull'elevata qualità e diversificazione dei prodotti nel settore dei quotidiani, periodici, televisione, web ed eventi sportivi, è posizionato come operatore di riferimento nel mercato italiano, con una forte presenza internazionale in Spagna. Le attività del Gruppo sono descritte nel seguito con riferimento al Gruppo Cairo Communication ed a seguire al Gruppo RCS.

Il Gruppo Cairo Communication opera, in qualità di editore di periodici, attraverso Cairo Editore e la sua divisione Editoriale Giorgio Mondadori, e di libri, tramite Cairo Publishing. In particolare, Cairo Editore è attiva nel settore editoriale attraverso periodici di qualità elevata che si rivolgono ad un ampio pubblico.

Per quanto riguarda la comunicazione televisiva, il Gruppo Cairo Communication propone un'offerta di qualità tramite La7 e La7d, ed un'articolata piattaforma digital tramite La7.it, Tgla7.it e Sedanoallegro.it (il sito dedicato al mondo della cucina), oltre che una presenza attiva sui new media. In ambito strettamente televisivo il Gruppo Cairo Communication svolge anche il ruolo di operatore di rete tramite Cairo Network per la trasmissione dei canali de La7.

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

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:** This section includes logos for 'F NATURAL style', 'DIVA E DONNA', 'DIPIÙ', 'NUOVO', 'BELL'EUROPA', 'Bell'Italia', 'inViaggio', 'Gardenia', 'Arte', 'ANTIQUARIATO', 'Aironè', 'FORMEN', and 'Enigmistica PIÙ'.
- TV & Web E App:** This section includes logos for 'DIPIÙ TV', 'DIPIÙ CUCINA', 'NUOVO TV', 'NUOVO TV CUCINA', 'SETTIMANALE GIALLO', 'TV MIA', 'LA7', 'LA7d', 'LA7.it', 'TG LA7', and 'SEDANOALLEGRO'.
- Pubblicità:** This section includes the logo for 'CAIROPUBBLICITA' featuring a red eye icon.

Il Gruppo RCS opera principalmente in Italia e Spagna in tre principali ambiti: editoriale (quotidiani, periodici e libri), eventi sportivi e pubblicità.

Per quanto riguarda l'attività editoriale, 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 e a magazine settimanali e mensili, tra cui *Amica*, *Dove*, *Oggi* e *Abitare* e numerosi supplementi e inserti (settimanali e mensili) collegati alle due testate quotidiane. Fra questi si ricordano *la Lettura*, *Corriere Salute*, *L'Economia*, *7*, *Buone Notizie – l'impresa del bene*, *Style Magazine*, *Living*, *Cook*, *Trovolavoro*, *Corriere Innovazione*, *IO Donna* per il *Corriere della Sera* nonché *SportWeek*, *Speciali G*, *Time Out* e *VcomeVolley* per *La Gazzetta dello Sport*. In Spagna pubblica il secondo quotidiano nazionale per vendite in edicola *El Mundo*, la testata *Marca*, leader nell'informazione sportiva, ed *Expansion*, leader nell'informazione economica, oltre a numerosi magazine, tra cui *Telva* e *Marca Motor*. Fra i supplementi (settimanali e mensili) di queste testate si segnalano *Actualidad Economica*, *Yo Dona*, *Fuera de Serie*, *El Cultural* e *Metropoli*. Attraverso le attività di *Sfera* basate su un business focalizzato sul settore della prima infanzia, con attività di stampa, *on-line*, direct marketing e fiere, è leader in Italia e in Spagna, ed è presente in Messico con modelli di business simili a quello italiano; in Francia e in Portogallo è presente con un'offerta esclusivamente digitale.

Si segnala, inoltre, l'attività nel comparto librario di *Solferino – i libri del Corriere della Sera* ed RCS Academy, la nuova business school del Gruppo RCS avviata nel corso del 2019 e caratterizzata da un'offerta innovativa e qualificata, focalizzata su 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 organizza attraverso RCS Sport e RCS Sports & Events eventi sportivi di significativa rilevanza a livello mondiale, tra cui il *Giro d'Italia*, la *Milano-Sanremo*, *Il Lombardia*, la *Tirreno Adriatico*, l'*UAE Tour*, la *Milano Marathon* e *The Color Run*, e si propone come partner per l'ideazione e l'organizzazione di eventi attraverso RCS Live.



Format organizzati da
RCS

Eventi clienti esterni

Advisory

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



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 ed avvalendosi di una recente vasta gamma di servizi e soluzioni di *consumer engagement*.

1.1 Performance del Gruppo

Il Gruppo opera, nel rispetto degli obiettivi di efficienza e di potenziamento 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 2019, il Gruppo, grazie all'attività di sviluppo editoriale e alle continue azioni di efficientamento, ha mantenuto la propria posizione di leadership nel mercato dei quotidiani in Italia e confermato la propria posizione nei quotidiani in Spagna.



Diffusioni(*)



Diffusione totale 274k copie
medie diffuse cartacee e digitali



Diffusione totale 154k copie
medie diffuse cartacee e digitali



Diffusione totale 101k copie
medie diffuse cartacee e digitali



Diffusione totale 108k copie
medie diffuse cartacee e digitali



Diffusione totale 32k copie
medie diffuse cartacee e digitali

(*) Fonte: per l'Italia ADS, Spagna OJD (gennaio-dicembre 2019)

CAIRO EDITORE Diffusioni (**)

SETTIMANALI CAIRO
 CIRCA 1,4 MILIONI DI COPIE MEDIE VENDUTE NEL 2019
 e
 PRIMO EDITORE PER COPIE DI SETTIMANALI VENDUTE IN EDICOLA CON
 UNA QUOTA DI MERCATO DI CIRCA IL 30%

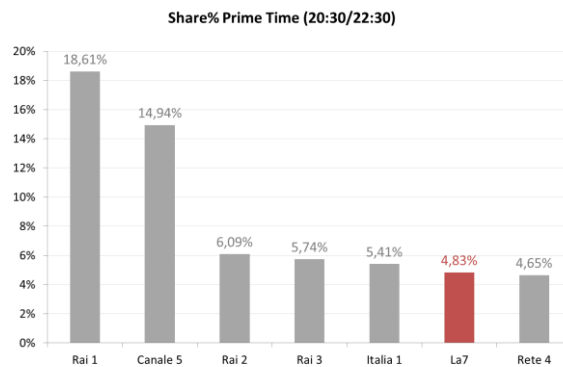
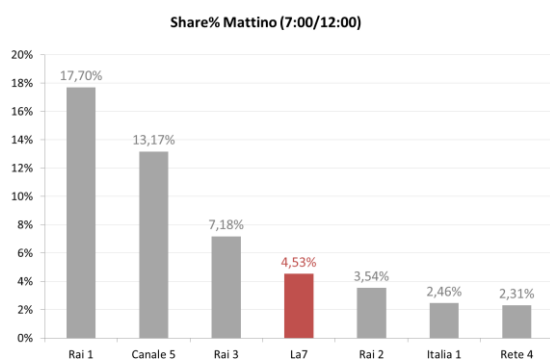
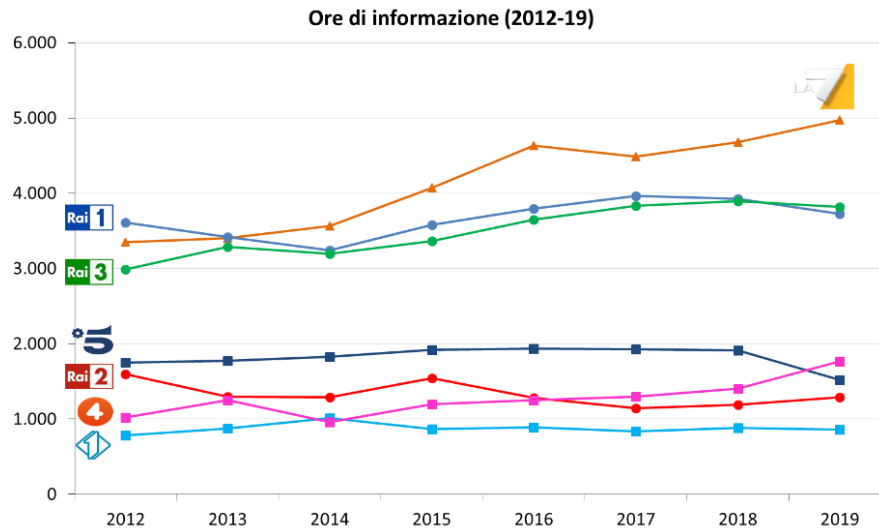


(**) Fonte: ADS Diffusione Edicola. Considerando anche il venduto medio delle testate non rilevate da ADS, ossia «Enigmistica Mia», «Enigmistica Più» e «Diva Cucina», le copie medie vendute sono circa 1,5 milioni totali.

LA Share TV (***)

L'INFORMAZIONE SULLE TV GENERALISTE

La7 si è confermata leader tra le generaliste in termini di ore di informazione trasmesse nella giornata, con circa 5.000 ore.



(***) Fonte: Dati Auditel e rilevazione Nielsen

Il capitale sociale di Cairo Communication 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

Il numero dei diritti di voto esercitabili in ragione della maturazione del diritto di voto maggiorato ai sensi dell'articolo 13.7 dello Statuto è rappresentato nella seguente tabella:

	numero di azioni che compongono il capitale sociale	numero diritti di voto
Totale	134.416.598	202.162.007
di cui azioni ordinarie per cui non è maturato il voto maggiorato	66.671.189	66.671.189
di cui azioni ordinarie per cui è maturato il voto maggiorato	67.745.409	135.490.818

Alcuni azionisti hanno maturato il diritto alla maggiorazione del voto ai sensi dell'articolo 13.7 dello Statuto, come indicato sul sito www.cairocommunication.it sezione *corporate governance – voto maggiorato*.

1.2 Valore economico

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 2018-2019 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 2019 il valore economico direttamente generato dal Gruppo è pari a 1.189,5 milioni di Euro, il valore economico distribuito è pari a 1.034,8 milioni di Euro e il valore economico trattenuto dal Gruppo è pari a 154,7 milioni di Euro.

In particolare la variazione del valore economico direttamente generato dal Gruppo è principalmente attribuibile ai ricavi che nel 2019 sono stati pari a 1.165,1 milioni di Euro rispetto ai 1.230,9 milioni di Euro del 2018. La distribuzione del valore economico del 2019 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 pari a 669,4 milioni di Euro;
- la remunerazione del personale è stata di 329,1 milioni di Euro, in linea con il 2018;
- la remunerazione dei finanziatori è stata pari a 18,3 milioni di Euro;

- la remunerazione degli azionisti rappresenta la quota di utili di pertinenza dell'esercizio la cui distribuzione a titolo di dividendo è proposta dal Consiglio di Amministrazione all'Assemblea degli Azionisti, sulla base del numero di azioni in circolazione alla data della proposta;
- la remunerazione della pubblica amministrazione è stata pari a 12,0 milioni di Euro;
- il valore delle liberalità, contributi associativi e sponsorizzazioni erogate a terzi è pari a 0,6 milioni di Euro, in linea con il 2018.

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 31/12/2019.

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

(Milioni di euro)	31/12/2019	31/12/2018
A) Valore economico direttamente generato	1.189,5	1.265,0
Ricavi (*)	1.165,1	1.230,9
Altri proventi	22,8	25,9
Proventi finanziari e interessi attivi	1,2	4,7
Utili/perdite da partecipazioni	0,3	3,5
B) Valore economico distribuito	1.034,8	1.119,0
Remunerazione dei fornitori	622,8	656,4
Costi per godimento di beni di terzi (**)	35,3	65,2
Remunerazione del personale	329,1	329,8
Remunerazione dei finanziatori (**)	18,3	19,2
Remunerazione degli azionisti	5,4	18,8
Remunerazione della pubblica amministrazione	12,0	18,4
Oneri diversi di gestione	11,3	10,6
Liberalità, contributi associativi e sponsorizzazioni	0,6	0,6
C) Valore economico trattenuto dal Gruppo C=A-B	154,7	146,0
Ammortamenti e svalutazioni (**)	71,9	46,4
Accantonamento ai fondi	4,9	11,5
Imposte differite/anticipate	13,8	9,7
Risultato delle attività destinate alla dismissione	-	-0,2
Risultato dell'esercizio	64,1	78,6

(*): 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 5,9 milioni nel 2019 ed a 6,8 milioni nel 2018 (come riportati nella Relazione Finanziaria Annuale al 31/12/2019).

(**): L'adozione del principio contabile IFRS 16 a partire dal 1° gennaio 2019 senza rideterminazione dei saldi al 31 dicembre 2018, ha comportato nel 2019 lo storno di canoni di leasing classificati nella voce "costi per godimento beni di terzi" per Euro 30,4 milioni, controbilanciato da maggiori ammortamenti dei diritti d'uso sui beni in leasing per Euro 27,1 milioni, da maggiori oneri finanziari per Euro 4 milioni.

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 2019 ha proseguito nel processo di identificazione e coinvolgimento 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 le basi 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.



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, Focus Group, 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, roadshow pubblicitari e ricerche di mercato
Ambiente	Collettività e territorio	Organizzazione di eventi, incontri dedicati, partnership con enti locali per organizzazione eventi sportivi

La presente Dichiarazione consolidata 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 2019, il Gruppo ha proseguito nella progressiva strutturazione delle modalità di ascolto e coinvolgimento degli stakeholder, interni ed esterni, tramite le seguenti due importanti attività:

- Focus Group con i dipendenti, articolato a livello di Gruppo Cairo Communication e Gruppo RCS (Italia e Spagna);
- Questionario (*sustainability survey*) con i lettori delle testate del Gruppo RCS (Italia e Spagna).

Tali attività di coinvolgimento e confronto con gli stakeholder hanno evidenziato la chiara percezione che gli stakeholder hanno della crescente attenzione del Gruppo verso le tematiche di sostenibilità, senza evidenziare ambiti di criticità.

Dipendenti

- Nel corso del 2019 sono stati organizzati degli incontri dedicati con tutte le categorie di dipendenti sia in Italia sia in Spagna. Tali incontri hanno avuto il duplice scopo sia di continuare il processo di diffusione

e sensibilizzazione della cultura e delle tematiche di sostenibilità sia di aggiornamento della Matrice di Materialità.

- In totale sono stati organizzati 12 Focus Group a cui hanno partecipato 93 dipendenti rappresentativi delle diverse aree e categorie professionali presenti in azienda.
- La costruzione della Matrice è avvenuta mediante l'utilizzo di un sistema di votazione on-line che ha permesso di conoscere la rilevanza attribuita alle diverse tematiche, su una scala da 1 a 10, dal punto di vista dello stakeholder "dipendente". La condivisione del percorso che l'azienda ha intrapreso in ambito non finanziario ha agevolato la partecipazione alla discussione condividendo idee e opinioni sulle possibili azioni che il Gruppo potrebbe implementare per contribuire allo sviluppo sostenibile.

Lettori

- Per quanto riguarda la categoria dei lettori, RCS ha sviluppato, sempre nel corso del 2019, un'importante iniziativa di ascolto. I lettori delle testate del Gruppo RCS, sia in Italia sia in Spagna, sono stati infatti coinvolti in una ricerca di mercato sviluppata dalla funzione dedicata a ciò dedicata, con l'obiettivo di capire il livello di conoscenza e consapevolezza dell'attenzione e dell'impegno che il Gruppo RCS ha verso i temi legati alla responsabilità sociale.
- L'indagine è stata svolta attraverso un questionario CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) ad un campione di utenti, pari a circa 390.000 persone. Tra questi, 6.100 questionari sono risultati idonei a confluire nell'elaborazione dell'analisi di materialità.

2.2 Temi materiali

Nel corso del 2019 il Gruppo ha quindi proseguito il suo percorso di miglioramento e affinamento dei processi di rendicontazione non finanziaria, coinvolgendo diverse categorie di stakeholder interni ed esterni, come descritto sopra, 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.

In coerenza con quanto previsto dallo Standard di rendicontazione adottato (GRI), 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 del Gruppo tiene quindi in considerazione non solo il punto di vista dell'organizzazione ma anche quello degli stakeholder.

Il processo ha previsto una prima fase di aggiornamento dei temi potenzialmente rilevanti per il Gruppo, a partire da quelli già identificati negli anni precedenti, in linea con le indicazioni del D.Lgs. 254/2016, le policy di Sostenibilità quali documenti interni di indirizzo strategico del Gruppo e il supplemento di settore per i "Media Sector Disclosures". Questa fase preliminare ha consentito di confermare anche per il 2019 le 17 tematiche ritenute rilevanti negli anni precedenti.

Tali temi sono stati quindi presentati durante le attività di stakeholder engagement con i Dipendenti ed i Lettori, a cui è stato chiesto di esprimere una votazione in base alla rilevanza attribuita a ciascuna tematica. Sulla base dei risultati delle iniziative di stakeholder engagement, sopra descritte, e realizzate durante l'anno, è stata elaborata la Matrice di Materialità del Gruppo che fornisce una visione aggregata della rilevanza di tali secondo i seguenti due punti di vista:

- rilevanza per il Gruppo/Organizzazione, in termini di impatti, attuali e potenziali, che ogni tematica può avere sulla capacità del Gruppo di creare valore nel lungo periodo;
- rilevanza per gli Stakeholder, in termini di influenza che ogni tematica ha sui loro processi decisionali.

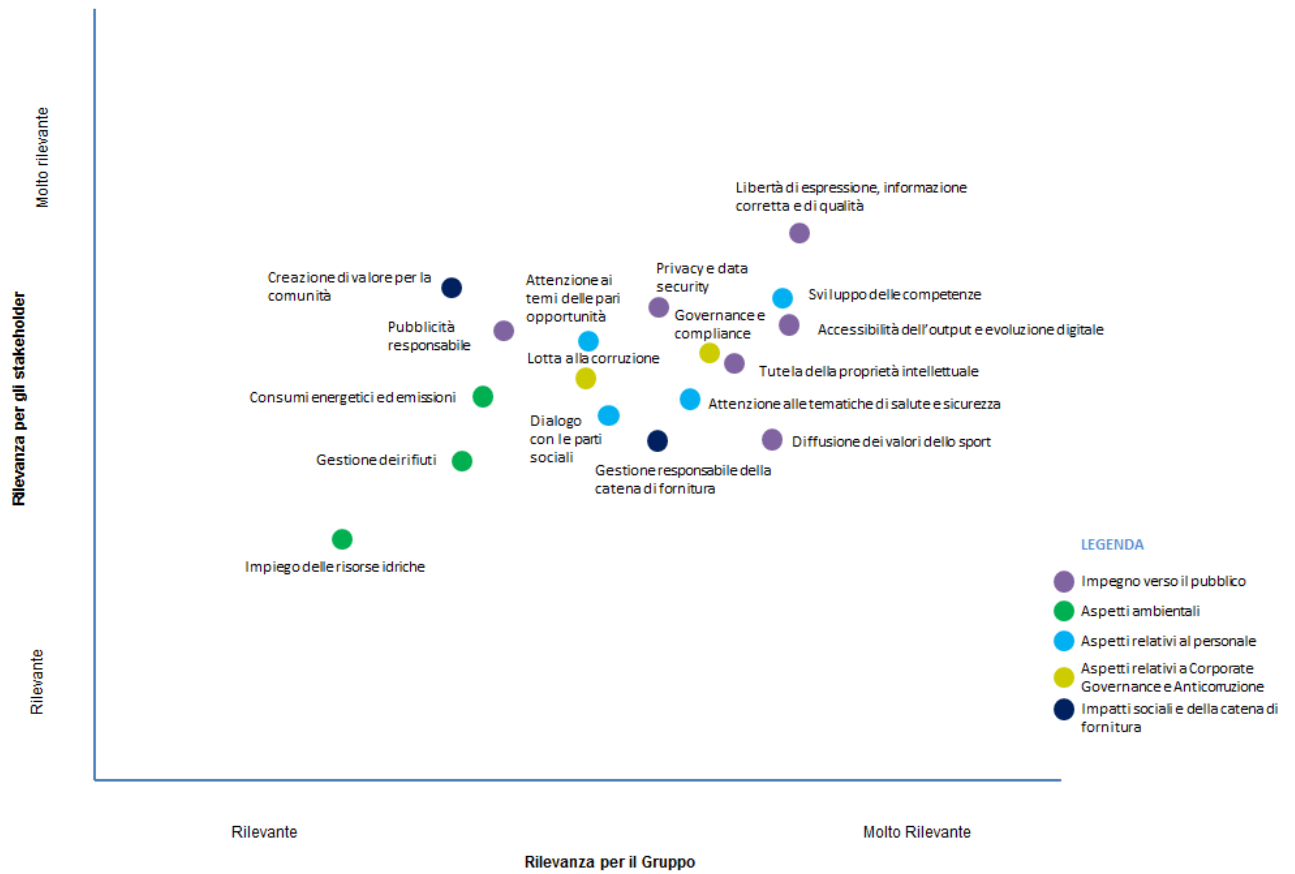
I risultati dell'analisi di materialità, e la conseguente Matrice di Materialità, sono stati poi validati ed approvati dal Top Management del Gruppo e presentati al Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità durante l'incontro del 28 febbraio 2020.

La matrice di materialità, presentata di seguito, risulta in linea con quella dello scorso esercizio, evidenziando tra le otto tematiche più rilevanti, 5 relative all'area tematica dell'impegno verso il pubblico, 2 relativa all'area tematica del personale ed 1 relativa all'area tematica della governance e compliance. In particolare, i principali temi emersi riguardano:

- la libertà d'espressione, l'informazione corretta e di qualità;
- lo sviluppo delle competenze;
- l'accessibilità all'output e l'evoluzione digitale;
- la privacy e data security;
- la tutela della proprietà intellettuale;
- il sistema di governance e compliance,
- la diffusione dei valori dello sport;
- l'attenzione alle tematiche di salute e sicurezza.

Al paragrafo 11 "Tabella di correlazione GRI – materialità" è riportato il prospetto di correlazione tra le tematiche materiali, i topic previsti dai GRI Standard ed il relativo perimetro.

Si segnala che il tema dei diritti umani è considerato sia nell'ambito della gestione del personale sia nella gestione della catena di fornitura, in particolare nei Paesi o nelle attività considerati maggiormente a rischio. Inoltre, 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.



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 e di strumenti di gestione e controllo 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

Il management aziendale ha ritenuto opportuno definire con chiarezza e comunicare l'insieme dei valori e dei principi di comportamento che il Gruppo riconosce, accetta e condivide, a cui attenersi nello svolgimento delle attività aziendali e nei rapporti con tutti gli stakeholder con cui il Gruppo si relaziona.

Sono stati predisposti ed adottati a livello di Gruppo due Codici Etici, rispettivamente da parte del Gruppo Cairo Communication e del Gruppo RCS. Entrambi tali Codici Etici racchiudono l'insieme di quei 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. I Codici Etici si propongono 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.

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

Si segnala, infine, che:

- è stato avviato l'aggiornamento del Codice Etico del Gruppo Cairo Communication al fine di allinearli alle best practices di riferimento (ad esempio tramite l'articolazione per destinatario/stakeholder) ed al mutato contesto del Gruppo;
- il Codice Etico del Gruppo RCS è stato diffuso alle società italiane e alle società spagnole del gruppo Unidad Editorial. Nel corso del 2019 è stato diffuso ai dipendenti delle società estere Sfera Editores Espana S.L. e RCS Sports and Events DMCC. Nel corso del 2020 sarà esteso anche ai dipendenti della società Sfera Editores Mexico S.A.

3.2 Politiche aziendali in ambito di sostenibilità

Per affermare ulteriormente l'importanza delle tematiche sociali e ambientali, sono state emanate due specifiche "Policy di Sostenibilità", rispettivamente da parte del Gruppo Cairo Communication e del Gruppo RCS, che, in modo integrato, si aggiungono agli esistenti strumenti in essere (ad es. Codici Etici, Modelli organizzativi 231, ecc.). 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 ed 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.

3.3 Adesione a codici e associazioni

Il Gruppo, quale gruppo editoriale multimediale, 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. (versione vigente 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:

- 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;

- 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 dell'Istituto per l'Autodisciplina Pubblicitaria, 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 che il Gruppo aderisce 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 ai seguenti codici e 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 Televisiónes Comerciales en Abierto);
- UDNE (Union de Distribuidores Nacionales de Ediciones);
- Asociación Española de TDT Privadas.

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.

Cairo Communication S.p.A., quale società quotata al segmento STAR, aderisce al Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana S.p.A., approvato dal Comitato per la Corporate Governance e promosso da Borsa Italiana S.p.A., ABI, ANIA, Assogestioni, Assonime e Confindustria.

Il sistema di governo societario della Società è strutturato secondo il modello tradizionale di amministrazione e controllo, di cui vengono indicati sinteticamente nel seguito la composizione ed il funzionamento. Si segnala che tali tematiche sono diffusamente 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.

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.

In coerenza con i principi e criteri del Codice di Autodisciplina relativi al "Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi", all'interno del Consiglio sono istituiti il "Comitato per le Remunerazioni e le Nomine" e il "Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità", che hanno funzioni consultive e propositive per lo stesso Consiglio, ed è individuato l'Amministratore incaricato del Sistema di controllo interno e di gestione dei rischi. Inoltre, è presente anche il Comitato Parti Correlate, come previsto dalla procedura per le operazioni con parti correlate, adottata nel 2010 ed aggiornata a marzo 2019.

Si segnala che, nel corso del mese di dicembre 2019, il Consiglio di Amministrazione di Cairo Communication ha comunicato alla controllata RCS MediaGroup che svolgerà, a livello di Gruppo, attività

di direzione e coordinamento nell'ambito della raccolta pubblicitaria. Il coordinamento strategico e operativo tra Cairo Pubblicità e la direzione pubblicità di RCS MediaGroup permetterà anche di offrire alla clientela un portafoglio di mezzi editoriali ampio, diversificato e multimediale, proponendo una pianificazione "a tutto tondo" capace di coprire la maggior parte della popolazione mediante diversi canali e rispondere per intero alle esigenze degli inserzionisti.

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

Alla data della presente Dichiarazione, il Gruppo non ha provveduto all'adozione di una specifica politica di diversità per il Consiglio d'Amministrazione e il Collegio Sindacale ritenendo sufficiente, ai fini di una adeguata composizione di tali organi ed in particolare per quanto riguarda la diversità di genere, il rispetto dei requisiti previsti dalle disposizioni normative e regolamentari nonché di quanto previsto dallo Statuto sociale, come rappresentato nella "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari".

In particolare, con riferimento alla diversità di composizione del Consiglio di Amministrazione relativamente ad altri aspetti quali le competenze manageriali e professionali, anche di carattere internazionale e la presenza di diverse fasce di età ed anzianità di carica, non sono state adottate politiche ad hoc, fermo il rispetto dei requisiti di onorabilità previsti dalla legge e l'opportunità che taluni consiglieri siano dotati di adeguate competenze in materia contabile e finanziaria o di gestione dei rischi ovvero in materia finanziaria o di politiche retributive, per consentire l'adeguata composizione dei Comitati interni al Consiglio.

Anche per quanto riguarda il Collegio Sindacale, non sono state adottate dalla Società politiche di diversità, fermo restando il rispetto dei requisiti di onorabilità e professionalità previsti dalla vigente normativa, anche regolamentare.

Si segnala infine che la Società non ha adottato nel corso dell'esercizio specifiche misure finalizzate alla promozione della parità di trattamento e di opportunità tra i generi all'interno dell'azienda. Ciò premesso, la Società ritiene che l'attuale organizzazione aziendale, oggetto di costante monitoraggio da parte della Società medesima, permetta il raggiungimento dei predetti obiettivi.

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 di Borsa Italiana S.p.A. . Lo Statuto sociale è disponibile presso la sede sociale e nella sezione *corporate governance* del sito Internet www.cairocommunication.it.

Con specifico riferimento alla governance delle tematiche oggetto della presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, 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 per le sole società appartenenti all'indice FTSE-Mib.

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 è stato costituito un gruppo di lavoro di carattere interfunzionale, che ha coinvolto le strutture aziendali del Gruppo competenti per i diversi ambiti della Dichiarazione.

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 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 controllo interno e gestione dei rischi

Cairo Communication S.p.A. adotta un sistema di controllo interno e di gestione dei rischi (nel seguito anche "SCIGR") costituito dall'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire, attraverso l'identificazione, la misurazione, la gestione e il monitoraggio dei principali rischi aziendali, una conduzione dell'impresa corretta e coerente con gli obiettivi prefissati, nell'ottica della sostenibilità nel medio-lungo periodo dell'attività del Gruppo.

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 SCIGR), 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 SCIGR 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”).

Più precisamente, gli Organi Sociali e le funzioni aziendali della Società, che sono attualmente coinvolti secondo le rispettive competenze nel SCIGR, 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 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 Rischi e Sostenibilità, 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, la funzione di risk

management, compliance & sustainability, attribuita al responsabile della funzione Internal Audit, 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 della Società, 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 di Cairo Communication S.p.A., si rimanda alla “Relazione sul governo societario e gli aspetti proprietari” disponibile sul sito internet della Società.

Tali fondamentali caratteristiche del SCIGR, previste dal Codice di Autodisciplina, sono adottate anche dalla società RCS MediaGroup S.p.A., società anch’essa quotata alla Borsa Valori di Milano.

Le attività di analisi e 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, si è proseguito il percorso di aggiornamento annuale tramite le seguenti attività:

- a livello di Gruppo Cairo Communication, è stata aggiornata la mappatura e valutazione dei rischi 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.

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 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.

Nell'ambito di tali progettualità di risk self assessment, sono stati quindi 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 a: evoluzioni tecnologiche a fronte di nuovi mezzi di comunicazione e cambiamenti dei consumatori nella fruizione dei contenuti informativi, tendenziale riduzione di mercato delle vendite di giornali e della relativa pubblicità, difficoltà nella diffusione da parte dei distributori locali ed edicole, aumento dell'offerta e della concorrenza sui canali tematici in chiaro del digitale terrestre, evoluzione del quadro normativo e regolamentare (in particolare in ambito televisivo), dipendenza da "figure chiave" del management, sviluppo professionale dei dipendenti e tutela della privacy. Nell'ambito degli stessi progetti sono stati raccolti anche i piani di azione che il management intende attuare per mitigare l'effetto di tali rischi e trasformare tali rischi in opportunità per il Gruppo.

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, salute e alla sicurezza dei lavoratori, ambiente, violazione del diritto d'autore, utilizzo di contenuti relativi a minorenni, razzismo e xenofobia nonché di sfruttamento dei lavoratori.

Tali rischi risultano mitigati da procedure operative e altri protocolli di controllo che sono oggetto delle verifiche periodiche dell'Internal Audit quale "braccio operativo" degli Organismi di Vigilanza 231, come sotto descritto.

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

I Consigli di Amministrazione delle società del Gruppo, che hanno intrapreso il percorso di implementazione della compliance 231, hanno adottato un proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.lgs. 231/01. Sono stati adottati specifici Modelli 231 secondo il seguente approccio:

- è stato adottato in primo luogo 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 di riferimento della Capogruppo e adattandolo alle proprie caratteristiche aziendali;
- allo stesso modo, RCS MediaGroup S.p.A. ha adottato il proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.Lgs. 231/01. A seguire l'adozione del Modello 231 è stata progressivamente estesa anche alle altre società del Gruppo RCS. Nel 2019 risulta che tutte le società italiane attive del Gruppo RCS sono dotate di un Modello, ad eccezione di Consorzio Milano Marathon s.r.l.. 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 del gruppo Unidad.

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. I Modelli 231 si compongono di una parte generale e di specifiche parti speciali relative alle categorie di reato contemplate dal D.lgs. 231/01 e considerate rilevanti per ognuna delle società. Come indicato in precedenza, i reati ritenuti potenzialmente applicabili sono, a titolo esemplificativo, i reati di corruzione sia nei rapporti con la Pubblica Amministrazione sia tra privati (fornitori, clienti e terze parti), i reati societari e di “market abuse”, i reati in materia di violazione del diritto d’autore, la violazione delle norme in materia di salute e sicurezza sul lavoro, i reati ambientali e l’utilizzo di contenuti relativi a minorenni, di razzismo e xenofobia.

I Modelli organizzativi 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 2019 sono state svolte le seguenti attività:

- a livello di Gruppo Cairo Communication, si è proseguito nel percorso, avviato nell’esercizio precedente, di progressivo aggiornamento di tutti i Modelli Organizzativi 231 in essere, ossia:
 - per la società La7, il completamento del processo di approvazione ed adozione della nuova versione del Modello organizzativo 231 da parte del Consiglio di Amministrazione, avvenuto a fine 2019;
 - per Cairo Pubblicità S.p.A. l’aggiornamento della mappatura dei processi/attività sensibili 231 e del relativo Modello organizzativo 231, che è stato approvato da parte del Consiglio di Amministrazione anch’esso a fine 2019;
 - per la società quotata Cairo Communication S.p.A., l’aggiornamento della mappatura dei processi/attività sensibili 231 e del relativo Modello organizzativo 231, che è attualmente in corso di svolgimento;
- a livello di Gruppo RCS, si è proceduto ad un nuovo aggiornamento della mappatura delle aree a rischio ed è stato effettuato l’aggiornamento dei Modelli delle società italiane del Gruppo RCS, al fine di recepire le modifiche normative di recente introduzione (es. reato di razzismo e xenofobia, whistleblowing) e i cambiamenti organizzativi che hanno interessato l’azienda negli ultimi anni.

Con riferimento al whistleblowing, il Gruppo ha definito le modalità di gestione delle segnalazioni rendendole pienamente aderenti al nuovo dettato normativo che prevede anche precise garanzie di tutela della riservatezza e protezione del segnalante. Gli aspetti salienti del nuovo processo sono: la previsione di tali modalità di gestione delle segnalazioni all’interno delle nuove versioni dei Modelli organizzativi 231; la creazione di un nuovo canale di comunicazione; la definizione di una procedura che disciplini le attività di gestione della segnalazione e che intende promuovere la cultura della trasparenza, incoraggiando la segnalazione di comportamenti contrari all’etica aziendale (tale procedura è stata già diffusa da parte del

Gruppo RCS ed è in corso di emissione da parte delle società del Gruppo Cairo Communication in funzione degli aggiornamenti effettuali progressivamente ai rispettivi Modelli organizzativi 231); la modifica del sistema disciplinare, anche all'interno dei Modelli organizzativi 231, al fine di introdurre sanzioni in caso di violazioni del diritto alla riservatezza del segnalante.

I Modelli organizzativi 231 adottati dalle diverse società sono disponibili nella intranet aziendale per i dipendenti mentre il Codice Etico è pubblicato sui siti internet istituzionali del Gruppo Cairo Communication e del Gruppo RCS, a disposizione di tutti gli stakeholder interessati. Per rendere efficace il Modello organizzativo 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.

A livello di Gruppo Cairo Communication, nell'ambito delle progettualità di aggiornamento dei Modelli organizzativi 231, si sono susseguiti nel corso del 2019 numerosi incontri di analisi dei rischi 231 con il management aziendale di Cairo Pubblicità S.p.A. e Cairo Communication S.p.A.. Inoltre è stato strutturato e verrà erogato nei prossimi mesi un corso di formazione e-learning per tutti i dipendenti sulle tematiche del Decreto Legislativo 231/01, del Modello di Organizzazione e del Codice Etico per le società La7 S.p.A., Cairo Pubblicità S.p.A. e Cairo Communication S.p.A..

A livello di Gruppo RCS, nel 2018 è stata erogata a tutta la popolazione dipendente la formazione di base riguardante la normativa e il modello di organizzazione, gestione e controllo di RCS, mediante la 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, sono state effettuate sessioni di formazione in aula ai soggetti apicali. Modello organizzativo 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 organizzativo 231 e del Codice Etico.

In ordine al funzionamento, all'efficacia e all'osservanza del Modello organizzativo 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 in materia. Spetta all'OdV il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello organizzativo 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 Sostenibilità e per il Collegio Sindacale. L'OdV si

avvale, per le verifiche periodiche di propria competenza, del supporto della preposta funzione di Internal Audit rispettivamente delle Società quotate Cairo Communication S.p.A. e RCS MediaGroup S.p.A. Si specifica che nel corso dell'esercizio 2019, le due funzioni preposte di Internal Audit, per gli ambiti di propria competenza, hanno effettuato numerose attività di audit su differenti processi aziendali, verificando, tra gli altri, gli aspetti di compliance 231 senza evidenziare rilievi significativi.

Come precedentemente indicato, 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 nel rispetto della riservatezza del segnalante 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 2019 non sono stati comunicati agli Organismi di Vigilanza delle società del Gruppo casi di presunte violazioni del Modello organizzativo 231.

A livello di Gruppo Cairo Communication, sono state definite le specifiche modalità di gestione dei flussi informativi ex D.lgs. 231 da parte dei diversi Organismi di Vigilanza e del Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità (la relativa procedura aziendale è in corso di emissione da parte delle società del Gruppo Cairo Communication in funzione degli aggiornamenti effettuali progressivamente ai rispettivi Modelli organizzativi 231).

Nel Gruppo RCS è 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 società del Gruppo che hanno adottato il Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.lgs. 231/01, dispongono di uno strumento fondamentale per prevenire i possibili reati previsti dal Decreto e che sono correlati, tra gli altri, alla 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, e la definizione di specifiche procedure aziendali consentono 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 secondo le modalità indicate dai Modelli 231, dai Codici Etici e/o da specifiche procedure.

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 funzioni preposte di Internal Audit, né attraverso i canali di segnalazione in essere.

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. Il Gruppo 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, agiscano nel rispetto dei diritti umani e assicurino 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

Nel 2020 non è iniziato solo un anno, ma anche un decennio. La parola chiave di questo nuovo corso sarà la Sostenibilità. Questa nuova cultura sarà la condizione necessaria per essere attori e protagonisti del cambiamento.

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, all'interno della quale 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 di Greta Thunberg e dell'Europa guidata da Ursula von der Leyen, i contenuti devono raccogliere la sfida di un futuro che non sia solo green ma che ruoti intorno alla società con tutte le sue variabili: la parità di genere, le emissioni di CO₂, il diritto al lavoro dignitoso e la trasformazione tecnologica che richiede un aggiornamento delle competenze. In questo nuovo panorama chi fa informazione dal 1876 ha gli strumenti e gli anticorpi necessari per affrontare questa sfida.

L'informazione di qualità viene perseguita costantemente dalle testate del Gruppo, attraverso il lavoro di 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, devono sempre essere verificate 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.

In tale ambito, la caratterizzazione qualitativa dell'offerta editoriale del Gruppo in Italia e in Spagna, tramite i quotidiani, i magazine e i canali TV (anche disponibili sulle diverse piattaforme di comunicazione)

rappresentano i tratti distintivi di brand riconosciuti ed apprezzati dal pubblico quali fonti affidabili ed autorevoli di informazione.

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 2019 la quinta edizione, che è stata anche trasmessa da La7) e il “Festival dello Sport”, alla seconda edizione, 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, il rispetto dell'avversario, il 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. RCS Sport è impegnata sui temi di responsabilità sociale attraverso la realizzazione di numerosi progetti legati al Giro d'Italia, non solo durante il periodo della manifestazione ma per tutto l'arco dell'anno.

Nel 2019 il Giro d'Italia ha collaborato con Save The Children, Charity Partner dell'evento che celebrava il Centenario dell'organizzazione. Insieme è stata costruita la campagna di comunicazione "stop alla guerra sui bambini" per sensibilizzare il pubblico su questo grande tema sociale. Testimonial della campagna è stato Tiziano Ferro.

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 2019

Sin dalla sua prima edizione nel dicembre 2000, la Milano Marathon ha rappresentato uno degli appuntamenti più attesi dai runner di tutto il mondo. Inserita nel calendario dell'International Association of Athletics Federation (IAAF) nel 2020 celebrerà la sua 20^a edizione.

Un evento sportivo cresciuto nei vari anni così come il suo legame con Milano tanto da coinvolgere non solo gli sportivi ma anche il pubblico grazie alle tante iniziative collaterali. Un successo che rende questa competizione una grande manifestazione e una valida e solida piattaforma di comunicazione per tutte le parti coinvolte.

La Milano Marathon rientra nella divisione degli eventi sportivi a partecipazione di massa, analogamente ad altri format diffusi negli ultimi anni da RCS Sport – RCS Sports & Events (The Color Run, Beauty Run, Urban Obstacle Race, etc.) contribuendo alla crescita del movimento del running oggi, alla base di uno stile di vita sano.

Alla Maratona si affianca la Relay Marathon, staffetta aperta a team di 4 persone che si dividono il percorso di gara in 4 frazioni. Questa staffetta è strettamente legata al Charity Program, il progetto solidale lanciato nel 2010, che consente agli atleti di correre per una Organizzazione Non Profit a scelta, aiutandola a raccogliere donazioni per i singoli progetti diventandone così ambasciatori. Il progetto è stato lanciato nel 2010 su esempio del modello anglosassone della London Marathon e che aggiunge al piacere della corsa anche quello di fare del bene. Le iscrizioni alla staffetta sono fatte solo ed esclusivamente attraverso il Milano Charity Program. Oltre 1 milione e 300 mila euro la raccolta fondi collegata al Charity Program 2019 e circa 14.000 i runner partecipanti (+12% rispetto all'edizione precedente).

Altra iniziativa che impreziosisce da anni la Milano Marathon è la School Marathon, una corsa non competitiva di circa 3 km organizzata in partnership con OPES (Organizzazione per l'educazione allo Sport) aperta ai più piccoli che ha coinvolto circa 13.000 partecipanti tra bambini e i loro accompagnatori.

Il 2019 è stato anche l'anno della prima edizione del Milano Running Festival, la tre giorni tutta dedicata alla corsa e al wellness organizzata ad aprile al MiCo in Fiera Milano City, con un palinsesto ricco di eventi che ha richiamato oltre 50.000 visitatori tra operatori del settore e pubblico. Un grande

Salone del Running che ha permesso, nella settimana della competizione meneghina, di raccontare e analizzare il mondo della corsa a 360 gradi attraverso meeting, workshop, sessioni di training e presentazioni di prodotto.

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, inoltre, si impegna a rispettare le normative locali specifiche in tema di pubblicità responsabile, quali:

- in Italia:
 - ✓ il Decreto legislativo 145/07 in tema di pubblicità ingannevole e comparativa;
 - ✓ il Decreto Legge 158/12 (convertito con modificazioni in Legge 189/12) in ambito di tutela della salute (art. 7 – disposizioni in materia di vendita di prodotti del tabacco, misure di prevenzione per contrastare la ludopatia e per l'attività sportiva non agonistica);
 - ✓ il Decreto Legge 87/18, (convertito con modificazioni dalla L96/18 - 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);
- in Spagna, la Legge 13/2011 del 27 maggio sulla regolamentazione del gioco.

Le procedure operative praticate dal Gruppo che riguardano ogni contenuto pubblicitario 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 ancora più approfondito di 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 2019, solo per alcuni contenuti delle pubblicità di clienti veicolate dal Gruppo in numero limitato ed in linea con gli esercizi precedenti, l'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria ha richiesto di non proseguire nella pubblicazione.

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.

La digitalizzazione della comunicazione sta rendendo sempre più immediata la trasmissione dei messaggi, dei contenuti e dei valori. Proprio questa facilità, come sta emergendo nei grandi dibattiti mondiali sulle responsabilità delle piattaforme Internet, ha bisogno di un contraltare di chi fa informazione come professione, quali le testate del Gruppo.

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.

In particolare, il Gruppo RCS è impegnato in una forte spinta verso il digitale attraverso l'evoluzione dell'offerta, dell'organizzazione e dei processi editoriali, con l'obiettivo di diventare un media company "digital first", capace di produrre contenuti fruibili su piattaforme digitali e cartacee e raggiungere così il lettore anche su desktop, tablet, mobile, app e social.

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

- introduzione di nuovi prodotti digitali sui canali desktop e mobile per ampliare l’offerta digitale ai propri clienti (ad esempio Corriere Economia e App news);
- revisione dei processi editoriali per velocizzare la produzione di contenuti digitali e aumentarne la quantità e qualità, al fine di sviluppare e arricchire ulteriormente la “digital edition” dei quotidiani;
- accelerazione dell’integrazione e verticalizzazione carta-web e della produzione di contenuti multimediali (testi, foto, video e contributi social);
- introduzione di nuove competenze e la formazione e sviluppo di quelle già in azienda per una loro conversione digitale;
- rivisitazione del flusso di acquisto dei prodotti digitali del Corriere;
- focalizzazione sulla pubblicità digitale attraverso nuovi format, il pricing a performance e l’utilizzo dei big data per la targetizzazione delle campagne pubblicitarie;
- introduzione in Spagna e in Italia, rispettivamente nei siti di El Mundo e di Gazzetta, di nuove forme a pagamento con il modello freemium;
- innovazione digitale e rafforzamento delle piattaforme tecnologiche;
- completo rifacimento (experience, prodotto, tecnologia) del sito desktop e mobile di Corriere e di Gazzetta;
- inserimento all’interno dei prodotti del Gruppo delle prime forme di personalizzazione dei contenuti (ad esempio MyGazzetta).

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 dei contenuti 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%.

Come in Italia anche in Spagna è stata completata la migrazione della web farm in Public Cloud.

Esistono poi dei presidi tecnologici, sia applicativi che infrastrutturali, che 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 a fronte dei cambiamenti nelle modalità di fruizione dei contenuti, la società La7 ha proseguito nel 2019 nel percorso di crescente articolazione delle modalità di erogazione del servizio attraverso canali e piattaforme sempre più innovativi. In tale ambito si è arricchita ulteriormente l'offerta digital di La7 che attualmente comprende:

- 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;
- l'app La7, recentemente introdotta;
- 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;
- i profili Instagram de La7, La7d, TGla7 e di alcuni programmi come piazzapulitala7, ariachetirala7 e tagadala7, che sono stati recentemente introdotti.

E' in continua espansione la progettualità lanciata da Cairo Pubblicità e Cairo Editore con "That's Fab!", una piattaforma 100% social dedicata alle donne che si sviluppa su Facebook ed Instagram sulla base di un ricco piano editoriale derivante dal Magazine F e da format pubblicitari innovativi e di tendenza, che hanno riscosso un grande successo tra gli utenti.

6.5 Privacy e Data Security

In materia di privacy il Gruppo ha continuato a lavorare affinché tutte le aziende continuassero ad impegnarsi per garantire il pieno rispetto del 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 a partire dal 25 maggio 2018.

Il tema della tutela della privacy e della protezione dei dati personali - da sempre rilevante per il Gruppo e, in particolare

I big data e le informazioni raccolte spesso all'insaputa delle persone, sono un nuovo campo da gioco in cui l'utente-cittadino non può essere lasciato solo. E' necessario un dibattito articolato e ampio su come rendere questa trasformazione un vantaggio per le persone e non un vincolo al futuro. Per questo il Gruppo ha come priorità la tutela dei dati.

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.

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 in Italia del D.lgs. 196/2003, come modificato dal D.lgs. 101/2018, e della Ley Orgánica 3/2018 de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales in Spagna.

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, già comunicati agli interessati, prima di ogni acquisizione di dati personali in modo aperto e trasparente mediante idonee informative, in relazione alle finalità della raccolta. In Spagna, Unidad Editorial S.A., in qualità di capogruppo del Gruppo Unidad Editorial, ha svolto una serie di azioni volte a regolarizzare ed adattare la sua attività ordinaria in base alle normative sulla protezione dei dati personali, oltre ad avere istituito la figura del DPO.

Il Gruppo organizza corsi di aggiornamento on-line e in aula per i Responsabili nonché effettua periodiche attività di Audit sulle modalità di trattamento dei dati.

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 a favore delle società del Gruppo 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 formalizzato 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. Tramite tale funzione aziendale definisce le linee guida per il trattamento dei dati personali, effettua l'attività di controllo, riceve le segnalazioni, le richieste di rettifica e le segnalazione degli abusi da utenti/clienti mediante la casella di posta elettronica dedicata, lettere o contatto telefonico diretto.

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.

Relativamente al Gruppo RCS, si segnala che, per le contestazioni pervenute e portate avanti all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali, nel 2019 sono stati registrati 12 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. In tal merito, l'Autorità Garante si è espressa per la maggior parte dei casi, respingendo il ricorso e i rimanenti casi risultano ancora in attesa della determinazione dell'Autorità Garante.

Inoltre, nell'esercizio 2019 si è verificato un incidente di natura tecnica di data breach, di contenuta entità e senza impatti sugli interessati, prontamente gestito a tutela degli utenti e segnalato all'Autorità Garante come previsto dalla normativa. Il Gruppo ha introdotto procedure specifiche volte ad impedire il ripetersi di incidenti del medesimo tipo e adottato accorgimenti tecnici per rilevare anomalie rispetto ai comportamenti attesi. Relativamente al Gruppo Unidad Editorial, si segnala che ad oggi non vi è stata alcuna violazione della sicurezza o qualsiasi altro incidente che interessa i dati personali.

Il Gruppo Cairo Communication non ha registrato reclami nel 2019 in merito alle violazioni in tema Privacy da parte dell'Autorità Garante. Sono state registrate solo 3 richieste di cancellazione dati pervenute alla società Cairo Editore che sono state prontamente gestite internamente senza il coinvolgimento 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.

Al fine di disciplinare correttamente l'utilizzo della proprietà intellettuale di terzi, il Gruppo opera tramite politiche e prassi specifiche svolgendo anche attività di formazione alle funzioni aziendali esposte a tale rischio.

Il reato di violazione della proprietà intellettuale è anche mappato all'interno dei Modelli organizzativi 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, sia attraverso la crescita delle professionalità e dei mestieri che 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 può comporre 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 sia 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.

Con riferimento al Gruppo RCS, la gestione delle risorse umane 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 di riorganizzazione aziendale 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 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.

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 interna si sono favoriti gli spostamenti volontari: i dipendenti vengono infatti a conoscenza delle posizioni aperte attraverso il job posting sulla intranet aziendale. Nell'anno 2019 non ci sono stati accordi sindacali finalizzati alla gestione di ammortizzatori sociali. La dinamica delle relazioni industriali si è caratterizzata per la gestione delle attività ordinarie e per la finalizzazione delle organizzazioni del lavoro più funzionali rispetto alle modifiche del prodotto, in particolare verso l'evoluzione digitale che sta caratterizzando i mercati editoriali. La Direzione aziendale ha poi proseguito l'attività di finissaggio organizzativo, rispetto ai nuovi progetti editoriali, per ottimizzare le risorse e canalizzarle sulle attività digitali.

Con riferimento alla Legge n. 160/2019 recante "Bilancio di previsione dello Stato per l'anno finanziario 2020 e bilancio pluriennale per il triennio 2019-2021" RCS a partire da febbraio 2020 ha dato avvio ai passaggi amministrativi finalizzati al riconoscimento da parte del Ministero del Lavoro dello "stato di riorganizzazione aziendale in presenza di crisi" per i giornalisti e per il personale poligrafico e grafico di RCS MediaGroup S.p.A..

A valle della preventiva comunicazione alle rappresentanze sindacali, è stato presentato al Ministero del Lavoro il Piano di riorganizzazione di RCS MediaGroup S.p.A. la cui realizzazione comporterà l'insorgenza di esuberanti per complessivi 240 dipendenti, da gestirsi attraverso il ricorso alla C.I.G.S. e al prepensionamento espressamente previsti.

La riorganizzazione verrà gestita con la componente sindacale, con la quale sono in corso di definizione specifici accordi sindacali in merito in particolare alla gestione degli esuberanti, e prenderà avvio successivamente al perfezionamento presso il Ministero del Lavoro degli accordi sindacali interni e all'ottenimento da parte degli enti competenti dell'autorizzazione all'utilizzo degli ammortizzatori sociali di legge richiesti.

I piani di prepensionamento si inseriscono nel contesto della riorganizzazione in corso, anche dei processi editoriali proiettati allo sviluppo del digitale e sono funzionali al conseguimento di una maggiore flessibilità così come all'ingresso di nuove competenze.

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 ritengono 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.

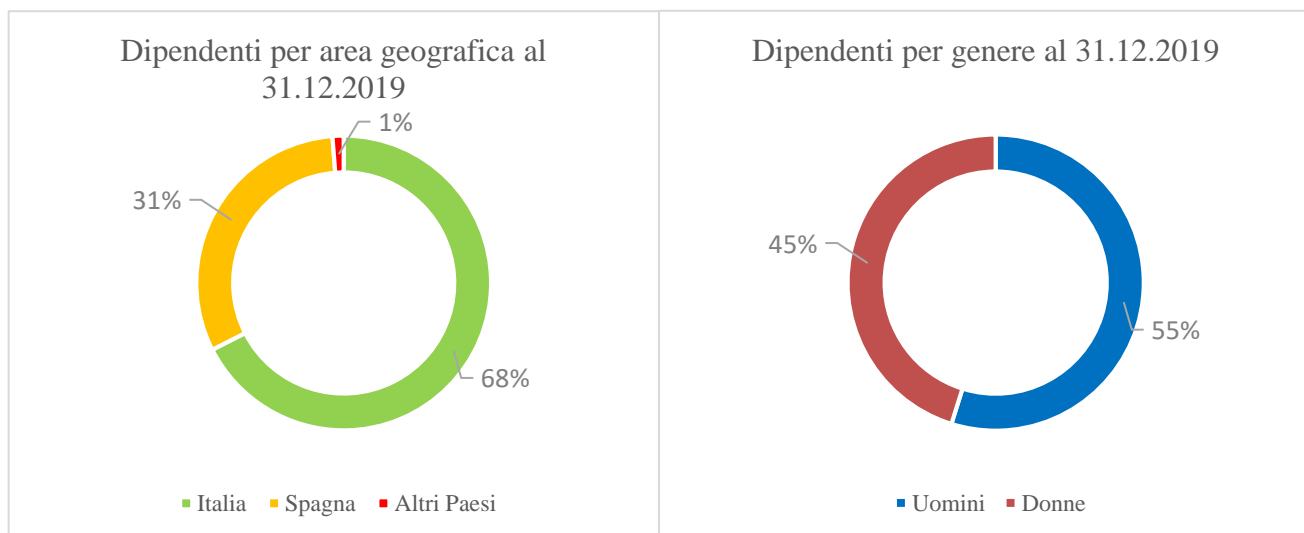
Infine, nell'area giornalistica e dell'informazione esistono circostanze nelle quali il personale aziendale può trovarsi ad operare in aree geografiche a rischio per la propria incolumità fisica o che espongono il personale a rischi di carattere sanitario. In questi casi vengono adottate misure di valutazione 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 o l'utilizzo di adeguate misure di protezione. 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 2019 il numero di dipendenti è stato pari a 4.027¹ unità e si è ridotto di 17 unità rispetto all'anno precedente, a seguito di una dinamica determinata da un lato da azioni di riorganizzazione ed efficienza, dall'altro da una politica di sviluppo degli asset digitali e di diversificazione dei ricavi (i.e. RCS Academy e casa editrice Solferino), oltre ad operazioni di stabilizzazione e gestione del turnover.

La quasi totalità dei dipendenti (97%) è assunta con contratto a tempo indeterminato; nel 2019 il numero di dipendenti con contratto a tempo determinato si è ulteriormente ridotto a fronte della trasformazione della forma contrattuale in tempi indeterminati.

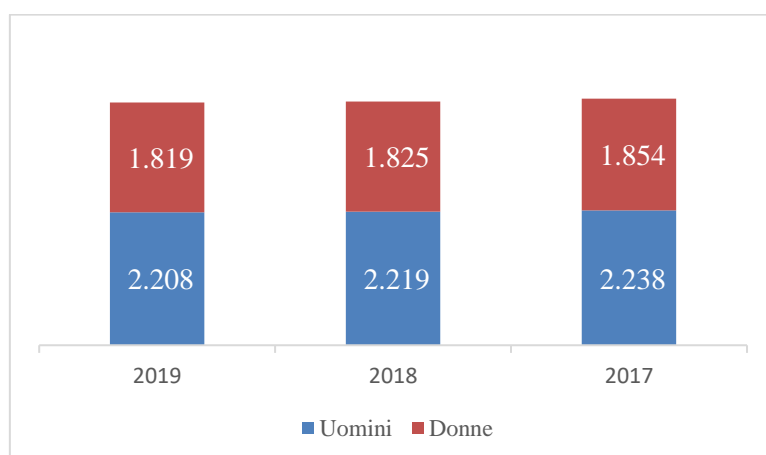
Nel periodo di rendicontazione, il tasso di turnover² in uscita registra una lieve diminuzione attestandosi al 4% (5% nel 2018) ed il tasso di turnover in entrata registra una lieve crescita attestandosi al 4% (3% nel 2018)³.

¹ 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.

² 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.

³ In Italia il Gruppo si avvale inoltre di lavoratori non subordinati, quali agenti (pari a 273) e collaboratori (pari a 400).

Di seguito il trend dei dipendenti per genere nel triennio 2019 - 2017.



Tra le iniziative finalizzate a migliorare i servizi di welfare aziendale e il bilanciamento tra vita professionale e vita privata, si segnalano:

- l'asilo nido aziendale in via Rizzoli, operante dal 2004 per i dipendenti con figli di età tra i 3 e i 36 mesi e gestito da una cooperativa sociale senza scopo di lucro, grazie al contributo di RCS per il sostenimento dei costi fissi, per la retta a carico dipendente e per la somministrazione dei pasti;
- i diversi servizi presenti presso la sede di via Rizzoli, quali gli spazi adibiti al servizio di mensa aziendale, la filiale di una banca con sportello bancomat, il Cral/Dopolavoro, uno spazio dedicato all'ospitalità di temporary shop, ecc.
- una serie di convenzioni in La7 con diversi operatori quali ad esempio istituti bancari, assicurativi, commerciali e di wellness, corsi di laurea a costi molto vantaggiosi con l'Università Lumsa, ecc.

Nel corso degli anni il Gruppo ha poi promosso diverse iniziative rivolte ai dipendenti: in particolare, nel 2019 si segnalano presso la sede di via Rizzoli la Campagna Nastro Rosa 2019 della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT) di Milano, con visite senologiche gratuite per le dipendenti e due donazioni del sangue promosse da AVIS .Milano. Anche La7 ha ospitato gli automezzi dell'AVIS per la donazione del sangue e indetto "La giornata per la prevenzione del diabete" a cui sono stati invitati tutti i dipendenti.

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 2019 le donne nel Gruppo sono pari al 45% dei dipendenti, in linea con gli esercizi precedenti.

Dipendenti per qualifica (n.)	2019			2018			2017		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	92	23	115	90	22	112	88	20	108
Quadri	184	140	324	190	140	330	193	145	338
Impiegati	853	1.010	1.863	835	1.006	1.841	847	1.032	1.879
Direttori di Testata	34	14	48	35	15	50	38	14	52
Giornalisti	835	611	1.446	857	620	1.477	858	621	1.479
Operai	210	21	231	212	22	234	214	22	236
Totale	2.208	1.819	4.027	2.219	1.825	4.044	2.238	1.854	4.092

Si segnala che nel corso del periodo di rendicontazione, non sono stati segnalati episodi di discriminazione né all'Organismo di Vigilanza né alla funzione Risorse Umane di ciascuna società del Gruppo.

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 sono stati svolti i corsi obbligatori in materia di salute e sicurezza e i corsi di aggiornamento sulla normativa di riferimento; tuttavia si evidenzia un calo nel volume delle ore di formazione rispetto all'anno precedente, riconducibile prevalentemente alla temporanea sospensione delle attività formative manageriali in RCS per far fronte alla definizione di nuovi processi e linee strategiche di investimento sullo sviluppo delle risorse umane.

Si segnala che La7 ha continuato nelle attività precedentemente avviate di formazione, ottemperando, da un lato, alla normativa relativa a salute e sicurezza, e dall'altro, erogando una formazione manageriale specialistica (coaching, formazione a distanza su temi di economia/globalizzazione, sostenibilità, ecc.). A questi corsi si sono affiancati interventi di formazione che hanno sostenuto e sviluppato competenze tecniche su sistemi di post produzione e palinsesto, ERP, di aggiornamento normativo per l'Amministrazione del Personale e di aggiornamento sulla normativa relativa alla diffamazione per le funzioni legale e produttiva.

Il Gruppo inoltre ha ricevuto, nel 2019, contributi pari a Euro 114.080 per attività formativa erogata ai propri dipendenti.

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

Ore di formazione per tipologia di corso (n.)	2019	2018	2017
Formazione manageriale	1.178	1.007	790
Formazione specialistica in tema giornalistico/artistico	1.239	8.401	3.183
Formazione lingue straniere	1.424	12.579	17.568
Induction per i nuovi assunti	10	168	10
Salute e Sicurezza (obbligatoria)	5.176	8.929	2.451
Anti corruzione (Modello 231)	349	776	78
Altro (formazione tecnica specifica per funzione)	5.214	3.001	3.794
Totale	14.590	34.861	27.874

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. In tale contesto, 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 poligrafici⁴ e nei contratti collettivi nazionali spagnoli.

La percentuale di dipendenti coperta da accordi collettivi è del 96%⁵.

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.

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. Vi è pertanto un impegno continuo a rispettare e a far rispettare la normativa cogente e le specifiche procedure in materia di salute e sicurezza sul lavoro.

⁴ 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

⁵ 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

I processi produttivi, l'attività svolta dai dipendenti/giornalisti e l'organizzazione di eventi/manifestazioni sportive sono oggetto di un monitoraggio continuo da parte delle figure preposte, al fine di individuare ed attuare, in tempi rapidi, i necessari interventi strutturali e organizzativi di prevenzione e protezione. I seguenti prioritari obiettivi contribuiscono a diffondere la "Cultura della Sicurezza" che il Gruppo promuove da sempre:

- 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;
- ideare e attuare programmi formativi specifici;
- 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 conformi a tutte le leggi, le politiche e gli standard in materia di salute e sicurezza;
- promuovere la sensibilizzazione nei confronti della salute e della sicurezza delle persone.

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.

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.

Il numero di infortuni del 2019 risulta complessivamente inferiore rispetto all'anno precedente. Si registrano tuttavia alcuni infortuni, riconducibili a cause accidentali (urti, cadute, distorsioni) non direttamente imputabili all'attività lavorativa. Nel corso dell'anno non sono stati accertati casi di malattie professionali.

Si riporta di seguito il numero di infortuni per tipologia, genere e Paese per il 2019 e i due esercizi precedenti:

Numero di infortuni	2019			2018			2017		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Sul lavoro	16	1	17	15	4	19	7	3	10
<i>Italia</i>	8	1	9	4	1	5	3	-	3
<i>Spagna</i>	8	-	8	11	3	14	4	3	7
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
In itinere	11	7	18	7	16	23	18	15	33
<i>Italia</i>	6	5	11	4	7	11	9	8	17
<i>Spagna</i>	5	1	6	3	9	12	9	7	16
<i>Altri Paesi</i>	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Totale	27	8	35	22	20	42	25	18	43

Si segnala inoltre che, a partire dal mese di gennaio 2020, lo scenario nazionale e internazionale è stato caratterizzato dalla diffusione del Coronavirus (COVID-19) e dalle conseguenti misure restrittive per il suo contenimento, poste in essere da parte delle autorità pubbliche dei Paesi interessati. A partire dalla seconda metà del mese di febbraio, la diffusione del virus sta colpendo significativamente, per numero di casi e velocità di diffusione, l'Italia e, in particolare, la Regione Lombardia. Le misure di contenimento adottate dal Governo italiano stanno avendo conseguenze immediate sull'organizzazione e i tempi del lavoro nonché sull'attività del Gruppo. Anche in Spagna, la diffusione del virus ha conosciuto un'accelerazione a partire dalla seconda metà di marzo e il Governo ha adottato misure di contenimento simili a quelle già in essere in Italia. L'attuale emergenza sanitaria, oltre al grave impatto sociale, sta avendo ripercussioni, dirette ed indirette, anche sull'andamento generale dell'economia, determinando un contesto di generale incertezza.

L'emergenza sanitaria del Coronavirus (COVID-19) ha comportato una serie di azioni volte a fronteggiare il rischio della stessa. In Italia, in RCS è stato costituito un Comitato interno, che si coordina con i presidi in essere in tutte le sedi del Gruppo presenti sul territorio italiano (Milano, Roma, ecc.), ed in Spagna è stata costituita la Commissione Salute, dedicati alle problematiche relative all'emergenza in atto.

Analoghi comitati sono stati costituiti nelle altre società del Gruppo (La7, Cairo Editore, etc.). Di seguito si riassumono le misure messe in atto fin dalle prime fasi dell'emergenza ad oggi:

- comunicazioni al personale dipendente e collaboratori circa le informazioni riguardanti l'emergenza da COVID-19, le misure messe in atto e le raccomandazioni sui comportamenti da adottare per limitare la diffusione dell'infezione;
- incrementate significativamente le attività di pulizia e sanificazione degli ambienti di lavoro, con uso di prodotti specifici, secondo prescrizioni ministeriali e predisposti in tutte le sedi i dispenser di prodotti specifici per l'igiene delle mani;
- avviato lo "smart working" per la gran parte dei lavoratori, presso tutte le sedi d'Italia e Spagna;
- limitata allo stretto indispensabile la presenza di lavoratori in azienda piuttosto che l'accesso di ospiti presso gli studi televisivi, dove è stato vietato l'accesso al pubblico;
- attuate, per i lavoratori la cui presenza in azienda è ritenuta necessaria, tutte le misure di prevenzione, in attuazione delle prescrizioni di legge e secondo protocollo 14.03.2020, ossia: create postazioni lavorative a distanza interpersonale di sicurezza, incrementata la sanificazione degli spazi aziendali e le postazioni di lavoro, forniti i dispositivi di protezione da utilizzare nei casi previsti (guanti, mascherine e coprimicrofoni individuali), messa a disposizione dei lavoratori di materiale e prodotti specifici per l'igienizzazione degli oggetti d'uso personale (telefoni, tastiere, mouse, etc.);
- compatibilmente con le possibilità di approvvigionamento, al momento molto limitate, si sta provvedendo alla distribuzione/rifornimento di dispositivi di protezione, nelle redazioni, nei poli di stampa, negli studi televisivi e negli uffici la cui operatività deve essere garantita.

I comitati interni in Italia e i diversi presidi territoriali si coordinano con i medici competenti per le misure da adottare in caso di situazioni di emergenza nelle diverse sedi aziendali o presso insediamenti/studi televisivi che presentano particolari criticità, in coerenza con le disposizioni di legge e le prescrizioni da parte delle strutture sanitarie locali (ingressi scaglionati, misurazione temperatura corporea, accesso degli ospiti e del pubblico presso gli studi televisivi, ecc.). La Commissione Salute in Spagna ha predisposto un "protocollo di allerta" e si riunisce per analizzare l'avanzamento dell'implementazione dello "smart working" e condividere le misure straordinarie da applicare (pulizia, mensa, ecc.).

Il Gruppo sta monitorando quotidianamente l'evolversi della situazione al fine di minimizzare gli impatti sia in termini di salute e sicurezza sul lavoro sia in termini economici, patrimoniali e finanziari, mediante la definizione e implementazione di piani di azione flessibili e mirati alla tempestività.

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.

Il Festival delle Valli Reatine: dal 3 al 4 agosto 2019, il magazine Dove, in collaborazione con la Regione Lazio, ha ideato e realizzato il primo Festival delle Valli Reatine, un evento che ha portato i riflettori sui 15 Comuni della provincia di Rieti colpiti dal sisma nel 2016. Il "Polo del Gusto, della Tradizione e della Solidarietà" di Amatrice si è trasformato in un teatro di incontri e interviste ai protagonisti del territorio che hanno potuto raccontare le proprie storie di rinascita e di resilienza. Il pubblico ha potuto partecipare alle tante attività organizzate sul campo, dal trekking sulle antiche vie della transumanza fino alle lezioni di cucina per imparare la vera ricetta della pasta all'amatriciana. Tutto l'evento è stato anticipato, raccontato e approfondito da Dove, sia in edicola sia on-line attraverso il sito dedicato, dovefestival.it, con un'audience totale raggiunta di 7.915.000 persone (Fonte Audipress). Il progetto è stato una grande occasione per promuovere un nuovo modello di turismo sostenibile in grado di valorizzare la bellezza dei luoghi e produrre economia e benessere a beneficio esclusivo delle comunità residenti e del paesaggio naturale.

Un Aiuto Subito: Il Corriere della Sera e il TgLa7 due giorni dopo gli accadimenti devastanti dell'acqua alta a Venezia, hanno lanciato l'iniziativa "Un aiuto subito per Venezia", raccolta di solidarietà che non è nuova per le due testate: nel 2012, per esempio, si erano mobilitate per il terremoto in Emilia, un anno dopo per l'alluvione in Sardegna, nel 2016 per il terremoto in Centro Italia. Il risultato dell'operazione è stato quello di raccogliere più di 900 mila euro che, il 4 febbraio, Luciano Fontana, direttore del Corriere della Sera, ed Enrico Mentana, direttore del TgLa7, hanno affidato nelle mani del sindaco di Venezia Luigi Brugnaro. I fondi raccolti hanno consentito l'acquisto di 10 nuove pompe e 16 generatori che permetteranno a tecnici e operai di liberare abitazioni e calli dell'isola di Pellestrina, in caso di altri eventi di acqua alta.

Premi TELVA Solidali: i premi vengono riconosciuti, in collaborazione con gli sponsor, alle ONG spagnole che si caratterizzano per le loro piccole dimensioni e per la gestione di un ridotto volume di denaro. Quest'anno i premi hanno sovvenzionato progetti di ricerca di malattie precoci nei bambini, di accoglienza di donne a rischio di esclusione per violenze di genere, disabilità e tossicodipendenza, di approvvigionamento idrico in Uganda, di rifornimento di biciclette in Burkina Faso oltre a progetti di formazione professionale delle donne rurali e indigene in Paraguay.

PRODUZIONE E DIVULGAZIONE DI CULTURA E INFORMAZIONE

Premio Cairo: si è tenuta il 20 novembre a Milano, nelle prestigiose sale di Palazzo Reale, la premiazione del 20° Premio Cairo, curata dalla redazione del mensile "Arte" della società Cairo Editore S.p.A., 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 20° edizione ha

visto la partecipazione di venti artisti internazionali selezionati dalla redazione di “Arte” e l’assegnazione al vincitore di un premio in denaro, una targa di merito e la copertina del numero di “Arte” di gennaio 2020, oltre che di un ampio servizio all’interno della rivista. Dal 2000 viene data l’opportunità a giovani artisti 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; tale appuntamento è divenuto, nel tempo, un momento particolarmente atteso da collezionisti, galleristi, giornalisti e artisti.

Premio Arte: nato nel 1991, 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 2019 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 19 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 1.700 incontri, 3.500 relatori italiani e stranieri e un pubblico di oltre 650.000 persone. Ha inoltre organizzato oltre 60 mostre, soprattutto dedicate al patrimonio grafico del Corriere della Sera e del supplemento domenicale “la Lettura” (di cui l’ultima al titolo “La Poesia è di tutti”, come descritta al punto successivo). La Fondazione è anche casa editrice e pubblica tre collane editoriali che ospitano volumi che intendono ricostruire momenti significativi della storia culturale, politica e sociale italiana attraverso il ricco materiale documentario custodito presso l’archivio storico del Corriere. Il catalogo conta oggi oltre 40 titoli, l’ultimo, uscito nel 2019, è “Programmi e commiati. Gli editoriali dei direttori del Corriere 1876 - 2015”. In queste molteplici attività si concretizza l’impegno della Fondazione, 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 poesia è di tutti” ospitata nel 2019 in Triennale a Milano con grande successo di pubblico e dedicata ai diversi linguaggi con cui il supplemento ha trattato questa forma espressiva. La testata ha inoltre un vitale riverbero nei principali avvenimenti culturali italiani e organizza incontri in occasione di manifestazioni dedicate al libro.

I Premi: 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. Si segnala quest'anno l'istituzione dei Cook Awards, riconoscimenti alle personalità italiane e internazionali del mondo del food che, proprio come il mensile Cook, sanno essere ambasciatrici in modo innovativo del cibo e della cucina, intesa non solo come alimentazione, ma anche come racconto, tradizione, condivisione e molto altro. La *Gazzetta dello Sport* contribuisce alla diffusione di valori quali lealtà e correttezza sportiva anche grazie alla creazione del Premio Facchetti – Il Bello del Calcio, giunto alla tredicesima edizione e che quest'anno è stato assegnato a Gianluca Vialli il quale ha devoluto il premio di 10.000 euro alla Fondazione Vialli e Mauro per la ricerca e lo sport Onlus.

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 paralimpici, vinta quest'anno da Simone Barlaam. A consegnargli il premio, la campionessa paralimpica Bebe Vio. Tra i premi assegnati, anche il Premio Sportweek al debutto quest'anno, che in nome dei valori dello sport è stato conferito alla Nazionale femminile di calcio, che ha testimoniato in modo eccellente l'eguaglianza nel campo dello sport. Tale evento è stato anche trasmesso su La7.

BiciScuola: progetto legato al Giro d'Italia con l'obiettivo di far conoscere nelle scuole primarie il mondo e i valori del Giro avvicinando i giovani all'uso della bicicletta, al fairplay, all'educazione ambientale e alimentare, ai temi della sicurezza e dell'educazione stradale. Ogni anno 2.000 classi, con circa 50.000 bambini coinvolti, sono sensibilizzate su temi così importanti per la loro educazione, facendo vivere alle migliori classi una giornata al Giro d'Italia.

Museo El Prado 200° Anniversario: il Museo Nazionale del Prado ha ospitato la cerimonia di premiazione della XVIII edizione dei Premi Internazionali di Giornalismo de *El Mundo* in cui sono stati rivendicati i valori tradizionali del giornalismo ed anche l'opportunità offerta dalla tecnologia come garanzia del futuro a una professione vitale per la salvaguardia della democrazia e della libertà.

Atlantide: La7 ha dedicato, attraverso il programma di Andrea Purgatori, una programmazione composta sia di film che di documentari volti a raccontare la cultura e la storia italiana recenti: il terrorismo (strage di Piazza Fontana e vicende del gruppo Prima Linea), il caso Ambrosoli, il terremoto all'Aquila del 2009, il caso Emanuela Orlandi, la vicenda Thyssenkrupp ed il precariato, la lotta alla mafia (strage di Capaci e omicidio Borsellino), il fascismo, Ustica, Tangentopoli, la strage del Cermis, Mafia Capitale. Il programma ha affrontato anche temi di rilevanza internazionale come I muri (Berlino 1989 e Messico 2019), il delitto Kashoggi, la salvezza del Pianeta, il disastro di Chernobyl. Due serate sono state dedicate, rispettivamente, alla memoria di Ilaria Alpi e Miran Hrovatin e a quella del Grande Torino.

L'Unione fa la forza: La7 ha trasmesso, nella seconda metà dell'anno, quattro docu-film prodotti con i finanziamenti della UE che hanno raccontato realtà nelle quali la cooperazione tra i Paesi membri ha

affrontato delle emergenze (quali ad es. la gestione degli incendi in Campania, che ha visto la collaborazione di vigili italiani, belgi e sloveni).

Giornata della memoria: La7 ha riservato un intero pomeriggio alla ricorrenza trasmettendo, all'interno del contenitore "La7 ricorda", uno Speciale condotto da Andrea Purgatori e i film "La tregua" e "L'onda".

VALORIZZAZIONE DEL 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, 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?: dal suo esordio, L'Economia festeggia il suo compleanno con un evento e uno speciale, a coronamento di un lungo progetto editoriale dedicato alle PMI italiane. Una ricerca che attraverso cinque focus per cluster tematici seleziona le migliori 500 PMI italiane che si sono distinte negli ultimi sei anni per crescita costante, capacità di generare utile 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.

Innovatori 2020 è ormai l'appuntamento annuale di tutti i protagonisti della scienza, dell'economia, dell'industria e dell'arte. Un momento di condivisione per dare contenuti all'agenda di un'Italia che ha voglia di rinnovarsi per non essere solo follower del cambiamento.

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 calcio che amiamo: il 24 maggio in Vaticano, è stata una giornata di celebrazione dei valori autentici del gioco. Oltre cinquemila bambini e ragazzi hanno ascoltato le parole di Papa Francesco: "Il calcio è il gioco più bello del mondo". L'evento, organizzato da La Gazzetta dello Sport in collaborazione con Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, Federazione italiana gioco calcio e Lega Serie A, ha visto la presenza di grandi campioni, allenatori e vertici delle istituzioni sportive italiane per parlare del calcio come educazione, inclusione e divertimento.

"Gol!": Tra le molte collane di collaterali lanciate nel 2019 da La Gazzetta dello Sport, "Gol!" si distingue per la capacità di far appassionare i bambini alla lettura, veicolando inoltre importanti valori di fairplay e spirito di squadra. Realizzata in collaborazione con il Battello a Vapore, diffusa in edicola anche dal Corriere della Sera, la fortunata collana di libri scritti dal giornalista della Gazzetta Luigi Garlando racconta le sfide, le vittorie e le avventure di un gruppo di ragazzi e ragazze uniti dalla passione per il calcio. Protagoniste di "Gol!" sono le Cipolline, la squadra in cui tutte le bambine e i bambini possono entrare, giocare e divertirsi. Il loro motto è: "Chi si diverte, non perde mai".

Il Festival dello Sport: il 2019 ha visto la seconda edizione del grande evento che ha tra i suoi obiettivi quello di avvicinare al grande pubblico i volti celebri e i valori dello sport. Con il titolo «Il fenomeno, i fenomeni», Il Festival dello Sport ha raccolto a Trento, dal 10 al 13 ottobre, il meglio dello sport nazionale e internazionale in oltre 140 eventi nei quali più di 350 ospiti sono stati intervistati dai giornalisti della redazione, costruendo un grande racconto che il pubblico presente - ben 65.000 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 cinque 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.

El Mundo Zen Adecco: per il quarto anno consecutivo, la sezione Welfare del quotidiano *El Mundo* e Adecco si sono riunite per premiare quelle aziende e manager impegnati per lo sviluppo di piani aziendali per promuovere abitudini sane, creatività, solidarietà e imprenditorialità, cercando di favorire la felicità delle persone che ne fanno parte.

Foros Inserta Expansion de Empleo y Diversidad: nel corso del 2019 Fundación Once e Inserta Empleo, in collaborazione con la rivista Expansion, hanno organizzato un ciclo di conferenze in diverse comunità autonome. Si è trattato di una piattaforma di lavoro in rete e di innovazione sociale che ha consentito la condivisione di pratiche, strumenti ed esperienze per incentivare uno sviluppo efficace di politiche di reclutamento per le persone con disabilità, oltre alla promozione della gestione dei talenti.

La Jornada de los niños en Marca: si cercano le giovani promesse del giornalismo sportivo attraverso i mezzi della testata *Marca* selezionando i video inviati dai ragazzi tra gli 11 e i 14 anni, in cui dimostrano la loro passione per i giocatori e per la loro squadra. I ragazzi selezionati, con l'aiuto dei giornalisti di *Marca*, potranno vivere un'occasione unica intervistando i giocatori come dei veri e propri giornalisti sportivi.

MARCA Sport Weekend: si è svolta a Marbella (Málaga) la prima edizione di un grande evento, *Marca Sport Weekend*, che ha tra i suoi obiettivi quello di avvicinare al pubblico i volti celebri dello sport oltre a promuovere i valori dello sport. Dal 15 novembre per 3 giorni, *Marca* ha fatto di Marbella la capitale dello sport ed ha riempito le sue strade con oltre 50 attività ed esperienze sportive attraverso incontri, conferenze, interviste, masterclass, mostre coinvolgendo le istituzioni e oltre 80 atleti nazionali ed internazionali. La prima edizione ha avuto un grande successo sia per il pubblico che per tutti i partecipanti, oltre ad un significativo impatto mediatico nazionale ed internazionale.

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. 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 - con particolare attenzione rivolta ai giovani, La7 ha offerto anche nel 2019 la possibilità di far conoscere da vicino la propria attività attraverso le seguenti iniziative filantropiche. Sono stati confermati gli accordi con l'Università degli Studi di Teramo: La7 ha aperto le porte dei propri studi televisivi agli studenti del corso di Giornalismo e Mass Media della Facoltà di Scienze della Comunicazione. Gli incontri sono stati preparati da dipendenti interni La7 con il Professore titolare della Cattedra. Gli argomenti trattati in questa occasione, in continuità con la precedente edizione, sono stati le differenze stilistiche, di lunghezza, di scrittura di un testo giornalistico destinato alla pubblicazione su mezzo televisivo rispetto ad uno dedicato al web. E' in preparazione una nuova serie di incontri che avranno come focus le nuove professioni nate grazie alla "narrazione transmediale".

Secondo Henry Jenkins, teorico delle nuove frontiere del multimedia, nel modello ideale di racconto transmediale, ciascun mezzo coinvolto è chiamato in causa per quello che sa fare meglio. Ogni singolo prodotto diviene così un tassello che porta al complesso della fruizione e spinge alla ricerca degli altri medium. Nasce così la figura del "Social Media Manager" che è stata introdotta nelle trasmissioni principali di La7 e che fornisce tessere diverse di un mosaico tendente al massimo della completezza dell'informazione. Gli studenti potranno osservare come si muove un Social Media Manager, interagendo con il racconto in diretta sul mezzo televisivo ed integrando i contenuti su piattaforma Web, in tempo reale, con aspetti particolari e curiosità. Gli Universitari visiteranno quindi gli studi televisivi in piena attività, scoprendo luoghi, tecnologie e professionisti per approfondire le proprie conoscenze e permettere loro di compiere scelte più consapevoli.

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 iO Donna, 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. Partito nel 2014 con le inchieste sul Lavoro, ha proseguito con le tematiche della Maternità nel 2015, Sesso&Amore nel 2016, Uomini&Cambiamento nel 2017, Felicità nel 2018 e

Corpi nel 2019. 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 centinaia di eventi, a cui nell'edizione del 2019 si sono aggiunti gli eventi diffusi sul territorio. 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.

Progetto 99ELODE: promosso da iO Donna con Fastweb Digital Academy e Cariplo Factory, ha lo scopo di valorizzare le giovani laureate più meritevoli d'Italia offrendo loro una settimana di formazione e orientamento sulle competenze digitali. Il progetto è stato pensato per dare un segnale concreto alle brave laureate d'Italia in un momento in cui il modo del lavoro è in evoluzione, soprattutto nella parte digitale, e che sia di aiuto per una maggior presenza femminile in ogni ambito lavorativo.

Fondazione Candido Cannavò: giunta al suo undicesimo anno di attività, la Fondazione Candido Cannavò per lo Sport, nata su iniziativa di 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 contributi messi a disposizione da RCS, dagli sponsor e da tanti donatori, molti dei quali acquisiti quest'anno grazie alla buona riuscita di campagne on-line attivate insieme alla piattaforma Wishraiser.

La Fondazione è da sempre molto attiva nelle carceri, dove realizza e ristruttura impianti come palestre e campi sportivi. Si segnala che nel corso del 2019 è stata intitolata ad Ottavio Missoni l'attività dei corsi sportivi per detenuti e polizia penitenziaria svolta all'interno della struttura di massima sicurezza. Inoltre, sempre nell'ambito della struttura carceraria, la stanza intitolata a Candido Cannavò è stata messa a disposizione delle Avvocate Emanuela Romano e Ilaria Commis che presteranno le loro consulenze a titolo gratuito a detenuti e poliziotti penitenziari.

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 autentica solidarietà.

La Fondazione Candido Cannavò per lo Sport quest'anno è tornata anche in Africa, dove ha sostenuto la scuola rurale di Gucci, aperta da padre Bernardo, da molti anni presente in Etiopia. Una realtà che oltre a

sopperire all'attività scolastica-sportiva fornisce anche il sostentamento alimentare dei giovani etiopi di quell'area.

Inoltre la Fondazione Cannavò ha statutariamente a cuore anche la lotta contro i disvalori purtroppo presenti nella vasta platea sportiva nazionale, partendo dall'affermazione e dalla 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.

Sportweek: Sabato 6 aprile Sportweek, il magazine de La Gazzetta dello Sport, è uscito in edizione speciale, interamente dedicato allo sport femminile. Sportweek Women ha reso omaggio alle atlete con bellissimi scatti, interviste, storie inedite e coinvolgenti sulla loro vita, la carriera sportiva, la presenza sui media e sui social e la spesso acrobatica conciliazione con gli impegni familiari.

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.

Femenino Singular: è il programma radiofonico di *Radio Marca* dedicato esclusivamente alle conquiste delle donne nel mondo dello sport e dove vengono raccontate le storie delle protagoniste insieme alle strategie da seguire per raggiungere una maggiore uguaglianza nel mondo dello Sport.

Conquistando la Igualdad: progetto di cui fa parte Unidad Editorial e che mira a mobilitare i principali attori della società, attraverso l'intelligenza collaborativa, per promuovere cambiamenti affinché si raggiunga un'uguaglianza efficace e reale tra uomini e donne.

YO DONA working women day: in occasione della giornata internazionale della donna (8 marzo) Yo Dona organizza una conferenza di presentazioni e tavole rotonde in cui i relatori mostrano al pubblico la loro visione e il ruolo delle donne nel mondo degli affari.

SALUTE E ALIMENTAZIONE

Cook: è il 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 è stato coinvolto 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.

Il Tempo della Salute: lanciato a novembre, il Festival è dedicato al tema dello stare bene. Si tratta di giornate che si sviluppano tra forum, talk, academy, aree espositive, mostre e tanto altro, insieme ai principali protagonisti del modo della salute e della medicina, ai giornalisti del Corriere della Sera, agli esperti di Corriere Salute e a tante personalità, per fornire utili informazioni e confronti su tutto ciò che può contribuire al nostro benessere.

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 due anni 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. Dal 2019, con il lancio della sezione Gazzetta Active, il Canale Alimentazione ha aumentato la sua visibilità.

Pink is Good: l'8 marzo, in occasione della Festa della Donna, La7d ha trasmesso lo speciale "Pink is good – la mia nuova vita", sempre a cura della fondazione Umberto Veronesi. E' la storia di quattro donne che, dopo aver affrontato e superato il tumore al seno, si sono messe in gioco nel progetto di correre per il "Pink is good Running Team" della Fondazione.

L'Ora della Salute: è stato trasmesso da La7 una nuova edizione del programma promosso dalla Fondazione Umberto Veronesi e dalla Teva, volto a garantire valide informazioni sul piano scientifico e sulla ricerca.

CuidatePlus: il programma è realizzato in collaborazione con il Ministero dell'Educazione della Comunità di Madrid ed è un'iniziativa nata con l'obiettivo di sensibilizzare gli alunni della scuola primaria ad avere cura di sé in modo responsabile e migliorare le abitudini salutari in tutte le fasi della vita.

GREEN

Eden - Un pianeta da salvare: con uno Speciale puntata unica, in onda a ottobre 2019 e con una nuova serie in onda da gennaio 2020, La7 ha avviato la trasmissione di una nuova prima serata, condotta da Licia Colò, incentrata sul racconto delle bellezze del nostro pianeta ma anche delle sue fragilità e che, per questo motivo, vuole porre un accento sull'urgenza di virare verso un approccio di tutela e di salvaguardia, proponendo alternative già avviate da chi ne ha compreso l'importanza.

Riciclo di classe: Buone Notizie ha firmato, come testata di riferimento, l'iniziativa "Riciclo di Classe 2019". Un progetto per le scuole elementari sviluppato con il Conai e che nel 2019 ha visto la realizzazione di uno spettacolo dal titolo "Dipenda da noi" rivolto agli alunni delle scuole primarie. Il progetto vuole incoraggiare fin dall'infanzia comportamenti responsabili e uno sguardo attento nei confronti dell'ambiente, attraverso 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, 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 organizza inoltre incontri annuali 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 sul territorio a livello nazionale ed internazionale: la salvaguardia dell'ambiente e del paesaggio.

Durante tutte le tappe del Giro 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. Nel 2019 la raccolta differenziata è arrivata al 92% (+1% rispetto al 2018, +3% rispetto al 2017).

La hora del planeta: Unidad Editorial, come gesto simbolico contro il cambiamento climatico e a favore delle iniziative di conservazione della natura, tra le 20:30 e le 21:30 spegne l'illuminazione presso la sua sede. Questa iniziativa si unisce alla richiesta di coinvolgimento di tutti nella lotta per l'ambiente.

Progetto pilota di mobilità "car sharing": nel corso del 2019 Unidad Editorial ha avviato un progetto di mobilità sostenibile per i dipendenti mettendo a disposizione auto elettriche fornite dal partner commerciale. I dipendenti in questo modo hanno avuto una maggiore libertà di movimento potendo parcheggiare in qualsiasi zona della città oltre a contribuire a ridurre le emissioni di CO₂ in atmosfera.

Expansion Especial Energia: a febbraio 2019 *Expansion* ha pubblicato uno speciale sul tema della progressiva elettrificazione del pianeta per la riduzione delle emissioni in atmosfera che ha costretto le società del settore degli idrocarburi a reiventarsi. Questa iniziativa è stata completata da diversi eventi che hanno coinvolto le aziende del settore confrontandosi su temi come "Il ruolo degli investitori nel modello della transizione energetica", "Donna ed energia, sfide nella transizione energetica".

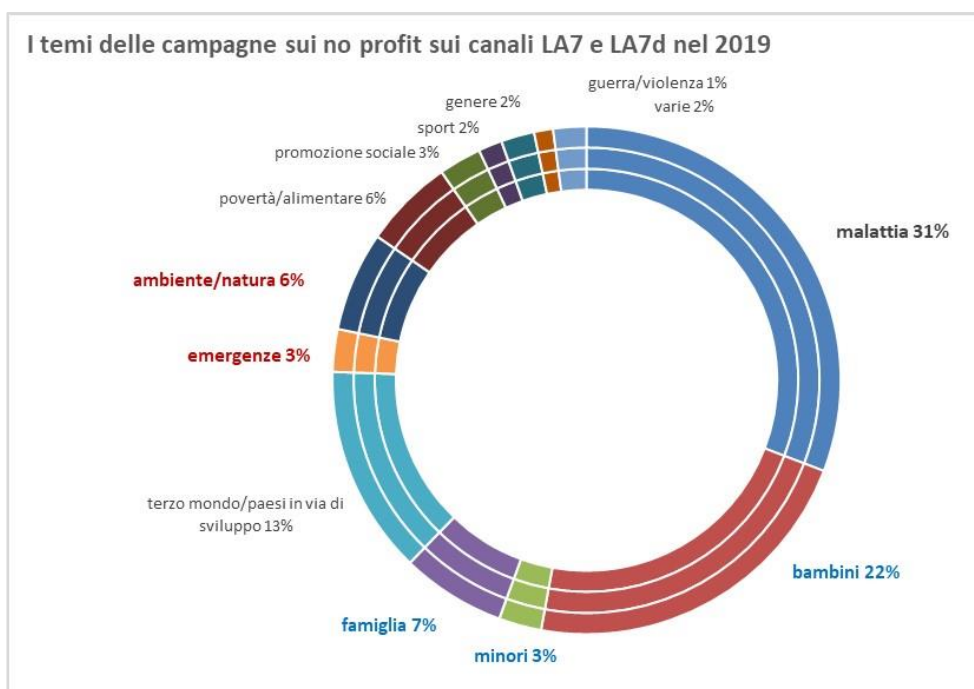
Expansion Especial Reciclaje: il 9 aprile 2019, in occasione della Giornata Mondiale del Riciclo, *Expansion* ha pubblicato uno speciale sui progressi nella riduzione e nel riutilizzo dei rifiuti.

SPOT DI COMUNICAZIONE ED INIZIATIVE SOCIALI

Spot di comunicazione ed iniziative sociali in ambito "televisivo" di La7:

Nel 2019 le reti di La7 hanno dato visibilità a circa 120 Associazioni/Organizzazioni Non Profit. Un supporto pari a 300 "passaggi" che La7 ha dato non solo attraverso spot, ma anche con interviste a rappresentanti delle organizzazioni, annunci dell'anchor o con la messa in onda dei "cartelli" con il riepilogo delle informazioni delle campagne.

Oltre al rapporto pluriennale con realtà quali la Fondazione Umberto Veronesi, AIL e AIRC, FAI-Fondo Ambiente Italia e Save the Children, nel 2019 La7 ha dato spazio a 50 ulteriori organizzazioni Non Profit (es. la nuova Associazione Familiari Vittime 29 Giugno Viareggio - Il Mondo che Vorrei), trattando complessivamente i temi sotto indicati.



Circa un terzo delle campagne sono state rivolte alla ricerca, prevenzione e cura delle malattie. Un ulteriore 32% ha riguardato la sensibilizzazione sui temi legati ai bambini e minori e alle relazioni con la famiglia: dalla realizzazione di case famiglia per l'accoglienza del nucleo familiare, alle cure dei bambini ed ai disagi sociali del minore. Significativo il 9% di campagne di sensibilizzazione e raccolta fondi legate alle emergenze dell'ambiente e della natura.

Spot di comunicazione ed iniziative sociali in ambito “digital” di La7:

Periodo	Progetti sostenibili 2019 sugli spazi digital de La7	Attività negli spazi digital de La7
2019	Atlantide	Property dedicata su La7.it
		Lanci social su fanpage La7
2019	L'ora della salute	Property dedicata su La7.it
		Lanci social su fanpage La7
gen-lug19	Banco dell'Energia	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv)
apr-19	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
mag-19	AIL 5x1000	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv) e pagina dedicata su La7.it
giu-19	AIL Giornata Nazionale per la lotta contro Leucemie, Linfomi e Mieloma	Campagna nello spazio La7 Consiglia su La7.it (homepage, rivedila7, live streaming e guida tv) e pagina dedicata su La7.it
lug-19	La7 sulla Luna per i 50 anni dal primo	Pagina dedicata su La7.it

Periodo	Progetti sostenibili 2019 sugli spazi digital de La7	Attività negli spazi digital de La7
	allunaggio del 1969	
set-dic19	Eden	Property dedicata su La7.it Lanci social su fanpage La7
ott-19	FAI - Ricordati di salvare l'Italia	Visibilità alle giornate FAI d'autunno con una property dedicata a tutte le iniziative
nov-dic19	TGla7 - Un aiuto subito per Venezia	Lancio dell'iniziativa dalle pagine di Tgla7.it
dic-19	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
dic-19	#inricordodipietroterraccina	Pagina dedicata su La7.it

Altre iniziative sociali:

Nel rispetto dei principi etici di solidarietà, i dipendenti delle diverse società, contribuiscono ogni anno a diversi progetti solidali attraverso raccolte fondi a favore di associazioni e/o enti benefici. Nel 2019, i dipendenti del Gruppo Cairo hanno potuto partecipare alla raccolta di solidarietà a sostegno dell'Associazione Genitori e Amici del bambino leucemico (AGAL) dell'Ospedale di Pavia e dell'Associazione U.n.a. Carmine Longo di Pontecagnano Faiano. Nel periodo natalizio il Gruppo ospita ogni anno alcune Onlus che, attraverso mercatini di solidarietà, raccolgono fondi da destinare ad iniziative di sostegno a soggetti più disagiati.

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 tali fornitori. Ci si riferisce in particolare all'esternalizzazione di una parte dei processi di stampa e al processo distributivo.

Rivestono fondamentale rilevanza le attività di acquisto di materie prime legate al processo produttivo (in particolare carta, inchiostri e lastre) e la gestione tecnica del “mux” ai fini televisivi. Inoltre il Gruppo si avvale del servizio di agenti per la vendita pubblicitaria e di collaboratori in ambito redazionale e dell'organizzazione di eventi sportivi.

9.1 Politiche praticate dall'organizzazione

Il Gruppo adotta nella relazione con i propri fornitori i principi di correttezza e trasparenza, applicando procedure di selezione svolte con imparzialità, secondo regole che comprendono la verifica di qualità, l'idoneità tecnica-professionale, il rispetto degli standard normativi applicabili (quali la salute e sicurezza sul lavoro, gli aspetti contributivi, gli aspetti etico-comportamentali, ecc.) e l'economicità della fornitura.

La selezione dei fornitori avviene, quindi, sulla base di criteri tecnici ed economici che attualmente considerano solo in parte gli aspetti sociali ed ambientali delle forniture. In tale ambito, per alcune tipologie di fornitori quali produttori di carta e produttori di beni collaterali, sono state introdotte ulteriori valutazioni e misure in ambito ESG (Environmental, Social and Governance ovvero Ambientale, Sociale e Governance) con riferimento al Gruppo RCS.

In particolare, relativamente alle cartiere che forniscono la carta per stampare i quotidiani, si segnala che il fornitore più importante, in termini di volumi utilizzati, ha ottenuto il rinnovo della certificazione “Ecolabel” anche con i più stringenti standard introdotti lo scorso anno (EU Ecolabel FR/011/013). Tale certificazione prevede, tra le altre, il riconoscimento delle fibre vergini provenienti da foreste gestite in modo sostenibile, l'obbligo di assenza di fibre derivate da specie geneticamente modificate, l'armonizzazione con altre norme e criteri relativi a sostanze pericolose, l'obbligo di un piano di gestione dei rifiuti e relativi obiettivi. Inoltre il più importante fornitore di carta utilizzata per la stampa dei libri è un produttore del Nord Europa la cui cartiera ha ridotti livelli di emissioni di CO2.

Per quanto riguarda invece i fornitori di beni collaterali di RCS che operano nei paesi extra UE, le misure adottate, a garanzia che gli stessi operino secondo criteri di sostenibilità, sono state quelle di inserire all'interno dei contratti, oltre al Codice Etico di Gruppo, anche un documento allegato, “Ethic Principles” che disciplina in maniera più approfondita gli aspetti di sostenibilità, quali lo sfruttamento del lavoro minorile e del lavoro forzato, gli abusi e la discriminazione, la salute e la sicurezza delle strutture gestite e

l'attenzione all'impatto ambientale, ecc. Il fornitore è tenuto a rispettare, sia direttamente sia indirettamente, tali prescrizioni al fine di poter essere scelto, identificato e mantenuto tra i fornitori del Gruppo RCS.

Inoltre, i fornitori di RCS MediaGroup Italia, al fine di qualificarsi all'interno del Portale Fornitori, sono tenuti ad accettare formalmente il Codice Etico e il Modello 231 della società del Gruppo contraente.

In Spagna, indipendentemente dalla categoria di beni forniti e in conformità con la politica di acquisto di Unidad Editorial, i fornitori, selezionati attraverso gare di appalto, devono aderire ai principi del Codice Etico di Gruppo.

A livello generale, 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.

Nel corso dei prossimi esercizi il Gruppo continuerà a migliorare il processo di selezione dei fornitori con l'integrazione di ulteriori criteri basati su standard di sostenibilità ambientale e sociale.

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, ha portato alla chiusura di alcune di esse accentuando la concentrazione e generando difficoltà nell'approvvigionamento, nonché dipendenza dai fornitori. La riduzione della richiesta ha portato, oltre alla riduzione di produzione di carte editoriali, alla conversione parziale della produzione degli stabilimenti verso packaging.

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.

Nel 2019 il processo distributivo è stato gestito per RCS MediaGroup in Italia tramite la collegata M-Dis Distribuzione Media S.p.A. e in Spagna tramite la controllata Logintegral mentre per Cairo Editore dal distributore nazionale SO.DI.P. S.p.A. (si segnala che da aprile 2020, a seguito della scadenza dell'accordo in essere, il distributore SO.DI.P. S.p.A. sarà sostituita da M-Dis Distribuzione Media S.p.A.).

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.

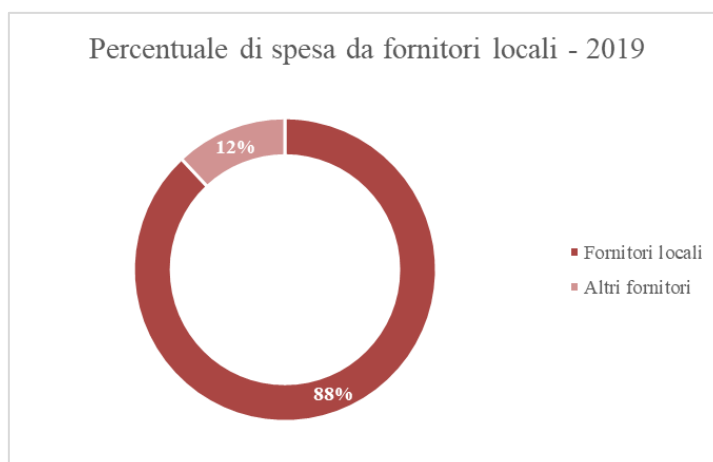
Il processo di selezione dei fornitori è articolato e coinvolge diverse Direzioni aziendali. È definito da una procedura o prassi interna, che prevede che la scelta dei fornitori di beni/servizi deve essere effettuata sulla base di una valutazione complessiva che tenga conto non solo della capacità di 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 della fornitura, 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 per il sistema di gestione della Qualità, ISO 14001 per il sistema di gestione ambientale e lo standard internazionale OHSAS 18001 per il 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.



A livello di Gruppo il peso degli acquisti effettuati da fornitori locali è pari all'88% e conseguentemente la quota di altri fornitori è pari al 12%, di cui:

- in Italia il peso degli acquisti effettuati da fornitori locali/italiani è dell'87% e conseguentemente da fornitori esteri è del 13%;
- in Spagna la quota dei fornitori locali è del 92% e quella degli altri fornitori/esteri è dell' 8%⁶.

Come indicato sopra, le dinamiche di acquisto avvengono prevalentemente all'interno dello stesso Paese in cui opera la società del Gruppo. 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.

⁶ Sono inclusi anche i dati di 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 gestite centralmente dalla Capogruppo Unidad Editorial e poco significative.

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 fornitori dimostrano il loro impegno verso l'ambiente attraverso 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, come già evidenziato nella parte "Politiche praticate dall'organizzazione".

Acquisto inchiostri

Con riferimento ai rischi legati all'operatività del Gruppo, un'altra delle principali categorie merceologiche è rappresentata dagli inchiostri per stampa. 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 svolto dal distributore nazionale fino ai distributori locali;
- la fornitura delle pubblicazioni alle rivendite/edicole da parte dei distributori locali;
- il ritiro delle rese da parte dei distributori locali.

Il trasporto ai distributori locali (trasporto primario) è svolto dal distributore nazionale 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 si avvale di poli stampa terzi. 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.

Come precedentemente indicato, nel 2019 il trasporto primario è stato svolto per Cairo Editore dal distributore nazionale SO.DI.P. S.p.A., per RCS MediaGroup in Italia dalla società collegata M-Dis Distribuzione Media S.p.A. e in Spagna dalla 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, El 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.

Si rimanda alla “Relazione finanziaria annuale al 31 dicembre 2019” di Cairo Communication S.p.A. per una descrizione dettagliata dell’attuale fase di evoluzione del quadro normativo e regolamentare inerente i diritti d’uso delle frequenze televisive, conseguente le previsioni delle Leggi di Bilancio 2018 e 2019, e della specifica e peculiare posizione di Cairo Network in relazione a tale contesto.

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

Oggi giorno parlare di ambiente sembra quasi una moda. Può darsi che per molti sia così ma ciò che conta è il risultato. Che sia per credo, per moda o per convenienza poco cambia.

L'importante è non perdere di vista l'obiettivo che coinvolge indifferente ognuno di noi: prendersi cura dell'ambiente che ci ospita. I mezzi di comunicazione dovrebbero fare la propria parte al di là delle convenienze. Ad oggi, in TV in pochi hanno dato a questi temi il giusto spazio in orari di punta, come se per "lavarsi la coscienza" fosse sufficiente raccontare di tanto in tanto quello che di brutto l'umanità sta facendo al pianeta.

Sappiamo tutti che non è un'impresa facile, ed è altrettanto certo che può non essere comodo sotto il punto di vista economico, ma lo è per il bene della collettività e questo non dovrebbe essere sottovalutato. Negli ultimi tempi si stanno vedendo i primi risultati perché in molti stanno cambiando i propri stili di vita.

Nel 2020 abbiamo avuto la possibilità di parlare del valore di una natura sana in una prima serata di La7. Una scommessa difficile ma piena di soddisfazioni. Un piccolo passo, certo, di un percorso che sempre più spesso si dovrebbe fare insieme e per il quale oggi i mezzi di comunicazione sono come le navi per gli esploratori di ieri. (Licia Colò)

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 destinati ad ufficio.

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 forniture “strategiche” di carta, ai processi di stampa e alle sedi/uffici in cui il Gruppo è locatario di edifici “multitenant”. 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.

Il Gruppo valuterà per i prossimi esercizi di integrare le proprie analisi – e di conseguenza la propria disclosure – rispetto all'impatto generato e subito dal Gruppo in ambito Climate Change, anche sulla base dell'evoluzione della normativa in materia, con particolare riferimento alle indicazioni della Commissione Europea (Comunicazione 2019/C 209/01 “Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario: Integrazione concernente la comunicazione di informazioni relative al clima”).

10.3 Modalità di gestione

Le iniziative e attività sviluppate nel corso del 2019 sono state rivolte al consolidamento di quanto già 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 è 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 terzi⁷; inoltre nel capitolo “12. Allegati” è presentato un maggior dettaglio dei prodotti utilizzati nei siti produttivi.

Come emerge dalla tabella sottostante, la carta, le lastre, gli inchiostri, gli additivi e tutti i materiali strettamente legati alla produzione evidenziano consumi in calo a causa dei minori volumi produttivi rispetto al 2018; in particolare si segnala un forte calo nel consumo di cellophane in quanto il Gruppo nel 2019 ne ha fortemente ridotto l’uso nel confezionamento dei pacchi di giornali, limitandolo ai casi realmente indispensabili quali protezione copie dalle intemperie ed elevati volumi di trasporto sui mezzi.

Materiali utilizzati – Siti produttivi⁸	u.m.	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/19
Carta	Kg	138.486.510	152.768.249	153.178.457	(14.281.739)	-9%
Inchiostri	Kg	827.138	890.388	830.707	(63.251)	-7%
Lastre	Nr	1.026.298	1.094.417	1.037.712	(68.119)	-6%
Additivi	Kg	54.050	67.200	52.600	(13.150)	-20%
Solventi	L	38.231	41.601	46.082	(3.371)	-8%
Altri chimici	L	17.170	13.427	14.311	3.743	28%
Cellophane	Kg	51.253	78.657	81.829	(27.404)	-35%

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 presente un impianto fotovoltaico, installato negli scorsi anni per il riscaldamento degli uffici, come indicato nella tabella sottostante quale consumo da fonte rinnovabile.

Il trend dei consumi di energia elettrica è in calo essendo principalmente influenzato dai volumi produttivi con il conseguente minor utilizzo delle rotative rispetto all’anno precedente. Tale decremento è parzialmente compensato dal lieve aumento dei consumi di gas rispetto al 2018 per un maggiore impiego degli impianti di riscaldamento. Per maggiori dettagli in merito ai consumi energetici ed ai fattori di conversione utilizzati si rimanda al capitolo “12. Allegati” del presente documento.

⁷ Il dato inerente l’utilizzo di carta include, oltre ai siti produttivi italiani del Gruppo, i poli di stampa terzi italiani (Bari, Catania e Cagliari) e spagnoli (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)

⁸ A seguito di un processo di miglioramento del sistema di rendicontazione i dati relativi alla carta per il 2018 e 2017 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente Dichiarazione Non Finanziaria. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda alla Dichiarazione 2018, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it

Consumi di energia all'interno dell'organizzazione - Siti produttivi (GJ)	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/18
Consumi da fonti non rinnovabili	96.745	100.180	103.381	(3.435)	-3%
Consumi da fonti rinnovabili	153	153	153	-	0%
Consumo totale	96.898	100.333	103.534	(3.435)	-3%

Sono anche in diminuzione i consumi di acqua, che è prelevata direttamente dal servizio idrico comunale. Per i siti produttivi di Milano e Padova, i consumi risultano sostanzialmente in linea con quelli del 2018 mentre per il sito produttivo di Padova si segnala una riduzione del consumo di acqua determinata dagli interventi volti alla sistemazione dell'impianto, con conseguente eliminazione delle perdite.

Consumi idrici - Siti produttivi (KLitri)	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/18
Acqua da acquedotto	31.614	34.651	39.254	(3.037)	-9%
Totale	31.614	34.651	39.254	(3.037)	-9%

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 e nel garantire la tracciabilità dei rifiuti, il 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 materiali chimici per lo sviluppo delle lastre, risultano lievemente in calo rispetto al 2018. Il calo della produzione ha invece avuto come conseguenza la diminuzione dei materiali destinati al riciclo (principalmente carta). Gli scarti di produzione vengono recuperati e gestiti all'interno del processo di macero, attraverso la vendita a maceratori specializzati, che sono selezionati tra i principali operatori presenti sul mercato..

Rifiuti Prodotti - Siti Produttivi (Tonnellate)	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/18
Rifiuti pericolosi	52,7	54,7	54,9	(2,0)	-4%
Rifiuti non pericolosi	6.211,8	7.043,3	6.109,5	(831,5)	-12%
Totale	6.264,5	7.098,0	6.164,4	(833,5)	-12%

Sedi e uffici⁹

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

⁹ Per il Gruppo RCS sono esclusi i dati di Last Lap Organizaçao de eventos S.L. e Last Lap S.L.

attività di sensibilizzazione dei dipendenti rispetto all'utilizzo di fotocopiatrici e di stampanti. Tali azioni trovano conferma nei dati sui consumi di carta che hanno subito una contrazione in Italia, soprattutto della carta A4, più utilizzata negli uffici.

Materiali utilizzati - Uffici e sedi (Kg)	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/18
Carta da ufficio	76.515	86.373	88.973	(9.858)	-11%

Altro aspetto rilevante per l'attività del Gruppo è la gestione dei rifiuti. I dati inerenti alla produzione e smaltimento dei rifiuti, per quanto riguarda l'Italia, si riferiscono alle sedi principali del Gruppo¹⁰, dove il Gruppo ha la gestione diretta dei propri rifiuti.

I dati legati ai rifiuti pericolosi mostrano quantità ridottissime e poco significative. Per quanto riguarda i rifiuti non pericolosi, il recupero della carta, che è trattato in questa sezione, riguarda sia la carta da ufficio che le copie invendute dalle edicole e quindi rese all'editore. Anche tale carta viene recuperata attraverso la vendita a maceratori specializzati.

Inoltre, ove non è possibile effettuare il macero, si segnala che è attivo nelle principali sedi italiane del Gruppo il servizio di raccolta differenziata.

La sensibilità nei confronti del tema della riduzione dell'uso della plastica ha portato La7 ad installare nelle sedi di Roma i primi 3 distributori di acqua microfiltrata, messa gratuitamente a disposizione dei dipendenti e visitatori delle sedi. Le prime installazioni sono avvenute a luglio del 2019 e hanno riscontrato un significativo successo, tanto da portare all'implementazione di ulteriori dispositivi di erogazione. Nel solo secondo semestre del 2019 si è riscontrata l'erogazione di circa 23.000 litri di acqua, comportando quindi una significativa riduzione dei consumi di acqua in bottiglia con conseguente minore uso di plastica. Nel contempo è stata ulteriormente migliorata la presenza di contenitori per la raccolta differenziata, così da sensibilizzare i dipendenti a smaltire in modo responsabile i rifiuti differenziabili e riciclabili.

Rifiuti prodotti - Uffici e Sedi (Tonnellate)	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/18
Rifiuti pericolosi	2,5	11,6	7,5	(9,1)	-78%
Rifiuti non pericolosi	31.317,5	32.913,8	35.798,7	(1.596,3)	-5%
Totale	31.320,0	32.925,4	35.806,2	(1.605,5)	-5%

Le azioni in materia di ottimizzazione dei consumi elettrici sono per la maggior parte già state messe in atto e si stanno valutando azioni più rilevanti di natura strutturale che, per ovvi motivi tecnici, hanno un respiro maggiore con tempi di realizzazione più lunghi. Dal momento che nelle sedi principali del Gruppo

¹⁰ I dati delle sedi periferiche di Cairo Communication e Cairo Pubblicità (Bologna, Firenze, Torino, Verona) non sono inclusi nei dati sui rifiuti (complessivamente pari a soli 450 m2). Il dato relativo alla carta da macero della Spagna non è stato incluso in quanto gestito direttamente dal distributore.

RCS la climatizzazione avviene attraverso pompe di calore, gli scostamenti nei consumi rispetto al 2018 sono in gran parte imputabili alle condizioni climatiche. A questo si aggiunge, anche se con ridotto impatto, un problema di malfunzionamento ad un gruppo frigo nel comparto Rizzoli, per ovviare al quale si è dovuto ricorrere – per un limitato periodo di tempo - a soluzioni alternative aventi un minor rendimento con conseguente aumento di consumi elettrici.

I consumi di gas, legati al riscaldamento delle sedi minori del Gruppo, sono sostanzialmente allineati al 2018. Per maggior dettagli in merito ai consumi energetici e ai fattori di conversione utilizzati si rimanda al capitolo “12. Allegati” del presente documento¹¹.

Consumi di energia all'interno dell'organizzazione - Uffici e Sedi (GJ)¹²	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/18
Consumi da fonti non rinnovabili	138.365	137.401	125.352	964	1%
Consumi da fonti rinnovabili	-	-	-	-	-
Consumo totale	138.365	137.401	125.352	964	1%

A seguito di un continuo miglioramento del processo di rendicontazione, i dati relativi alle risorse idriche del 2018 e 2017, sono stati rideterminati in quanto sono stati inseriti anche i consumi del Centro Sportivo di via Cefalù a Milano, oltre al ricorso ad una più corretta metodologia di calcolo, a partire dai dati del 2018, che ha consentito di definire con maggiore precisione il consumo idrico. Si evidenzia un sostanziale decremento dei valori delle acque da acquedotto che testimonia l'attenzione del Gruppo RCS anche in questo campo. 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 uffici). I dati sono stimati sulla base del consumo medio a m² delle sedi similari.

Si segnala che il consumo di acque sotterranee si riferisce solo alla sede di via Solferino ed è legato oltre all'utilizzo sanitario anche a quello tecnologico che consente il funzionamento dei sistemi di riscaldamento e raffreddamento.

Consumi idrici - Uffici e sedi (KLitri)¹³	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/18
Acque sotterranee	211.289	152.000	228.457	59.289	39%
Acqua da acquedotto ¹⁴	74.481	83.615	80.611	(9.134)	-11%
Totale	285.770	235.615	309.068	50.155	21%

¹¹ Sono state incluse nella rendicontazione dal 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.

¹² Per gli anni 2019 e 2018 è stato incluso il quantitativo dei consumi relativi alla totalità della flotta auto, che per il 2017 era incluso parzialmente nel consumo totale di energia e interamente nel calcolo delle emissioni dirette (scope 1).

¹³ I dati del 2018 e 2017 sono stati rideterminati. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda alla DNF 2018, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it.

¹⁴ I consumi di acqua da acquedotto della sede di Via Pineta Sacchetti della società La7 S.p.A. non sono disponibili in quanto rientrano nel contratto di locazione in essere con la proprietà dell'edificio.

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 tre categorie: emissioni dirette (cosiddetto Scope 1), emissioni indirette (cosiddetto Scope 2) e altre emissioni indirette (cosiddetto Scope 3). Per informazioni relative ai fattori di conversione utilizzati si rimanda al capitolo “12.Allegati” del presente documento.

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 2019 risultano in linea rispetto al 2018.

Emissioni dirette e indirette (Tonnellate di CO₂)	2019	2018	2017	Delta 19/18	Delta % 19/18
Emissioni dirette (scope 1)	3.163	3.213	3.182	(50)	-2%
Emissioni indirette (scope 2)					
<i>Emissioni indirette location based</i>	17.349	17.329	17.152	(21)	0%
<i>Emissioni indirette market based</i>	23.815	23.715	22.612	100	0%

Si segnala che il Gruppo, nel corso del 2019 per la prima volta, ha implementato per le società italiane del Gruppo il sistema di raccolta dati relativi allo Scope 3, rilevando le emissioni di CO₂, come indicato nella tabella.

Relativamente alla “catena distributiva”, le emissioni si riferiscono al trasporto cosiddetto “primario”, relativo alla percorrenza dei mezzi dal polo produttivo al distributore locale, solo per i prodotti quotidiani del Gruppo RCS. Per tutti gli altri prodotti del Gruppo, come descritto nel capitolo “Gestione della catena di fornitura” al paragrafo “Catena di distribuzione”, non è possibile quantificare le emissioni di competenza in quanto il trasporto viene effettuato in condivisione con altri editori.

I “business travel” si riferiscono ai viaggi di lavoro dei dipendenti del Gruppo Cairo Communication e del Gruppo RCS, mentre gli “Spostamenti per eventi sportivi” fanno riferimento alle emissioni prodotte dai mezzi utilizzati durante le manifestazioni nell’ambito dell’attività sportiva del Gruppo RCS.

Nell'ottica di un continuo miglioramento del sistema di rendicontazione, si procederà nel corso dei prossimi esercizi, alla valutazione ed al monitoraggio di ulteriori dati da includere nell'ambito dello Scope 3.

Emissioni Scope 3 (Tonnellate di CO₂)	2019
Emissioni (scope 3)	4.340
Catena distributiva (“primo miglio”)	3.146
Business travel	935
Spostamento per eventi sportivi	259

Nel corso del 2019 è stata ulteriormente implementata in La7 la rete di sistemi di videoconferenza basati su sistemi Skype utilizzabili sia su rete interna sia su Internet. Con l'incremento dell'utilizzo del sistema di videoconferenza, si mira a ridurre il ricorso agli spostamenti tra le sedi di Roma e Milano, in modo da minimizzare l'impatto ambientale di meeting e incontri sia interni che con fornitori/partner esterni.

Infine, in tema di gestione del parco auto aziendale, il Gruppo ha avviato l'introduzione di vetture ibride nelle car list dalle quali gli assegnatari di auto aziendali possono selezionare i propri veicoli.

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 continua a gestire tali rischi in modo differenziato in funzione delle peculiarità locali tramite la fornitura di un servizio da parte di primari operatori nazionali.

Nel corso del 2019 La7 ha proseguito nell'attività di aggiornamento tecnologico della sua infrastruttura IT, puntando sulla virtualizzazione degli apparati fisici e sull'ammodernamento della stessa infrastruttura. Come conseguenza indiretta delle attività di aggiornamento tecnologico, si è ottenuta una diminuzione degli apparati fisici, con conseguente riduzione dei consumi elettrici diretti e indiretti (generati dai sistemi di condizionamento). Nel caso specifico degli interventi sul Data Center della sede di Via Novaro a Roma, la nuova infrastruttura ha un assorbimento elettrico pari a circa il 50% della precedente.

E' proseguita nel corso del 2019 la sostituzione dei sistemi di illuminazione tradizionali con sistemi basati sull'uso di LED.

Presso gli studi televisivi di Via Novaro si è raggiunto il 75% di presenza di corpi illuminanti a LED in tutte le aree ufficio. Inoltre sono stati implementati sistemi per la disattivazione automatica degli impianti di illuminazione nei locali in cui non vi è presenza di persone e nelle ore notturne.

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

Tematica materiale	Topic 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 ¹⁵)	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

¹⁵ 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.

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

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 ¹⁶
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. ¹⁷ 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. RCS Sports & Events S.r.l. Società Sportiva Dilettantistica RCS Active Team a r.l. Digital Factory S.r.l. Sfera Service S.r.l. Trovolavoro S.r.l. RCS Edizioni Locali S.r.l. ¹⁸	Corporación Radiofónica Informacion y Deporte S.L.U. Ediciones Cónica S.A. Ediservicios Madrid 2000 S.L.U. Unidad Editorial Ediciones Locales S.L. ¹⁹ 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. 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 Espana S.L. A Esfera dos Livros S.L.U.

¹⁶ 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.

¹⁷ Si segnala che in data 28 novembre 2019, è stato stipulato l'Atto di fusione per incorporazione di Digicast S.p.A. e di RCS Digital Ventures S.r.l. in RCS MediaGroup S.p.A..

¹⁸ Si segnala che in data 12 dicembre 2019 è stato stipulato l'atto di fusione per incorporazione di Editoriale del Mezzogiorno S.r.l. in RCS Edizioni Locali S.r.l..

¹⁹ Nel mese di giugno del 2019 la società Editora De Medios De Valencia Alicante Y Castellon S.L. ha variato la denominazione sociale in Unidad Editorial Ediciones Locales S.L.

Sezione 2: Personale

Tabella 1: Dipendenti per tipologia di contratto e genere; dipendenti suddivisi per tipologia di impiego e genere (GRI 102-8)²⁰

Dipendenti per tipologia di contratto 1/2 (numero)	u.m.	2019			2018			2017		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Contratto a tempo determinato		57	45	102	78	76	154	87	89	176
<i>Italia</i>		33	31	64	53	55	108	55	61	116
<i>Spagna</i>		20	9	29	22	18	40	28	25	53
<i>Altri Paesi</i>		4	5	9	3	3	6	4	3	7
Contratto a tempo indeterminato		2.151	1.774	3.925	2.141	1.749	3.890	2.151	1.765	3.916
<i>Italia</i>	N°	1.488	1.167	2.655	1.478	1.145	2.623	1.473	1.149	2.622
<i>Spagna</i>		652	578	1.230	653	570	1.223	664	582	1.246
<i>Altri Paesi</i>		11	29	40	10	34	44	14	34	48
Totale		2.208	1.819	4.027	2.219	1.825	4.044	2.238	1.854	4.092
<i>Italia</i>		1.521	1.198	2.719	1.531	1.200	2.731	1.528	1.210	2.738
<i>Spagna</i>		672	587	1.259	675	588	1.263	692	607	1.299
<i>Altri Paesi</i>		15	34	49	13	37	50	18	37	55

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

Dipendenti per tipologia di contratto 2/2 (numero)	u.m.	2019			2018			2017		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti full-time		2.187	1.623	3.810	2.200	1.634	3.834	2.219	1.666	3.885
<i>Italia</i>		1.515	1.105	2.620	1.527	1.113	2.640	1.524	1.133	2.657
<i>Spagna</i>		657	486	1.143	660	485	1.145	677	497	1.174
<i>Altri Paesi</i>		15	32	47	13	36	49	18	36	54
Dipendenti part-time		21	196	217	19	191	210	19	188	207
<i>Italia</i>	N°	6	93	99	4	87	91	4	77	81
<i>Spagna</i>		15	101	116	15	103	118	15	110	125
<i>Altri Paesi</i>		-	2	2	-	1	1	-	1	1
Totale		2.208	1.819	4.027	2.219	1.825	4.044	2.238	1.854	4.092
<i>Italia</i>		1.521	1.198	2.719	1.531	1.200	2.731	1.528	1.210	2.738
<i>Spagna</i>		672	587	1.259	675	588	1.263	692	607	1.299
<i>Altri Paesi</i>		15	34	49	13	37	50	18	37	55

²⁰ 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.

Tabella 3: Numero dei nuovi assunti per gruppo di età, genere e area geografica (GRI 401-1)²¹

Numero dei nuovi assunti	u.m.	2019			2018			2017		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	N°	44	35	79	35	41	76	28	16	44
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		4	7	11	3	8	11	1	1	2
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		31	25	56	27	21	48	14	14	28
<i>età superiore ai 50 anni</i>		9	3	12	5	12	17	13	1	14
Spagna		38	43	81	26	16	42	30	59	89
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		5	10	15	6	1	7	1	6	7
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		33	30	63	19	12	31	26	52	78
<i>età superiore ai 50 anni</i>		-	3	3	1	3	4	3	1	4
Altri Paesi		2	1	3	2	5	7	3	1	4
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		1	-	1	1	2	3	-	1	1
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		1	1	2	1	3	4	1	-	1
<i>età superiore ai 50 anni</i>		-	-	-	-	-	-	2	-	2
Totale		84	79	163	63	62	125	61	76	137
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	10	17	27	10	11	21	2	8	10	
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	65	56	121	47	36	83	41	66	107	
<i>età superiore ai 50 anni</i>	9	6	15	6	15	21	18	2	20	

Tabella 4: Numero dei dipendenti che hanno lasciato l'azienda²², per gruppo di età, genere e area geografica (GRI 401-1)

Numero dei dipendenti che hanno lasciato l'azienda	u.m.	2019			2018			2017		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	N°	35	21	56	41	49	90	67	33	100
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		-	-	-	2	8	10	3	4	7
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		14	17	31	19	23	42	35	21	56
<i>età superiore ai 50 anni</i>		21	4	25	20	18	38	29	8	37
Spagna		44	39	83	43	34	77	54	62	116
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		2	1	3	-	2	2	4	7	11
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		31	31	62	34	28	62	43	53	96
<i>età superiore ai 50 anni</i>		11	7	18	9	4	13	7	2	9
Altri Paesi		1	6	7	6	5	11	6	3	9
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		-	1	1	-	1	1	1	1	2
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		1	3	4	4	4	8	4	1	5
<i>età superiore ai 50 anni</i>		-	2	2	2	-	2	1	1	2
Totale		80	66	146	90	88	178	127	98	225
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	2	2	4	2	11	13	8	12	20	
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	46	51	97	57	55	112	82	75	157	
<i>età superiore ai 50 anni</i>	32	13	45	31	22	53	37	11	48	

²¹ Sono considerati solo i dipendenti a tempo indeterminato.

²² Sono considerati solo i dipendenti a tempo indeterminato

Tabella 5: Tasso di turnover²³ (GRI 401-1)

Turnover in entrata (%)	u.m.	2019			2018			2017		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	%	3%	3%	3%	2%	4%	3%	2%	1%	2%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		2%	2%	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%
<i>età superiore ai 50 anni</i>		1%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	1%
Spagna		6%	7%	7%	4%	3%	3%	5%	10%	7%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		1%	2%	1%	1%	0%	1%	0%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		5%	5%	5%	3%	2%	3%	4%	9%	6%
<i>età superiore ai 50 anni</i>		-	1%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
Altri Paesi		18%	3%	8%	20%	15%	16%	21%	3%	8%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		9%	-	3%	10%	6%	7%	-	3%	2%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		9%	3%	5%	10%	9%	9%	7%	-	2%
<i>età superiore ai 50 anni</i>		-	-	0%	-	-	0%	14%	-	4%
Totale		4%	4%	4%	3%	4%	3%	3%	4%	3%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		0%	1%	1%	0%	1%	1%	0%	0%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	3%	3%	3%	2%	2%	2%	2%	4%	3%	
<i>età superiore ai 50 anni</i>	0%	0%	0%	0%	1%	1%	1%	0%	1%	

Turnover in uscita (%)	u.m.	2019			2018			2017		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	%	2%	2%	2%	3%	4%	3%	5%	3%	4%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		-	-	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		1%	1%	1%	1%	2%	2%	2%	2%	2%
<i>età superiore ai 50 anni</i>		1%	0%	1%	1%	2%	1%	2%	1%	1%
Spagna		7%	7%	7%	7%	6%	6%	8%	11%	9%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		0%	0%	0%	-	0%	0%	1%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		5%	5%	5%	5%	5%	5%	6%	9%	8%
<i>età superiore ai 50 anni</i>		2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	1%
Altri Paesi		9%	21%	18%	60%	15%	25%	43%	9%	19%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		-	3%	3%	-	3%	2%	7%	3%	4%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		9%	10%	10%	40%	12%	18%	29%	3%	10%
<i>età superiore ai 50 anni</i>		-	7%	5%	20%	0%	5%	7%	3%	4%
Totale		4%	4%	4%	4%	5%	5%	6%	6%	6%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	2%	3%	2%	3%	3%	3%	4%	4%	4%	
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	1%	

²³ 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)

Dipendenti (numero)	u.m.	2019			2018			2017		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	N°	92	23	115	90	22	112	88	20	108
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		41	5	46	42	5	47	41	6	47
<i>età superiore ai 50 anni</i>		51	18	69	48	17	65	47	14	61
Quadri		184	140	324	190	140	330	193	145	338
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		1	-	1	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		88	75	163	103	79	182	111	92	203
<i>età superiore ai 50 anni</i>		95	65	160	87	61	148	82	53	135
Impiegati		853	1.010	1.863	835	1.006	1.841	847	1.032	1.879
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		26	44	70	18	32	50	16	41	57
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		515	635	1.150	535	675	1.210	569	721	1.290
<i>età superiore ai 50 anni</i>		312	331	643	282	299	581	262	270	532
Direttori di Testata		34	14	48	35	15	50	38	14	52
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		6	2	8	6	3	9	6	4	10
<i>età superiore ai 50 anni</i>		28	12	40	29	12	41	32	10	42
Giornalisti		835	611	1.446	857	620	1.477	858	621	1.479
<i>età inferiore ai 30 anni</i>		16	9	25	19	17	36	17	18	35
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>		415	351	766	444	366	810	475	376	851
<i>età superiore ai 50 anni</i>		404	251	655	394	237	631	366	227	593
Operai	210	21	231	212	22	234	214	22	236	
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	3	1	4	3	1	4	6	1	7	
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	102	10	112	123	14	137	137	15	152	
<i>età superiore ai 50 anni</i>	105	10	115	86	7	93	71	6	77	
Totale	2.208	1.819	4.027	2.219	1.825	4.044	2.238	1.854	4.092	
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	46	54	100	40	50	90	39	60	99	
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	1.167	1.078	2.245	1.253	1.142	2.395	1.339	1.214	2.553	
<i>età superiore ai 50 anni</i>	995	687	1.682	926	633	1.559	860	580	1.440	

Tabella 7: Rapporto tra il salario medio base e la remunerazione totale delle donne e degli uomini²⁴ (GRI 405-2)

Rapporto tra il salario medio base delle donne e degli uomini (%)	2019	2018	2017
Italia			
Dirigenti e Direttori di Testata	92%	96%	92%
Quadri	95%	97%	98%
Impiegati	93%	94%	95%
Giornalisti	81%	81%	81%
Operai	95%	93%	96%
Spagna			
Dirigenti e Direttori di Testata	104%	96%	95%
Quadri	86%	86%	87%
Impiegati	90%	89%	84%
Giornalisti	85%	84%	85%
Operai	71%	71%	91%
Altri Paesi			
Impiegati	40%	41%	55%
Giornalisti	35%	49%	55%

Rapporto tra la remunerazione totale delle donne e degli uomini (%)	2019	2018	2017
Italia			
Dirigenti e Direttori di Testata	87%	92%	84%
Quadri	95%	95%	96%
Impiegati	88%	89%	90%
Giornalisti	77%	76%	76%
Operai	84%	81%	89%
Spagna			
Dirigenti e Direttori di Testata	100%	96%	92%
Quadri	91%	88%	87%
Impiegati	92%	91%	85%
Giornalisti	85%	83%	84%
Operai	66%	67%	86%
Altri Paesi			
Impiegati	42%	40%	37%
Giornalisti	34%	49%	49%

²⁴ 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 di entrambi i sessi. A seguito di un continuo miglioramento del processo di rendicontazione dei dati, si segnala che sono stati riesposti i dati dei Dirigenti e Direttori di Testata Italia, relativi al 2018 e 2017 della tabella "Rapporto tra la remunerazione media delle donne e degli uomini". Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda alla DNF 2018, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it.

Tabella 8: Ore medie di formazione pro-capite per genere e qualifica²⁵ (GRI 404-1)

Ore medie di formazione (numero)	2019			2018			2017		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	6	9	6	7	16	9	5	13	6
Quadri	6	4	5	8	10	9	5	11	7
Impiegati	4	4	4	9	11	10	8	8	8
Direttori di Testata	1	6	2	4	9	5	2	16	6
Giornalisti	2	2	2	7	10	8	5	7	6
Operai	7	4	7	2	1	2	6	3	6
Dipendenti (totale)	4	3	4	7	10	9	6	8	7

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

Dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	u.m.	2019	2018	2017
Numero dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	N°	3.870	3.879	3.923
Totale dipendenti		4.027	4.044	4.092
Percentuale di dipendenti coperti	%	96%	96%	96%

²⁵ 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.

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)²⁶

Indici Infortunistici	u.m.	2019			2018			2017		
		Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Indice di Gravità	N°	0,63	0,17	0,43	0,34	0,68	0,49	0,83	0,40	0,64
<i>Italia</i>		0,67	0,09	0,42	0,44	0,66	0,53	0,90	0,45	0,71
<i>Spagna</i>		0,57	0,21	0,40	0,13	0,77	0,42	0,71	0,35	0,54
<i>Altri Paesi</i>		-	1,79	1,24	-	-	-	-	-	-
Tasso di malattie professionali (ODR)		-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Italia</i>		-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Spagna</i>		-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Altri Paesi</i>		-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortunio (IR)		7,76	2,84	5,56	6,29	6,96	6,59	7,79	6,60	7,26
<i>Italia</i>		5,96	3,34	4,82	3,37	4,34	3,80	5,98	4,81	5,47
<i>Spagna</i>		11,80	1,04	6,79	12,67	12,49	12,59	11,53	10,08	10,85
<i>Altri Paesi</i>		-	16,00	11,07	-	-	-	-	-	-
Tasso di assenteismo		2%	3%	3%	2%	3%	3%	2%	3%	2%
<i>Italia</i>	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	
<i>Spagna</i>	1%	2%	2%	2%	4%	3%	1%	2%	2%	
<i>Altri Paesi</i>	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	

Nel 2019 e nel 2018 non si sono registrati decessi, si segnala invece che nel 2017 si era registrato un evento che aveva avuto per conseguenza il decesso di un lavoratore a seguito di un incidente in itinere, non imputabile allo svolgimento dell'attività lavorativa ordinaria.

²⁶ 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.

Sezione 3: Gestione responsabile della catena di fornitura

Tabella 11: Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali (GRI 204-1)²⁷

Acquisti da fornitori locali (milioni di Euro)	2019	2018	2017
Acquisti da fornitori locali	575	594	678
Acquisti totali	653	681	767
Spesa da fornitori locali (%)	88%	87%	88%

Sezione 4: Ambiente²⁸

Tabella 12: Materiali utilizzati dai siti produttivi (GRI 301-1)²⁹

Consumi di materiali – Siti produttivi	u.m.	2019	2018	2017	Delta	Delta%
Materiali						
<i>Carta</i>	<i>Kg</i>	138.486.510	152.768.249	153.178.457	(14.281.739)	-9%
<i>Inchiostri</i>	<i>Kg</i>	827.138	890.388	830.707	(63.251)	-7%
<i>Lastre</i>	<i>Kg</i>	1.026.298	1.094.417	1.037.712	(68.119)	-6%
<i>Additivi</i>	<i>Kg</i>	54.050	67.200	52.600	(13.150)	-20%
<i>Solventi</i>	<i>L</i>	38.231	41.601	46.082	(3.371)	-8%
<i>Altri chimici</i>	<i>L</i>	17.170	13.427	14.311	3743	28%
<i>Caucciù</i>	<i>N.</i>	1.030	1.039	996	(9)	-1%
<i>Lavacauciù</i>	<i>N.</i>	81	85	60	(4)	-5%
<i>Filo metallico</i>	<i>Kg</i>	8.029	8.127	5.110	(98)	-1%
<i>Nastro adesivo</i>	<i>Kg</i>	6.490	7.752	5.561	(1.262)	-16%
<i>Pallet</i>	<i>Kg</i>	250	-	-		
Packaging						
<i>Reggetta in plastica</i>	<i>Kg</i>	19.789	22.924	32.095	(2.504)	-11%
<i>Carta termica</i>	<i>fogli</i>	5.645.000	5.942.500	5.592.500	(297.500)	-5%
<i>Cellophane</i>	<i>Kg</i>	51.253	78.657	81.829	(27.404)	-35%
<i>Marcatatura inkjet</i>	<i>N.</i>	162	198	157	(36)	-18%

²⁷ 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 A Esfera dos Livros S.L.U. Sono invece esclusi i dati di Last Lap organização de eventos S.L. e Informacion Estadio deportivo S.A. in quanto non gestite centralmente dalla Capogruppo e poco significative.

²⁸ Per quanto riguarda il Gruppo RCS si segnala che sono esclusi i dati di Last Lap Organização de eventos S.L. e Last Lap S.L.

²⁹ 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 2018 e al 2017 della carta e del packaging (in particolare i valori della reggetta in plastica sono stati convertiti da Km a Kg), sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella precedente Dichiarazione consolidata di carattere non Finanziario. Per i dati precedentemente pubblicati si rimanda alla DNF 2018, pubblicata sul sito www.cairocommunication.it.

Tabella 13: Consumi di energia interni ed esterni all'organizzazione, suddivisi per "siti produttivi" "uffici e sedi" (GRI 302-1)³⁰

Consumi di energia - Siti produttivi (GJ)	2019	2018	2017	Delta	Delta%
Da fonti non rinnovabili					
<i>Gas naturale</i>	33.361	34.770	38.003	(1.409)	-4%
Da fonti rinnovabili					
<i>Fotovoltaico</i>	153	153	153	-	0%
Energia elettrica acquistata					
<i>Elettricità</i>	63.384	65.410	65.378	(2.026)	-3%
Consumo totale	96.898	100.333	103.534	(3.435)	-3%
<i>Di cui da fonti non rinnovabili</i>	96.745	100.180	103.381	(3.435)	-3%
<i>Di cui da fonti rinnovabili</i>	153	153	153	-	0%

Consumi di energia - Uffici e sedi (GJ)	2019	2018	2017	Delta	Delta%
Da fonti non rinnovabili					
<i>Gas naturale</i>	10.884	10.315	5.355	569	6%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda - Diesel</i>	12.955	12.866	8.868	89	1%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda - Benzina</i>	305	345	324	(40)	-12%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda - Ibrida</i>	53	25	-	28	114%
Da fonti rinnovabili					
<i>Fotovoltaico</i>	-	-	-	-	
Energia elettrica acquistata					
<i>Elettricità</i>	114.168	113.851	110.805	318	0%
Consumo totale	138.365	137.401	125.352	964	1%
<i>Di cui da fonti non rinnovabili</i>	138.365	137.401	125.352	964	1%
<i>Di cui da fonti rinnovabili</i>	-	-	-	-	

³⁰ Si segnala che i consumi di energia dei siti produttivi da fonti rinnovabili derivano da un piccolo impianto fotovoltaico presente nel sito produttivo di Roma. Inoltre, relativamente ai consumi di energia degli uffici e sedi derivanti da veicoli di proprietà dell'azienda (diesel), si evidenzia che dall'anno 2018 è stato incluso il quantitativo dei consumi relativi alla totalità della flotta auto, che per il 2017 era incluso parzialmente nel consumo totale di energia ed interamente nel calcolo delle emissioni dirette (scope 1). I dati inerenti alle emissioni Scope 3 fanno riferimento al perimetro delle società italiane del Gruppo. I fattori utilizzati per le conversioni di energia sono stati pubblicati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) rispettivamente nelle edizioni del 2017, 2018 e 2019. 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.

Tabella 14: Emissioni dirette e indirette, per “uffici e sedi” e “siti produttivi” (GRI 305-1 e GRI 305-2)³¹

Emissioni di CO ₂ dirette e indirette Siti produttivi e Uffici e sedi (Tonnellate CO ₂)	2019	2018	2017	Delta	Delta%
Emissioni dirette (Scope 1)	3.163	3.213	3.182	(50)	-2%
<i>Da consumi energetici (gas naturale)</i>	2.259	2.304	2.146	(45)	-2%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda (diesel, benzina, ibrido)</i>	904	909	1.037	(5)	-1%
Emissioni indirette (Scope 2)					
<i>Emissioni indirette location based</i>	17.349	17.329	17.152	(21)	0%
<i>Emissioni indirette market based</i>	23.815	23.715	22.612	100	0%

Tabella 15: Emissioni Scope 3 (GRI 305-3)³²

Emissioni di CO ₂ Scope 3 (Tonnellate CO ₂ e)	2019
Catena distribuitiva (“primo miglio”)	3.146
Business Travel	935
Spostamenti per eventi sportivi	259
Totale	4.340

Tabella 16: Intensità energetica (GRI 302-3)³³

Intensità energetica	u.m.	2019	2018	2017	Delta	Delta %
Consumi di energia	kWh	61.652.873	62.318.317	60.983.714	(665.444)	-1%
Superficie totale delle strutture aziendali	m ²	154.970	155.570	154.514	(600)	0%
Totale	kWh/m ²	398	401	395	(3)	-1%

³¹ 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 2017, 2018 e 2019. 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 2019 e 2018: TERNA 2017; per i fattori di emissione 2018: TERNA 2016; fonte dei fattori di emissione per calcolo dati 2017: 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 2016, 2017 e 2018.)

³² I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni indirette Scope 3 fanno riferimento alle tabelle pubblicate dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) nell’edizione del 2019.

³³ 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.

Tabella 17: Rifiuti prodotti internamente per modalità di smaltimento, suddivisi per “siti produttivi” e “uffici e sedi” (GRI 306-2)³⁴

Rifiuti Metodi di smaltimento – Siti Produttivi (Tonnellate)	2019	2018	2017	Delta	Delta%
Rifiuti pericolosi	52,7	54,7	54,9	(2)	-4%
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	27,0	21,9	27,4	5	24%
<i>Smaltimento in discarica</i>	25,7	32,8	26,2	(7)	-22%
<i>Altro</i>	-	-	1,3		
Rifiuti non pericolosi	6.211,8	7.043,3	6.109,5	(831)	-12%
<i>Riciclo</i>	5.799,3	6.472,5	5.583,7	(673)	-10%
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	55,6	99,4	102,3	(44)	-44%
<i>Smaltimento in discarica</i>	357,0	471,4	411,5	(114)	-24%
<i>Altro</i>	-	-	12,0		
Totale	6.264,5	7.098,0	6.164,4	(833)	-12%

Rifiuti Metodi di smaltimento – Sedi e Uffici (Tonnellate)	2019	2018	2017	Delta	Delta%
Rifiuti pericolosi	2,5	11,6	7,5	(9)	-79%
<i>Riciclo</i>	2,1	9,8	4,4	(8)	-78%
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	0,0	0,9	2,1	(1)	-96%
<i>Smaltimento in discarica</i>	0,3	0,9	1,1	(1)	
Rifiuti non pericolosi	31.317,5	32.913,8	35.798,7	(1.596)	-5%
<i>Riciclo</i>	31.014,2	32.546,1	35.454,4	(1.532)	-5%
<i>Compostaggio</i>	0,9	9,3	10,5	(8)	-90%
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	297,1	333,7	319,5	(37)	-11%
<i>Incenerimento</i>	-	4,7	7,0	(5)	-100%
<i>Smaltimento in discarica</i>	5,3	20,0	7,3		
Totale	31.320,0	32.925,4	35.806,2	(1.606)	-5%

³⁴ I dati inerenti alla produzione e smaltimento dei rifiuti, per quanto riguarda l'Italia, si riferiscono alle sedi principali del Gruppo, dove il Gruppo ha la gestione diretta dei propri rifiuti. I dati delle sedi periferiche di Cairo Communication e Cairo Pubblicità (Bologna, Firenze, Torino, Verona) non sono inclusi nei dati sui 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. 7-9
102-3	Ubicazione della sede principale	Via Angelo Rizzoli, 8 – 20132 Milano
102-4	Ubicazione delle sedi operative	Pag. 7-9
102-5	Assetto proprietario e forma legale	Pag. 13
102-6	Mercati serviti	Pag. 7-9
102-7	Dimensione dell'organizzazione	Pag. 10-12, pag. 50, Relazione Finanziaria annuale
102-8	Dipendenti per tipologia di contratto, genere, area geografica, inquadramento	Pag. 50, pag. 92
102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	Pag. 73-79
102-10	Cambiamenti significativi nell'organizzazione e nella catena di fornitura	Pag. 91 Relazione Finanziaria Annuale Cap. "Area di consolidamento"
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale	Pag. 27-33, pag. 81
102-12	Adozione di codici e principi esterni in ambito economico, sociale e ambientale	Pag. 21-25
102-13	Partecipazioni ad associazioni di categoria	Pag. 21-25
Strategy		
102-14	Dichiarazione del Presidente	Pag. 3
102-15	Principali impatti, rischi e opportunità	Pag. 27-33, pag. 48-49, pag. 74-75, pag. 81
Ethics and Integrity		
102-16	Valori, Principi, Standard e norme di comportamento	Pag. 20-21, pag. 30-33
Governance		
102-18	Struttura di Governance	Pag. 25-27, 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.

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno
General Standards		
GRI 102: General Disclosures 2016		
Organizational Profile		
Stakeholder Engagement		
102-40	Elenco degli stakeholder coinvolti	Pag. 15-17
102-41	Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro	Pag. 54, pag. 97
102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	Pag. 15-17
102-43	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 15-17
102-44	Aspetti chiave e criticità emerse dal coinvolgimento degli stakeholder e relative azioni	Pag. 15-19
Reporting Practice		
102-45	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nel bilancio di sostenibilità	Pag. 91
102-46	Processo per la definizione dei contenuti	Pag. 4-6, pag. 17-19
102-47	Aspetti materiali identificati	Pag. 17-19, pag. 89-90
102-48	Spiegazione degli effetti di cambiamenti di informazioni inserite nei precedenti bilanci e relative motivazioni	Pag. 4-6, pag. 82, pag. 96, pag. 99
102-49	Cambiamenti significativi rispetto al precedente bilancio	Pag. 91
102-50	Periodo di rendicontazione	Pag. 4-6
102-51	Data di pubblicazione del precedente bilancio	Marzo 2019
102-52	Periodicità di rendicontazione	Annuale
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. 4-6
102-55	GRI content index	Pag. 103-109
102-56	Attestazione esterna	Pag. 110

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. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 13-14, pag. 58-72	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 13-14, pag. 58-72	
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	Pag. 13-14	
M1*	Finanziamenti significativi e altre sovvenzioni ricevuti da enti privati	Pag.13-14	
GRI Standard 204: Pratiche di approvvigionamento 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 73-79	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 73-79	
204-1	Proporzione degli investimenti su fornitori locali	Pag. 75-76, pag. 99	
GRI Standard 205: Anti Corruzione 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 30-33, pag. 34	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 30-33, pag. 34	
205-3	Azioni intraprese in risposta a casi di corruzione	Pag. 34	
GRI 300 Environmental Standards Series			
GRI Standard 301: Materiali 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 80-82, pag. 83-84	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 80-82, pag. 83-84	
301-1	Materie prime utilizzate per peso o volume	Pag. 82, pag. 84, pag. 99	
GRI Standard 302: Energia 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 80-83, pag.84-85	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 80-83, pag.84-85	
302-1	Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	Pag. 83, pag.85, pag. 100	
302-3	Intensità energetica	Pag. 101	
GRI Standard 303: Acqua 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 80-81, pag. 83, pag.85	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 80-81, pag. 83, pag.85	
303-1	Prelievi idrici degli uffici e delle strutture	Pag. 83, pag. 85	
GRI Standard 305: Emissioni 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 80-81, pag. 86-87	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 80-81, pag. 86-87	
305-1	Emissioni Scope 1	Pag. 86-87, pag. 101	
305-2	Emissioni Scope 2	Pag. 86-87, pag. 101	
305-3	Altre emissioni indirette Scope 3	Pag. 86-87, pag. 101	
305-6	Emissioni di sostanze che danneggiano l'ozono in peso	Nel corso del 2019 il Gruppo non ha registrato emissioni significative di sostanze che danneggiano l'ozono.	
305-7	Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni significative	Nel corso del 2019 il Gruppo non ha registrato emissioni significative di Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni	
GRI Standard 306: Scarichi e rifiuti 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 80-81, pag. 83, pag.84	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 80-81, pag. 83, pag.84	
306-2	Peso totale dei rifiuti per tipologia e metodi di smaltimento	Pag. 83, pag.84, pag. 102	
GRI Standard 307: Compliance Ambientale 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 21, pag. 27-33	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 21, pag. 27-33	
307-1	Sanzioni per mancato rispetto di leggi e regolamenti in materia ambientale	Nel corso del 2019 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. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 46-51	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 46-51	

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno	
401-1	Numero totale e percentuale di nuovi assunti e turnover, per età, sesso e regione	Pag. 50-51, pag. 93-94	
GRI Standard 402: Gestione delle relazioni industriali 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 46-49, pag. 54	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 54	
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. 54	
GRI Standard 403: Salute e Sicurezza sul Lavoro 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 21, pag. 29-33, pag. 54-57	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 54-57	
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. 56, pag. 98	
GRI Standard 404: Formazione e Istruzione 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 46-49, pag. 53	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 46-49, pag. 53	
404-1	Ore di formazione medie annuali per dipendente	Pag. 53, pag. 97	
GRI Standard 405: Diversità e Pari Opportunità 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 20, pag. 46-51, pag. 52	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, pag. 46-51, pag. 52	
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. 25-27, pag. 52, pag. 95 Relazione sulla Corporate Governance	
405-2	Rapporto dello stipendio base e della remunerazione delle donne	Pag. 96	

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno	
	rispetto a quello degli uomini per categoria di dipendenti		
GRI Standard 406: Non Discriminazione 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 20, pag. 27-33, pag. 46-51, pag. 52	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 20, pag. 27-33, pag. 46-51, pag. 52	
406-1	Episodi di discriminazione e azioni intraprese	Pag. 52	
GRI Standard 417: Etichettatura dei prodotti e servizi 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 39-40	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 39-40	
417-3	Incidenti relativi alla non-conformità riguardo alle informazioni relative al prodotto o al servizio nelle attività di comunicazione e nel marketing	Pag. 39-40	
GRI Standard 418: Privacy dei consumatori 2016			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 42-44	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 42-44	
418-1	Reclami relativi a violazioni della privacy dei consumatori e perdita dei dati relativi ad essi	Pag. 42-44	
Libertà di espressione (M)*			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 36	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 36	
Diritto alla partecipazione culturale (M)*			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 40-42, pag. 58-72	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 40-42, pag. 58-72	
Tutela della Privacy (M)*			
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90	
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 42-44	
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 42-44	

GRI Standard	Descrizione	Riferimento pagina / doc esterno
Proprietà intellettuale (M)*		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 44-45
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 44-45
Diffusione dei contenuti (M)*		
103-1	Spiegazione dei temi materiali e degli eventuali limiti	Pag. 17-19, pag. 89-90
103-2	Descrizione delle componenti dell'approccio di gestione	Pag. 37-38, pag. 40-42
103-3	Valutazione dell'approccio di gestione	Pag. 37-38, pag. 40-42
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. 37-38, pag. 40-42

*GRI G4 Media Sector Disclosure

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 2019 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 26 marzo 2020 (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. e 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 2019 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".

Milano, 30 marzo 2020

KPMG S.p.A.



Francesco Cuzzola
Socio