

GED Gruppo Editoriale
Società per azioni

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario
Ai fini del D.Lgs. 254/2016
Bilancio di Sostenibilità 2018



Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Ai sensi del D. Lgs. 254/2016

Bilancio di Sostenibilità 2018

Indice

Lettera agli Stakeholder	4
Sezione introduttiva.....	5
Nota metodologica	5
Le società del Gruppo	7
Le attività di GEDI Gruppo Editoriale.....	8
Profilo del Gruppo	8
Quotidiani	9
I Periodici e Le Guide	12
Il Digitale	13
La Radio	14
La Pubblicità	15
Le principali tappe storiche	16
L'impegno verso la sostenibilità.....	18
Gli Stakeholder e le attività di coinvolgimento	18
L'analisi di materialità.....	19
Governance e integrità	22
Il modello di Governance.....	22
Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.....	24
Il Modello 231 e le tematiche anticorruzione	26
Formazione erogata in ambito 231 e anticorruzione	27
Il Codice Etico e la sua diffusione	27
Il settore media e il modello di business	28
Il modello di business e la strategia	28
La performance economica	31
Principali risultati economici	31
Il Valore Economico del Gruppo	33
Finanziamenti significativi ricevuti dalla pubblica amministrazione	35
Il ruolo nell'Informazione e la responsabilità verso la collettività.....	36
Qualità dei contenuti.....	36
Indipendenza e responsabilità editoriale	36
La catena partecipativa di Gedi Spa	38

La relazione con la comunità finanziaria	39
Pubblicità responsabile e marketing	39
Privacy e protezione dei dati	41
Il ruolo sociale e la partecipazione con il territorio	43
L'attenzione verso le risorse umane.....	47
Condizioni e pratiche di lavoro	47
Diversità e pari opportunità	50
Valorizzazione e sviluppo delle competenze	51
Salute e sicurezza dei lavoratori	52
Gli impatti ambientali	54
La gestione della carta e delle altre materie prime.....	54
Energia ed emissioni	56
I consumi energetici	56
L'impatto ambientale dell'attività radiofonica.....	59
I consumi idrici.....	60
La gestione dei rifiuti	61
Impatti ambientali di distribuzione e logistica	63
Allegati	64
Allegato 1 -Tabella riconciliazione aspetti materiali, GRI Standard e G4 Media Sector e D.Lgs 254/16.....	64
Allegato 2 - Perimetro degli aspetti materiali di GEDI.....	65
Allegato 3 – L'attenzione verso le risorse umane – Tabelle di rendicontazione	66
Allegato 4 – Gli impatti ambientali – Tabelle di rendicontazione	69
GRI Content Index.....	71
Report della società di revisione	77

Lettera agli Stakeholder



Marco De Benedetti
Presidente
GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.



Laura Cioli
Amministratore Delegato
GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.

GRI 102-14 GEDI Gruppo Editoriale, tramite i propri mezzi, è impegnato ad offrire informazione, cultura, opinioni e intrattenimento secondo principi di indipendenza e libertà, nella consapevolezza del ruolo che tale attività esercita nella formazione dei valori etici e morali della collettività.

Missione del Gruppo è anche creare valore per tutti gli Stakeholder, ponendo la dovuta attenzione, in un contesto di mercato avverso, all'equilibrio economico, offrendo prodotti di qualità con scelte gestionali a elevata sostenibilità sociale e ambientale. Per dare conto della nostra attività sul tema della sostenibilità, pubblichiamo per il quinto anno un rapporto redatto in conformità alle linee guida internazionali GRI. Quest'anno il Gruppo ha adottato la versione aggiornata delle linee guida, i "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" secondo l'opzione "in accordance Core".

In questo documento, adottando uno schema riconosciuto a livello europeo, affrontiamo i diversi aspetti secondo queste tematiche: l'impegno del Gruppo nell'informazione al cittadino - lettore e la responsabilità verso la collettività; il ruolo sociale e la partecipazione con il territorio; l'attenzione verso le risorse umane; gli impatti ambientali.

Il livello di attenzione del Gruppo su questi aspetti della vita aziendale sarà sempre molto alto, nella consapevolezza della sua importanza nella creazione di valore in termini non solo economici ma di sistema.

Sezione introduttiva

Nota metodologica

GRI 102-10 Il presente documento rappresenta la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (di
GRI 102-45 seguito anche “Dichiarazione non finanziaria”, “DNF” o “Bilancio di Sostenibilità”) per assolvere agli
GRI 102-46 obblighi previsti dagli articoli 3 e 4 del D. Lgs. 254/16 (di seguito anche il “Decreto”) da parte di GEDI
GRI 102-48 Gruppo Editoriale S.p.A. e delle società consolidate integralmente (di seguito anche “GEDI” o il
GRI 102-49 “Gruppo”) e ha l’obiettivo di descrivere in modo trasparente le iniziative e i principali risultati
raggiunti in termini di performance di sostenibilità nel corso dell’esercizio 2018 (dal 1° gennaio al
31 dicembre).

GRI 102-50 La DNF copre - nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell’attività di impresa, del
GRI 102-51 suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto dalla stessa prodotta - i temi ambientali, sociali,
GRI 102-52 attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva
GRI 102-53 che sono rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo, come definito nella
GRI 102-54 matrice di materialità contenuta nel presente documento (L’analisi di materialità).

La presente DNF è stata redatta in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” secondo l’opzione “in accordance Core” e al “Sector Disclosures - Media”, definiti rispettivamente nel 2016 e nel 2013 dal GRI (Global Reporting Initiative), prendendo in considerazione le informazioni ritenute significative per gli Stakeholder e ispirandosi ai principi esposti nelle linee guida di rendicontazione. In appendice al documento è presente il “GRI Content Index”, con il dettaglio dei contenuti rendicontati in conformità a GRI Standards. Per alcune informazioni rendicontate all’interno del documento, come indicato anche all’interno del suddetto indice, si fa esplicito rimando ad altri documenti aziendali (tra cui per esempio la Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari, Relazione finanziaria Annuale, Codice Etico, Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo).

I dati e le informazioni della DNF si riferiscono a tutte le società facenti parte di GEDI al 31 dicembre 2018, consolidate con il metodo integrale (eventuali eccezioni, oltre a quanto di seguito riportato, sono espressamente indicate nel testo).

Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni necessari alla stesura della DNF ha coinvolto diverse funzioni delle società del Gruppo ed è stato impostato secondo i principi di *balance*, *comparability*, *accuracy*, *timeliness*, *clarity* e *reliability* espressi dalle linee guida GRI.

Al fine di consentire la comparabilità dei dati e delle informazioni nel tempo e la valutazione dell’andamento dell’attività del Gruppo in un arco temporale, laddove possibile, è proposto il confronto con gli esercizi di rendicontazione 2016 e 2017. Inoltre, sono incluse nel documento anche le informazioni relative ai precedenti anni di rendicontazione che trovano ancora applicazione al 31 dicembre 2018.

Si precisa inoltre che, in ciascun capitolo, eventuali dati quantitativi per i quali è stato fatto ricorso a stime sono debitamente identificati. Le stime si basano sulle migliori informazioni disponibili o su indagini a campione.

Al fine di facilitare il collegamento con i contenuti indicati dal Decreto, per ciascun ambito è data evidenza della materialità del tema rispetto alle attività del Gruppo. Inoltre, per ogni tematica del Decreto sono identificati i rischi ad esso collegati e le eventuali modalità di gestione poste in essere dal Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione di GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. ha approvato la DNF in data 1 marzo 2019.

Il presente documento è stato sottoposto a giudizio di conformità (“limited assurance engagement” secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di KPMG S.p.A. . La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella “Relazione della Società di Revisione Indipendente”, inclusa nel presente documento. La periodicità della pubblicazione della Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario è impostata secondo una frequenza annuale. Il precedente Bilancio di Sostenibilità è stato pubblicato in data 4 aprile 2018.

CONTATTI

Per commenti, richieste, pareri e spunti di miglioramento sull’operato in ambito di responsabilità sociale di GEDI e sulle informazioni contenute all’interno del Bilancio di Sostenibilità, è possibile contattare:

DIREZIONE CENTRALE RELAZIONI ESTERNE

Stefano Mignanego

Info e contatti: sostenibilita@gedi.it

Le società del Gruppo

GEDI Gruppo Editoriale Società per Azioni, è quotata sul mercato MTA, con azioni ammesse alle negoziazioni sul segmento STAR (segmento titoli ad alti requisiti in materia di trasparenza informativa, liquidità e *Corporate Governance*), giusto provvedimento n.8509, emesso da Borsa Italiana S.p.A. in data 7 novembre 2018, con decorrenza dal 15 novembre 2018.

GRI 102-1

GRI 102-3

GRI 102-4

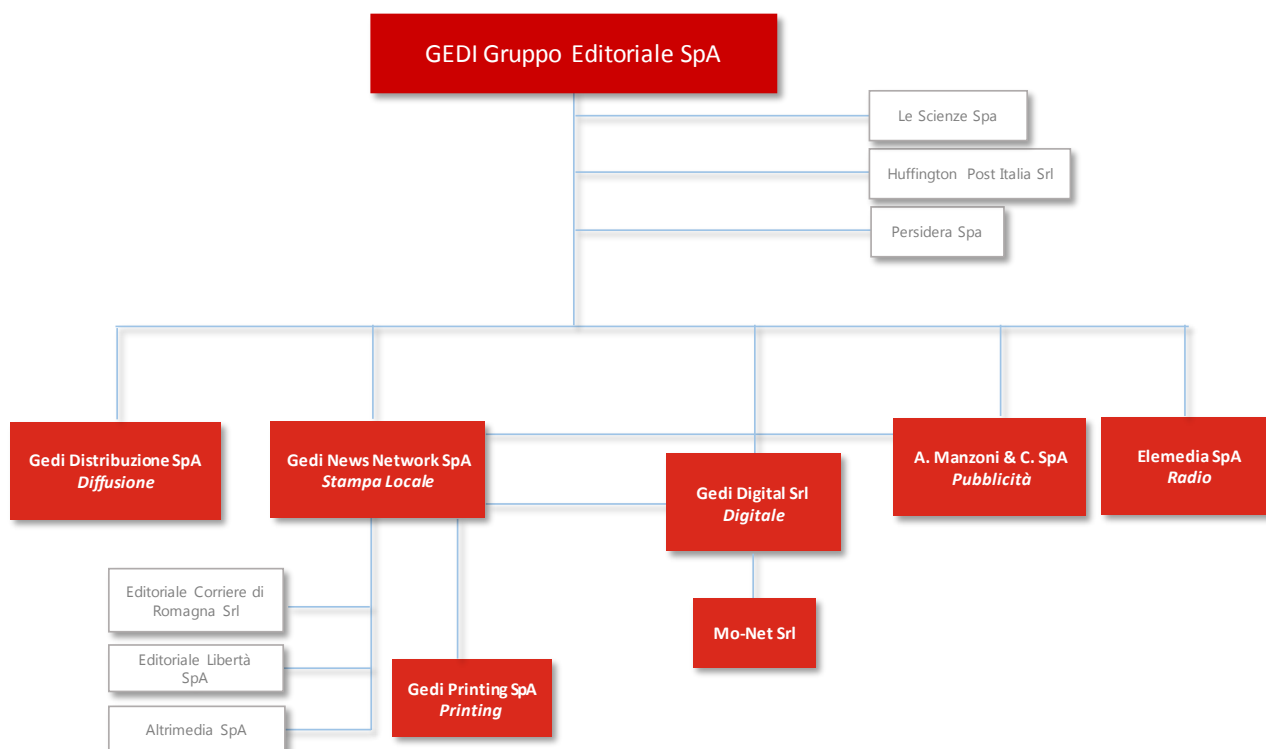
GRI 102-5

GRI 102-10

GRI 102-45

Nel prospetto sottostante si riportano le partecipazioni consolidate con il metodo dell'integrazione globale e con il metodo del patrimonio netto, indicando in colore rosso le società che, essendo consolidate integralmente, rientrano nel perimetro di rendicontazione della presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario.

GEDI Gruppo Editoriale – Assetto Organizzativo al 31.12.2018



Le attività di GEDI Gruppo Editoriale

Profilo del Gruppo

GEDI è uno dei più importanti gruppi editoriali italiani. Opera in tutti i settori della comunicazione: stampa quotidiana e periodica, radio, internet e raccolta pubblicitaria.

GRI 102-2

GRI 102-6

GRI 102-7

Il 27 giugno 2017 è stata perfezionata l'operazione di integrazione in GEDI del Gruppo ITEDI, editore dei quotidiani La Stampa ed il Secolo XIX. Per effetto di tale operazione, GEDI ha acquisito il controllo del Gruppo ITEDI, entrato nel perimetro di consolidamento dal 30 giugno 2017.



Quotidiani



GRI 102-2 **la Repubblica**

GRI 102-4
GRI 102-6

la Repubblica è uno dei più importanti quotidiani italiani con una diffusione totale di 167.552 copie medie giornaliere (ADS 2018) e 1,9 milioni di lettori giornalieri (Audipress 2018/II).

Il quotidiano ha una parte nazionale comune e nove edizioni locali (Roma, Milano, Torino, Bologna, Genova, Firenze, Napoli, Palermo e Bari).



Una parte nazionale
e nove edizioni
locali.

Nel 2018, 167.552
mila copie
giornaliere cartacee
diffuse.

la Repubblica è una testata quotidiana registrata e stampata a Roma, trasmessa in altri centri stampa. La sua foliazione può raggiungere le 96 pagine interamente a colori (pubblicità inclusa).

Abbinati al quotidiano *la Repubblica* sono inoltre pubblicati e distribuiti diversi supplementi, e in particolare:



GRI 102-2
 GRI 102-6

Affari e Finanza

Nasce come supplemento settimanale nel 1986 per rispondere alla richiesta di informazione economico-finanziaria in quegli anni in forte crescita. Affari & Finanza si occupa di analisi macro-economiche e finanziarie e racconta i protagonisti della realtà produttiva nazionale e internazionale con reportage e inchieste. Nel 2018 Affari & Finanza è stato oggetto di un restyling sia grafico sia editoriale.

Il Venerdì

Nasce nel 1987 come supplemento del quotidiano. Col tempo, da giornale soprattutto fotografico, si è trasformato in un settimanale che, pur evitando la stretta attualità, si occupa di esteri, inchieste, personaggi della politica e dello spettacolo, di cultura. Il Venerdì coincide con il giorno di massima vendita di Repubblica.

D – la Repubblica

Il settimanale femminile, inizia la sua storia nel 1996. È in edicola ogni sabato, con l'attualità e la cultura, la moda e gli spettacoli, i fenomeni di costume e i cambiamenti sociali.

Trova Roma - Tutto Milano

Le guide pocket settimanali di Repubblica Milano e Repubblica Roma. Tutti i giovedì in edicola, propongono il meglio della settimana per vivere le due città all'insegna del divertimento, della cultura, dell'intrattenimento, del buon mangiare e del social.

In continuità con il precedente periodo, è inoltre continuato, anche nel 2018, l'abbinamento obbligatorio tra il quotidiano *la Repubblica* e la testata *L'Espresso* nel giorno della domenica.

Nel 2018 sono poi stati lanciati o consolidati nuovi prodotti editoriali relativi alla testata, anche nativi digitali, tra i quali:

Rep:

nuova web app fruibile su mobile che consente delle personalizzazioni molto innovative dell'offerta editoriale con una selezione di articoli e news proposta dall'app e basata sulla storia di navigazione/fruizione dell'utente.



RLab, un nuovo inserto estraibile de *la Repubblica* dedicato a innovazione tecnologica, ricerca scientifica e sostenibilità ambientale, tema, quest'ultimo, del quale *la Repubblica* si è fatta "portavoce" in Italia (ad esempio, anche con campagne per la sensibilizzazione contro l'inquinamento da plastica con Legambiente).



RFood, nuovo inserto dedicato al cibo, per una maggiore consapevolezza dell'importanza dell'enogastronomia in Italia.

Fuoricampo

una raccolta di articoli dei più rilevanti quotidiani internazionali (facenti parte della "Leading European Newspapers Alliance" della quale anche *la Repubblica* fa parte).

8 SUPER 8

Super8, reportage fotografici e giornalistici su temi d'attualità nazionale e internazionale.

GRI 102-2 **News Network**

GRI 102-4

GRI 102-6

A seguito dell'integrazione con il Gruppo ITEDI, la divisione "News Network" comprende attualmente 15 testate (*La Stampa*, *il Secolo XIX*, *Gazzetta di Mantova*, *Gazzetta di Modena*, *Gazzetta di Reggio*, *Il Mattino di Padova*, *Il Piccolo*, *Messaggero Veneto*, *Corriere delle Alpi*, *La Nuova Ferrara*, *La Nuova Venezia*, *La Provincia Pavese*, *La Sentinella del Canavese*, *La Tribuna di Treviso* e *Il Tirreno*) che registrano una diffusione totale di 354.000 copie medie giornaliere (ADS 2018) e raggiungono quotidianamente 3,3 milioni di lettori (Audipress 2018/II).



Nel 2018, la diffusione complessiva dei quotidiani locali si è attestata a 354 mila copie medie ad uscita.



I Periodici e Le Guide

GRI 102-2

GRI 102-6 Della divisione “Stampa Nazionale” fanno parte le seguenti testate periodiche e Guide:



L'Espresso

L'Espresso è stato fondato nel 1955. Con la sua nascita comincia la storia del Gruppo che porta il nome della testata. È un settimanale di cultura e politica, rappresenta un punto di riferimento di ampi e importanti settori dell'opinione pubblica italiana.

Mind

Nato nel 2018, dall'evoluzione di Mente & Cervello, il nuovo mensile di psicologia e neuro-scienze che parla di vita, di conflitti, di emozioni, di relazioni. Consociata con le edizioni tedesca (Gehirn und Geist), statunitense (Scientific American Mind) e francese (Cerveau et Psycho).

National Geographic e

National Geographic Traveler

Edizione italiana della celebre rivista statunitense fondata nel 1888, nasce nel febbraio 1998, e tratta di geografia nel senso più ampio del termine, con particolare attenzione alla qualità fotografica. Traveler racconta viaggi che i lettori possono intra-prendere, a volte con un pizzico di spirito d'avventura in più, ma sempre con il desiderio di scoprire con nuove realtà.

Le Scienze

Edizione italiana di Scientific American, ha pubblicato il primo numero nel settembre 1968. Si occupa dei più avanzati aggiornamenti in tutte le discipline scientifiche, dalla fisica alla biologia, dalla medicina alle scienze ambientali, dalla geologia alla cosmologia.

MicoMega

Dal 1986 MicroMega è la rivista della sinistra democratica e libertaria italiana. Punto di riferimento culturale e politico, è sempre stata protagonista del dibattito pubblico del nostro Paese, con una netta identità antipartitocratica, legalitaria, laica.

Limes

Limes, rivista italiana di geopolitica, è stata fondata nel 1993 e si è ormai affermata come uno dei più influenti e autorevoli luoghi di riflessione geopolitica.

LE GUIDE la Repubblica

Le Guide di Repubblica, a forte connotazione locale, sono annuali e si posizionano sul mercato per un particolare legame con il territorio, raccontandone i sapori e i piaceri con lo stile di Repubblica.

Le Guide de L'Espresso

Da più di 40 anni la Guida dell'Espresso rappresenta la fotografia di una ristorazione viva, ricca, varia, che consolida e arricchisce i propri punti di forza ma si aggiorna e si diversifica.

Il Digitale

GRI 102-2
GRI 102-6

La divisione “Digitale” ha il compito della gestione e sviluppo digitale dei marchi del Gruppo su tutte le piattaforme digitali (desktop, mobile, tablet, Tv connesse e dispositivi di nuova generazione) nonché di diversificazione delle attività del Gruppo in nuove operazioni digitali anche esterne all’attuale perimetro. La strategia distributiva è differenziata per piattaforma e contempla sia il modello free che quello premium: la specificità dei bisogni informativi del lettore sulle varie piattaforme e la massimizzazione del valore nel lungo periodo guidano, di volta in volta, la scelta del modello di offerta.



Con una media di 5,04 milioni di utenti unici al giorno e 25,5 milioni di utenti unici al mese (Audiweb), il Gruppo si afferma come il sesto operatore nel periodo aprile-novembre 2018.

La divisione “Digitale” è quindi responsabile dello sviluppo e della gestione online di tutti i principali brand del Gruppo - in particolare *Repubblica.it*, *Repubblica +*, *Rep*: il nuovo prodotto premium, la versione web delle 15 testate *News Network*, le rispettive offerte premium e di membership sia in replica sia “pure digital” (*Top News* e *Noi*), un’ampia gamma di siti di intrattenimento, che spazia dalle web radio del Gruppo ai verticali sul cinema e la tv, come *Mymovies* e *TVzap* - nonché di importanti partnership internazionali come *Huffington Post Italia* e *Business Insider Italia*.

Secondo la ricerca Audiweb, che da aprile 2018 ha introdotto un nuovo sistema di misurazione e rilevazione in grado di rappresentare al meglio il traffico mobile e quelle tipologie di traffico in precedenza non correttamente attribuite agli editori (c.d. browsing in app), nel periodo aprile-novembre 2018 il Gruppo GEDI, si afferma come il sesto operatore dell’intero mercato digitale italiano (inclusivo dei fornitori internazionali di servizi e piattaforme, quali Google, Facebook e Amazon), con una media di 5,04 milioni di utenti unici nel giorno medio e di 25,5 milioni di utenti unici al mese sull’insieme delle sue property digitali.

La Radio

 GRI 102-2
 GRI 102-6

Nel corso degli ultimi 30 anni, GEDI ha sviluppato la propria attività nel settore radiofonico e ad oggi la divisione “Radio” comprende le tre emittenti nazionali del Gruppo, *Radio DeeJay*, *Radio Capital* e *m2o*. In base alla rilevazione *RadioTer* relativa all’anno 2018, le tre radio del Gruppo continuano a registrare buoni risultati di ascolto: *Radio DeeJay* si conferma tra i leader del mercato radiofonico con 5,0 milioni di ascoltatori nel giorno medio; *Radio Capital* e *m2o* hanno registrato entrambe un’audience di 1,6 milioni.



Radio DeeJay

Fondata nel 1982 da Claudio Cecchetto, è acquisita dal Gruppo Espresso nel 1989. Dal 1994 è guidata da Linus come direttore artistico. I suoi 5 milioni di ascoltatori nel giorno medio (rilevazione *RadioTer* relativa all’anno 2018) la confermano leader nell’intrattenimento, ricca di programmi di grande successo condotti da personaggi molto noti nel mondo dello spettacolo, tra cui Linus, Nicola Savino, Fabio Volo, Alessandro Cattelan, il Trio Medusa, Albertino, La Pina e nell’weekend Luciana Littizzetto, Rudy Zerbi, Fabio Caressa, Ivan Zazzaroni. Da gennaio 2018, dopo 26 anni, è tornato anche Fiorello in onda tutti i giorni su Radio DeeJay con il nuovo show “Il Rosario della sera”. È la radio che guida le tendenze musicali, lanciando i brani che diverranno successi discografici suonati da tutte le altre emittenti. Molto presente e attiva sul web, è l’unica emittente radiofonica italiana tra i siti top 100 rilevati da Audiweb e leader sui social. Ha una forte community che segue sempre la radio con partecipazione nelle sue occasioni di contatto diretto con il pubblico. Dati indagine Radio Ter, Anno 2018.

Radio Capital

Nasce a metà anni ‘80 ed è acquisita dal Gruppo Espresso nel 1997, stabile con 1,6 milioni di ascoltatori nel giorno medio (rilevazione *RadioTer* relativa all’anno 2018), è sempre stata un punto di riferimento per il pubblico amante della musica di qualità, quella dei grandi classici degli anni 70-80-90, musica accompagnata da intrattenimento e da una valida copertura informativa offerta da una redazione diretta da Vittorio Zucconi. A partire da settembre 2018, con la nuova direzione affidata a Massimo Giannini - grande firma de “*la Repubblica*” e opinionista televisivo - si è sviluppata una nuova proposta editoriale volta a valorizzare maggiormente la componente d’informazione, ampliata integrata e presente anche nei weekend, e a mantenere musica di qualità come valore fondamentale dell’emittente, in un’alternanza virtuosa.

m2o

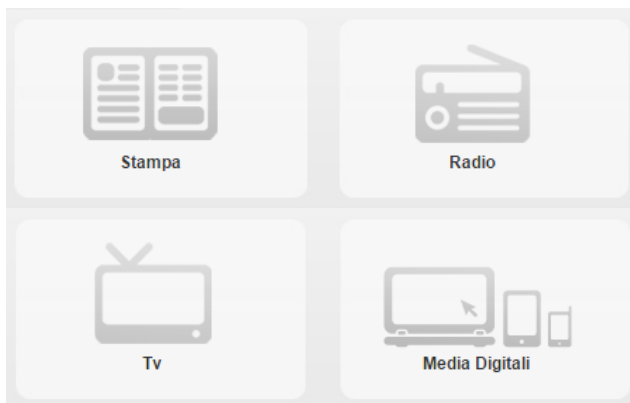
Acquisita nel 1998 dal Gruppo Espresso quando trasmetteva sotto il brand Italia Radio, viene trasformata e lanciata come m2o alla fine del 2002 per diventare una radio musicale basata sulla musica dance, rivolta esclusivamente a un pubblico di giovani. A partire dal 2010 si allarga la proposta musicale ai successi del momento, pur conservando l’energia che ha sempre contraddistinto la radio. 1,6 milioni sono gli ascoltatori nel giorno medio di m2o (rilevazione *RadioTer* relativa all’anno 2018), una personalità esclusiva nel comparto radiofonico, la sola radio in grado di sviluppare altissime affinità sui giovani e di piacere molto anche ai più adulti. Da fine 2018 il nuovo direttore artistico di m2o è Albertino, uno dei personaggi più noti del mondo radiofonico. La sua grande competenza nella musica, la capacità di individuarne tendenze e linguaggi inediti, unite alla profonda conoscenza dei gusti del pubblico, garantisce autorevolezza e prestigio all’emittente, nonché cura, qualità, creatività, innovazione.

La Pubblicità

GRI 102-2
GRI 102-6

La società A. Manzoni & C. è la concessionaria di pubblicità principale dei mezzi GEDI e di un qualificato gruppo di Editori Terzi. Manzoni è tra le prime concessionarie nel mercato pubblicitario italiano. La forza di Manzoni risiede in un portafoglio multimediale di grande qualità, con testate leader nei principali segmenti di mercato e un'ampia rete di consulenza e assistenza clienti.

L'esperienza dell'organizzazione commerciale di Manzoni, articolata per reti di vendita specializzate e focalizzate sui mezzi, guida e orienta le aziende nella scelta delle offerte commerciali più rispondenti agli obiettivi di comunicazione. Oltre al servizio di vendita e a un'offerta pubblicitaria flessibile e articolata, Manzoni mette a disposizione dei suoi clienti un sistema di informazioni, di banche dati, case studies, analisi e ricerche di mercato originali.



Le principali tappe storiche

Anni '50 e '60	1955	Nasce la società editrice de "L'espresso", N.E.R. (Nuove Edizioni Romane).
	1965	Viene introdotto il colore per fotografie redazionali e inserzioni pubblicitarie.
	1967	Si introduce la pubblicazione di un inserto a colori e la diffusione de "L'espresso" cresce ulteriormente, raggiungendo oltre 100 mila copie a numero.
	1970	Nasce l'inserto "l'Espresso Economia & Finanza"; la diffusione de "L'espresso" supera le 130 mila copie; sono avviate le pubblicazioni della versione italiana del mensile "Le Scienze", in joint venture con "Scientific American".
Anni '70	1975	Il nome della società cambia in "Editoriale L'Espresso"; il settimanale raggiunge una diffusione superiore alle 300 mila copie a numero.
	1976	Nasce il quotidiano "la Repubblica".
	1977	Editoriale L'Espresso avvia l'acquisizione di partecipazioni di controllo in alcuni quotidiani locali.
	1979	La diffusione del quotidiano "la Repubblica" si attesta a 180 mila copie a numero.
	1984	l'Editoriale L'Espresso è ammesso in Borsa e nasce Finegil, holding per i quotidiani locali di cui il 50% è ceduto a Mondadori.
	1985/1989	Sono lanciati i supplementi di Repubblica "Affari & Finanza" (1986), "Il Venerdì" (1987) e il quotidiano locale "il Centro"; il Gruppo Espresso acquista il 50% del capitale di Radio DeeJay (1989).
Anni '80	1989	Mondadori acquisisce il controllo dell'Editoriale L'Espresso.
	1991	Nasce il Gruppo Espresso, di cui il Gruppo CIR è azionista di maggioranza; L'Editoriale La Repubblica è quotata in Borsa.
	1992	Il Gruppo acquisisce l'intero capitale di A. Manzoni & C.
Anni '90	1994	Viene lanciata l'edizione del lunedì di Repubblica.
	1995	Sono lanciati i due nuovi supplementi ("Musica, rock & altro!" e "Salute") e il nuovo magazine femminile "D - la Repubblica delle Donne" e Repubblica introduce la stampa a colori per la prima pagina e le inserzioni pubblicitarie.
	1996	È lanciato in via sperimentale il sito Repubblica.it, online 24 ore su 24 dal 1997.
	1999	Il Gruppo si orienta verso una strategia di investimento nei settori Internet, Tv digitale e Radio.
Dal 2000 ad oggi	2000	Il Gruppo si focalizza sui contenuti digital e sull'offerta di web solutions.
	2004	Repubblica porta a termine l'investimento "full color", che consente di stampare a colori le 96 pagine del quotidiano.
	2005	Il Gruppo completa la propria presenza multimediale ed è in grado di raggiungere il pubblico con i suoi contenuti attraverso molteplici piattaforme e con modalità temporali di fruizione diverse.

Dal 2000 ad oggi

- 2007** Repubblica lancia la nuova sezione *R2*, con inchieste, dossier e reportage; L'Espresso rinnova copertina e veste grafica.
- 2010** L'offerta digitale del Gruppo si arricchisce di nuovi prodotti e i siti de L'Espresso e dei giornali locali sono rinnovati.
- 2011** Sono rinnovate le sezioni di *Repubblica.it* dedicate all'economia e alla finanza ed è estesa la copertura giornalistica del sito alle 24 ore; aumenta anche la produzione video; si procede infine alla creazione di prodotti specifici per tablet e smartphone.
- 2012** È costituita *Huffington Post Italia*, joint venture tra AOL e il Gruppo.
- 2014** Il Gruppo porta a termine l'integrazione delle attività di operatore di rete digitale terrestre con Telecom Italia Media e provvede al rifinanziamento della società mediante il collocamento di un Convertible Bond a cinque anni.
- 2015** Il Gruppo rafforza la leadership a livello digitale e *Repubblica.it* si riconferma il primo sito di informazioni italiana e tra i più rilevanti a livello internazionale.
- 2016** Il Gruppo Espresso e ITEDI (editrice de *La Stampa* e del *Il Secolo XIX*) sottoscrivono un accordo per l'integrazione delle due società, finalizzata alla creazione del gruppo leader editoriale italiano.
- 2017** Il Gruppo ha finalizzato l'importante accordo di fusione tra GEDI Gruppo Editoriale e ITEDI Italiana Editrice, capofila delle testate *La Stampa* e *Il Secolo XIX*. Nasce *Rep*: il nuovo prodotto Premium digitale di Repubblica, il sito con gli articoli a pagamento.
- 2018** Numerosi gli interventi per rafforzare e rinnovare la presenza dei marchi di Gruppo sul web. *Repubblica* ha lanciato una nuova app e ha sviluppato la produzione di contenuti esclusivi digitali. GNN ha esteso a tutti i quotidiani locali il progetto di "membership". E' stato altresì effettuato un *restyling* grafico di tutti i siti. La Stampa ha lanciato *TopNews*, nuovo abbonamento settimanale a una selezione di contenuti digitali. In atto profonde trasformazioni per *Radio Capital*, con una nuova direzione editoriale, e per *m2o*, con una nuova direzione artistica. Infine, in corso d'anno è stato lanciato, in collaborazione con National Geographic, il nuovo trimestrale *Traveler*.

L'impegno verso la sostenibilità

GEDI è da diversi anni impegnata in un importante percorso di sostenibilità con l'obiettivo di garantire un equilibrio tra le diverse attività del Gruppo e gli impatti ambientali, sociali ed economici che esse generano sull'ambiente e la società.

L'approccio utilizzato si basa sullo sviluppo e il mantenimento di un rapporto di fiducia reciproco tra il Gruppo e i suoi Stakeholder, nonché nella considerazione degli interessi di questi ultimi ai fini del raggiungimento degli obiettivi aziendali prefissati, nel rispetto delle leggi e dei principi di onestà, imparzialità, affidabilità, lealtà, correttezza, trasparenza e buona fede, fermo restando il primario rispetto e la tutela della vita umana.

L'approccio utilizzato si esprime nello sviluppo di un rapporto di fiducia del Gruppo nei confronti dei propri Stakeholder, perseguendo i propri obiettivi e ricercando la conciliazione degli interessi coinvolti, nel rispetto delle leggi e dei principi di onestà, imparzialità, affidabilità, lealtà, correttezza, trasparenza e buona fede, fermo restando il primario rispetto e la tutela della vita umana.

Gli Stakeholder e le attività di coinvolgimento

GRI 102-40
GRI 102-42
GRI 102-43

GEDI mantiene un dialogo aperto con i numerosi Stakeholder di riferimento che orbitano nella sfera delle sue attività, avvalendosi di diversi strumenti di comunicazione a sua disposizione.

Nel 2018, il Gruppo ha aggiornato la mappatura dei propri Stakeholder, identificandone il grado di influenza/dipendenza e analizzando la rilevanza che i temi di sostenibilità specifici del settore e del contesto di riferimento hanno su di essi. Di seguito è riportata la mappa con i 10 cluster di Stakeholder identificati, in relazione alla quale si specifica che lo Stakeholder «Pubblico» è rappresentato da un insieme ampio di tipologie di utenti che possono essere suddivisi a loro volta in: acquirenti dei quotidiani, abbonati, ascoltatori radiofonici, utenti online, pubblico televisivo/abbonati al satellitare.

GEDI - Mappa degli Stakeholder 2018



Per il perseguimento degli obiettivi aziendali, risulta fondamentale sviluppare forme di dialogo e di interazione costante con gli Stakeholder interni ed esterni, al fine di comprenderne e prenderne in considerazione le esigenze, gli interessi e le aspettative di varia natura. In particolare, in uno scenario dinamico, competitivo e di forte cambiamento come quello che caratterizza l'industria editoriale e dei media, essere in grado di anticipare i cambiamenti e identificare le tendenze

emergenti attraverso il dialogo con gli Stakeholder consente al Gruppo di generare valore aggiunto condiviso e costante nel lungo periodo.

GEDI cura costantemente i rapporti con i propri Stakeholder, al fine di cogliere suggerimenti utili per perseguire al meglio la propria strategia di sostenibilità. A tale scopo, GEDI si impegna quotidianamente nell'instaurare relazioni di fiducia con i propri Stakeholder, fondate sui principi della trasparenza, dell'apertura e dell'ascolto. L'approccio utilizzato dal Gruppo per comunicare con gli Stakeholder ha subito, nel tempo, una continua evoluzione, articolandosi in iniziative di varia natura volte a impiegare al meglio i molteplici canali a disposizione.

Nel prospetto sottostante sono riportate le principali attività di coinvolgimento del Gruppo nei confronti dei propri Stakeholder:



Un esempio di attività articolate e costanti di Stakeholder engagement è costituito dall'insieme di iniziative svolte dalla Direzione Centrale Relazioni Esterne, cui compete la gestione dei rapporti tra il Gruppo e gli organi di informazione per ciò che riguarda principalmente la comunicazione corporate e la cura delle relazioni con altri interlocutori del Gruppo.

L'analisi di materialità

Nel 2018, GEDI ha aggiornato la propria analisi di materialità identificando le tematiche di sostenibilità rilevanti per il Gruppo e i suoi Stakeholder. Nella tabella in Allegato 2, viene riportato

GRI 102-44
GRI 102-46
GRI 102-47

il perimetro delle tematiche materiali e la tipologia di impatto che tale tematica potrebbe avere sul Gruppo e/o sui propri stakeholder.

L'aggiornamento è avvenuto attraverso diverse fasi. In prima istanza è stata svolta un'analisi desk che ha preso in considerazione diversi report di aziende competitor e best practice operanti nel settore editoriale, studi e pubblicazioni rilevanti e gli argomenti richiamati dal Decreto Legislativo 254/16. In seguito a questa analisi, sono state proposte delle variazioni alle tematiche della matrice precedente.

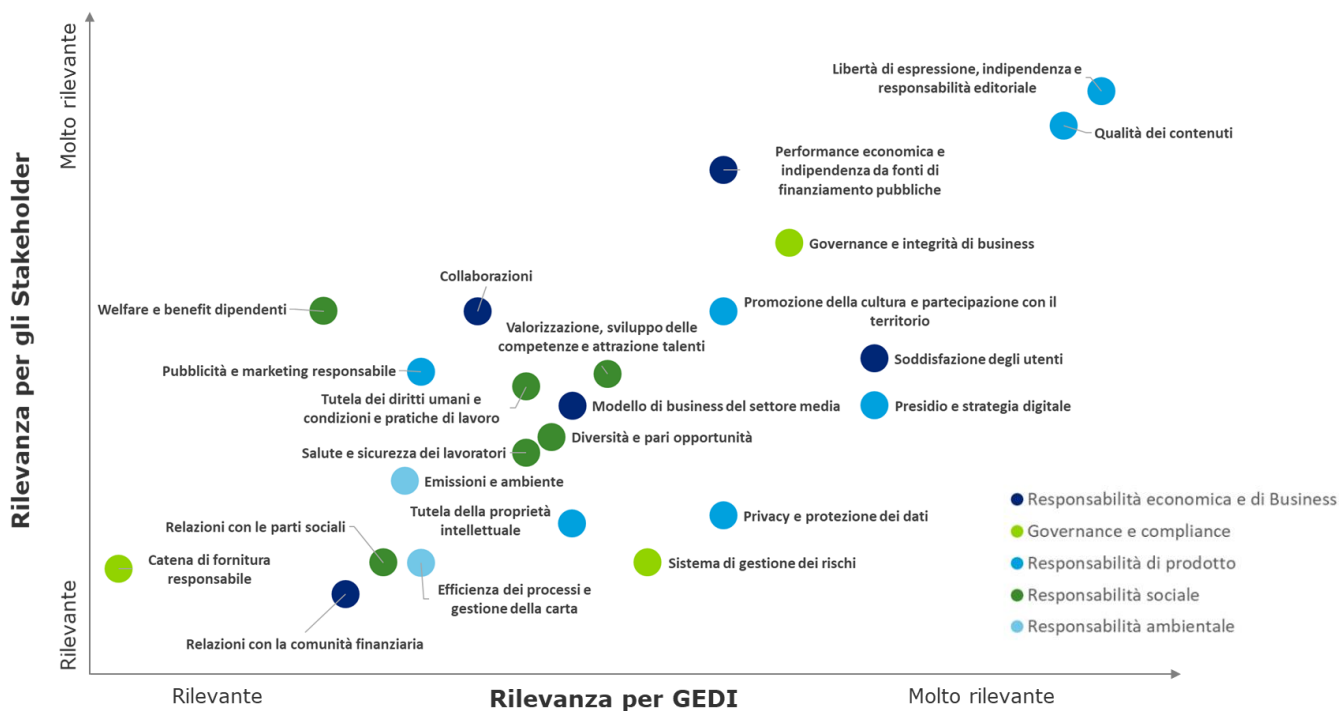
Le tematiche identificate sono state in seguito sottoposte alla valutazione del management attraverso un workshop interno, volto a comprendere il posizionamento del Gruppo rispetto alle stesse.

Con il fine di attuare una sempre maggiore interazione con gli Stakeholder esterni, nel 2018 è stata realizzata un'attività di Stakeholder engagement specifica per raccogliere la loro percezione sulle tematiche di sostenibilità del Gruppo; è stato infatti inviato un questionario ad hoc al pubblico, con l'obiettivo di stimolare la riflessione sull'approccio del Gruppo alla sostenibilità e identificare le aspettative degli Stakeholder rispetto alle attività di GEDI. I partecipanti hanno offerto un contributo significativo nell'individuazione dei principali impatti che le attività del Gruppo hanno sulle diverse fasi della catena del valore.

Tale analisi interna ed esterna ha consentito di individuare gli aspetti che sono ritenuti materiali, ovvero che riflettono gli impatti significativi dell'organizzazione da un punto di vista economico, ambientale e sociale e che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli Stakeholder. La sintesi tra l'approccio strategico di business e la prospettiva degli Stakeholder, infatti, rappresenta la chiave di lettura necessaria affinché il Gruppo possa continuare a generare valore condiviso nel breve, medio e lungo periodo. Tale analisi è stata svolta in conformità con i criteri definiti dal Global Reporting Initiative (GRI Standards). Per maggiore dettaglio sulla riconciliazione degli aspetti materiali di GEDI e i GRI Standard, si rinvia alla tabella in Allegato 1.

In linea con gli anni precedenti, le tematiche materiali sono riconducibili a cinque aree tematiche: Responsabilità Economica e di Business, Governance e Compliance, Responsabilità di prodotto, Responsabilità verso le persone e Responsabilità Ambientale. Le priorità espresse da GEDI e dagli Stakeholder sono state elaborate e sono rappresentate sulla matrice di materialità, presentata di seguito:

GEDI – Matrice di materialità 2018



Governance e integrità

GRI 102-18 **Il modello di Governance**¹

GRI 103-1

GRI 103-2

GRI 103-3

Il sistema di governo societario di GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. permette di conseguire gli obiettivi strategici assicurando un governo efficace, nel rispetto delle istituzioni e delle leggi, efficiente e corretto nei confronti di tutti gli *Stakeholder*. Tale sistema si basa sui principi e sui criteri espressi dal Codice di Autodisciplina pubblicato nel 2006 dal Comitato per la *Corporate Governance* della Borsa Italiana e di cui GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. ha elaborato una propria versione, riportata all'interno della Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari. La società ha aderito a tale modello in data 21 febbraio 2007. In tale sede, tra le altre decisioni, sono state istituite le figure dell'Amministratore Esecutivo incaricato del sistema di controllo interno, del preposto al controllo interno e del *lead independent director*. L'assemblea straordinaria del 18 aprile 2007 ha modificato lo statuto per recepire le novità legislative in materia di diritto societario.

Tra le varie modifiche è stato introdotto il voto di lista per la nomina del Consiglio di Amministrazione, sono state definite le soglie minime per la presentazione delle liste ed è stata prevista la figura del dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari. Successivamente, l'assemblea straordinaria del 20 aprile 2011 ha adottato le necessarie delibere al fine di portare a compimento il lavoro di adeguamento dello statuto sociale al D. Lgs. 27 gennaio 2010 n. 27, intrapreso dal Consiglio di Amministrazione del 20 ottobre 2010. In tale occasione lo statuto è stato modificato al fine di recepire disposizioni inderogabili, nonché di eliminare tutti quei riferimenti normativi ormai superati dalla normativa Shareholders' Rights, anche con riferimento all'avvenuta adozione da parte della società della Procedura per le operazioni con Parti correlate. Inoltre, in ragione delle modifiche introdotte con la Legge del 12 luglio 2011 n.120 "Equilibrio tra i generi" al TUF, concernenti la parità di accesso agli organi di amministrazione e controllo delle società quotate in mercati regolamentati, il Consiglio di amministrazione del 18 aprile 2013 ha apportato le modifiche necessarie allo statuto sociale, al fine di adeguarlo alla disciplina in vigore.

Successivamente l'Assemblea straordinaria dei Soci tenutasi in data 27 aprile 2017 ha deliberato, tra gli altri punti, anche la variazione della denominazione sociale da Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A. a GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. (anche GEDI S.p.A.). Infine, l'Assemblea Straordinaria dei Soci tenutasi in data 26 aprile 2018, tenuto conto della interlocuzione con i competenti Uffici della Consob, ha deliberato di eliminare dall'art 15 dello Statuto la parte che prevedeva che gli Azionisti che, da soli o insieme ad altri, rappresentano meno del 20% del capitale con diritto di voto nell'assemblea ordinaria, potranno presentare liste contenenti non più di tre candidati.

Gli organi collegiali che formano il sistema di Governance di GEDI sono: il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale, i Comitati interni e l'Assemblea degli Azionisti.

Il Consiglio di Amministrazione è stato nominato il 26 aprile 2018; i consiglieri durano in carica per il periodo di tempo stabilito dall'Assemblea all'atto della nomina, comunque per il periodo non superiore a tre esercizi e sono rieleggibili. Il mandato dell'attuale Consiglio scadrà con l'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2020, ad eccezione di Laura Cioli, cooptata, a seguito di decadenza, dal Consiglio di Amministrazione della Società tenutosi in data 26 aprile 2018, e la cui nomina dovrà essere confermata dalla prossima Assemblea dei Soci.

Nella medesima seduta, il Consiglio di Amministrazione ha altresì nominato Monica Mondardini e John Elkann Vice Presidenti della Società. Si rammenta che il Consiglio di Amministrazione tenutosi

¹Per maggiori informazioni fare riferimento alla "Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari".

GRI 405-1

in data 23 giugno 2017 ha conferito a Carlo De Benedetti la carica di Presidente Onorario della Società.

<i>Nome</i>	<i>Carica</i>	<i>Esecutivo</i>	<i>Non esecutivo</i>	<i>Indipendente</i>
Marco De Benedetti	<i>Presidente</i>	✓		
Laura Cioli	<i>Amministratore Delegato</i>	✓		
John Elkann	<i>Vice presidente</i>		✓	
Monica Mondardini	<i>Vice presidente</i>		✓	
Agar Brugiavini	<i>Amministratore</i>		✓	✓
Giacaranda M. Caracciolo di Melito Falck	<i>Amministratore</i>		✓	✓
Elena Ciallie	<i>Amministratore</i>		✓	✓
Alberto Clò	<i>Amministratore</i>		✓	✓
Rodolfo De Benedetti	<i>Amministratore</i>		✓	
Francesco Dini	<i>Amministratore</i>		✓	
Silvia Merlo	<i>Amministratore</i>		✓	✓
Elisabetta Oliveri	<i>Amministratore</i>		✓	✓
Luca Paravicini Crespi	<i>Amministratore</i>		✓	✓
Carlo Perrone	<i>Amministratore</i>		✓	
Michael Zaoui	<i>Amministratore</i>		✓	✓

Al termine dell'esercizio di riferimento della presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, il Consiglio di Amministrazione risulta composto da quindici i membri: il 53% è costituito da uomini, mentre il restante 47% da donne.

GEDI SpA - Composizione del CdA al 31.12.2018

Gli Amministratori indipendenti costituiscono la maggioranza del Consiglio di Amministrazione e sono per numero e autorevolezza tali da garantire che il loro giudizio possa avere un peso significativo nell'assunzione delle decisioni consiliari, contribuendo alla formazione di decisioni equilibrate in particolar modo nel caso sussistano potenziali conflitti di interesse. La maggior parte dei consiglieri di GEDI ha un'età superiore ai 50 anni.

<i>Genere</i>	<i>%</i>
Uomini	53%
Donne	47%
<i>Età</i>	<i>%</i>
<30	-
30-50	20%
>50	80%

GRI 102-11 Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi

GRI 103-1

GRI 103-2

GRI 103-3

Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è l'insieme delle regole, dei presidi e delle strutture organizzative che, partendo da un adeguato processo di identificazione e misurazione dei rischi inerenti alla Società e al business in cui essa opera, ne consentono la gestione e il monitoraggio in maniera efficace e tempestiva.

Tale sistema, così come riportato nella Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari consultabile nella sezione *Governance* del sito internet istituzionale del Gruppo, si fonda su principi generali e Linee di indirizzo approvate dal Consiglio di Amministrazione e in tal modo suddivise:

- Sistema Controllo e Rischi, che comprende, oltre ai principi espressi nelle linee guida, le disposizioni statutarie e regolamentari interne in materia di ripartizione di competenze e deleghe di responsabilità, il sistema di deleghe, delle procedure e delle aree di rischio mappate dal Modello Organizzativo e, infine, gli obiettivi e le metodologie di valutazione dei rischi;
- Compiti degli organi e funzioni del Sistema Controllo e Rischi, che definisce le funzioni responsabili per il Sistema Controllo e Rischi nel rispetto dei loro compiti e competenze e secondo le indicazioni previste nelle linee guida e nelle disposizioni normative, regolamentari e interne applicabili;
- La gestione dei rischi, che si articola su tre differenti livelli di controllo distinguendo tra funzioni operative interne alla società, che si occupano di rilevare i rischi e di intraprendere le azioni di gestione, le funzioni preposte alla gestione dei rischi (Risk Management), che svolgono analisi costanti e monitoraggi, la funzione di Internal Audit, che controlla il funzionamento del Sistema e fornisce valutazioni indipendenti.

La definizione della natura e del livello di rischio compatibile con gli obiettivi aziendali è attribuita al Consiglio di Amministrazione, previo parere del Comitato Controllo e Rischi; in tale ottica, con cadenza almeno annuale, viene valutata l'adeguatezza del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi rispetto alle caratteristiche dell'impresa e al profilo di gestione del rischio assunto.

L'esame, la discussione e la definizione nel Consiglio di Amministrazione della natura e del livello di rischio compatibile con gli obiettivi aziendali è attuata attraverso un'analisi critica. L'analisi prende in considerazione la valutazione di probabilità/impatto effettuata dal Risk Manager e preventivamente stabilita dal Comitato Controllo e Rischi in considerazione di parametri di rischio collegati a differenti perimetri di analisi.

Il Risk Manager opera in stretta collaborazione con i responsabili di processo e con il Responsabile della funzione Internal Audit, per effettuare una revisione completa e un monitoraggio costante dei rischi che tenga in considerazione le eventuali variazioni di perimetro intervenute nel corso dell'anno sia con riferimento al lato organizzativo che societario.

In concreto l'attività del Risk Manager consiste nello svolgimento delle seguenti operazioni:

- Mappatura dei processi aziendali e relativo aggiornamento qualora necessario.
- Rilevazione dei rischi sia interni che esterni con periodicità annuale, riferiti ai singoli processi.
- Misurazione dei rischi in termini di probabilità / impatto e valutazione dell'effetto su differenti perimetri di ricaduta.

- Analisi dei fattori di mitigazione del rischio e conseguentemente dei rischi residui assumibili dalla società.
- Presentazione dei risultati dell'attività al Comitato Controllo e Rischi per esame e discussione preliminare, al fine della presentazione degli stessi al Consiglio di Amministrazione.

L'attività sopra indicata è svolta seguendo le linee guida del framework "ERM - enterprise risk management" elaborato dal "Committee of Sponsoring Organisations of the Treadway Commission" (COSO report).

In aggiunta ai rischi identificati nella "Relazione finanziaria annuale" del Gruppo, rispetto alle aree tematiche richiamate dagli articoli 3 e 4 del D.Lgs. 254/16, quali tematiche ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva, GEDI ha altresì rilevato i seguenti ambiti di attenzione:

- **Tematiche attinenti al personale.** A seguito di una fase di contrazione del mercato, di ristrutturazione degli assetti societari e organizzativi nonché di ridimensionamento dell'organico, esiste il rischio che si inaspriscano le relazioni tra azienda e sindacati di categoria, determinando giornate di sciopero e/o peggioramento nella organizzazione del lavoro. Al fine di mantenere un dialogo aperto e trasparente con i suoi dipendenti e collaboratori, distendere i rapporti e supportare dipendenti e giornalisti, il Gruppo ha implementato diverse azioni concrete di pianificazione e gestione delle risorse, come programmi di solidarietà e politiche di welfare.

Si evidenziano inoltre rischi legati alla gestione del personale e in particolare alla fase di selezione, alla distribuzione sul territorio, e alla mancata flessibilità e movimentazione delle risorse. Per mitigare questi rischi la funzione delle risorse umane si è organizzata per migliorare i criteri dei processi di selezione ed erogare la formazione necessaria ai propri dipendenti per favorire la mobilità.

- **Tematiche sociali e rispetto dei diritti umani.** Tra i rischi principali monitorati emerge il possibile mancato o inadeguato rispetto delle normative in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro, con riferimento specifico alla formazione e a dotazioni strumentali. Per mitigare tale rischio, il Gruppo ha sviluppato specifici action plan di monitoraggio periodico sia sull'area della formazione che sulla sorveglianza sanitaria. Sono inoltre previsti due specifici protocolli operativi nell'ambito del Modello 231/2001.

In aggiunta, è stato valutato il rischio di mancato rispetto delle disposizioni normative sul trattamento dei dati personali e sulla privacy, sulle disposizioni che disciplinano la pubblicità ed in tema di diritto d'autore, che potrebbero esporre le società al rischio di sanzioni e conseguenze sia civili sia penali. Oltre ad aver nominato il Data Protection Officer (DPO) di Gruppo, GEDI ha definito azioni e piani per il costante monitoraggio della normativa e della giurisprudenza di riferimento, ha formulato linee guida comportamentali in materia e gli addetti hanno ricevuto formazione a riguardo.

- **Lotta alla corruzione attiva e passiva.** Per evitare di incorrere nel rischio di eventuale inadeguatezza dei sistemi di controllo in ambito di conflitto di interessi (Parti Correlate), e per migliorare continuamente il proprio presidio sul tema, GEDI si è dotata di una specifica procedura per la gestione delle operazioni con le parti correlate.
- **Tematiche ambientali.** Il rischio di mancato rispetto delle norme a tutela dell'ambiente è mitigato tramite la presenza di una struttura interna dedicata e di società esterne

competenti nello specifico settore che effettuano annualmente attività di audit presso i centri stampa e valutano la necessità di specifici interventi.

Il Modello 231 e le tematiche anticorruzione

La Società e le sue controllate, al fine di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali e al fine di prevenire i reati previsti dal D.lgs. 231/2001, si sono dotate di un “Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo”, che viene periodicamente aggiornato allo scopo di consentire la continua rispondenza dello stesso a eventuali mutazioni della norma e della struttura aziendale. Il documento è costituito da una “Parte Generale”, nella quale, oltre al richiamo ai principi del D. Lgs. 231/01 e alle linee guida emanate dalla Confindustria, vengono illustrati i contenuti essenziali, le modalità di formazione del personale e la diffusione dello stesso nel contesto aziendale. Segue una “Parte Speciale” in cui sono indicate la mappa delle aree sensibili, il Codice Etico, le linee guida di comportamento, i principi generali del sistema di controllo interno e i protocolli di controllo elaborati per tutti i processi aziendali a rischio. In particolare, nei protocolli sono evidenziati i reati che possono essere commessi in relazione ai singoli processi, le indicazioni comportamentali e le specifiche attività di controllo per prevenire ragionevolmente i relativi rischi di reato. Un estratto del Modello è consultabile sul sito istituzionale nella sezione “Governance”.

Il Consiglio di Amministrazione della Società in data 5 marzo 2018 ha approvato la revisione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex DLgs 231/01, proposte di concerto con l'Organismo di Vigilanza e previa approvazione da parte dello stesso.

Le modifiche apportate sono state valutate nell'ambito e all'esito di un più ampio processo di revisione ed aggiornamento dei Modelli organizzativi di tutte le società controllate e/o collegate e sono state introdotte, anche con riferimento alla sua impostazione generale, al fine di renderlo coerente con le recenti novità normative in materia di D. Lgs. 231/01 qui di seguito indicate:

- D. Lgs 38/2017 di modifica della disciplina della corruzione tra privati: Istigazione alla corruzione tra privati (art. 2635-bis c.c.);
- L. n. 199/2016: Intermediazione illecita e sfruttamento del lavoro (art. 603-bis c.p.);
- L. n. 161/2017: Disposizioni contro le immigrazioni clandestine (art. 12, comma 3, 3 bis, 3 ter e comma 5, D. Lgs N. 268/1998);
- L. n. 167/2017: introduzione del reato Razzismo e Xenofobia (art. 25-terdecies del D.Lgs n. 231/2001) – Convenzione internazionale sull'eliminazione di tutte le forme di discriminazione razziale (art. 3, comma 3-bis della L. 654/1075);
- L. n. 179/2017: modifica l'art. 6 D.Lgs 231/2001 “Disposizioni per la tutela degli autori di segnalazioni di reati o irregolarità di cui siano venuti a conoscenza nell'ambito di un rapporto di lavoro pubblico o privato”.

Parimenti, nel corso dell'esercizio, le altre Società del Gruppo hanno approvato la revisione dei Modelli organizzativi in essere, in coerenza con le delibere assunte dalla Capogruppo.

Formazione erogata in ambito 231 e anticorruzione

GRI 205-2 Il Gruppo prevede programmi di formazione per i dipendenti sia trasversalmente su tematiche generali relative al Modello 231, sia nello specifico per i dipendenti che operano in specifiche aree di rischio, per l'organo di vigilanza e per i preposti al controllo interno. Il contenuto dei corsi di formazione e la loro frequenza sono determinati di volta in volta, assicurandosi altresì della partecipazione agli stessi e della verifica sulla qualità del contenuto di detti programmi. La partecipazione ai corsi di formazione è obbligatoria. Nel 2018 sono state erogate un totale di 2.550 ore di formazione anti-corruzione, con il coinvolgimento complessivo di 36 dirigenti e 814 impiegati.

Nello specifico, nell'esercizio 2018, il Gruppo ha provveduto ad una specifica formazione e-learning relativamente alla materia 231 anche in ragione delle modifiche apportate ai Modelli organizzativi delle Società.

Le tematiche inerenti l'aggiornamento del Modello 231 e la nomina degli Organismi di Vigilanza delle società del Gruppo, sono state oggetto di specifiche deliberazioni da parte dei preposti organismi amministrativi e oggetto di comunicazione ai dipendenti delle società.

Numero e percentuale di persone che hanno ricevuto formazione anti-corruzione

Dipendenti	2018
Dirigenti	36
% Dirigenti	51%
Impiegati	814
% Impiegati	82%

Il Gruppo promuove la conoscenza e l'osservazione del Modello anche tra i consulenti, i collaboratori a vario titolo, le imprese appaltatrici e i loro dipendenti, i lavoratori autonomi che prestano la propria opera all'interno del Gruppo, i clienti e i fornitori.

GRI 102-16 GRI 103-1 **Il Codice Etico e la sua diffusione**

GRI 103-2 GRI 103-3 Il Codice Etico è l'insieme delle regole etico-comportamentali oggetto di continua divulgazione a tutto il personale aziendale e continuamente sottoposte a verifica per garantirne la corretta applicazione, che definisce con chiarezza e trasparenza l'insieme dei valori ai quali il Gruppo si ispira per il raggiungimento dei propri obiettivi. Le attività di tutte le società del Gruppo devono, quindi, essere conformi ai principi espressi dal Codice. GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. riconosce l'importanza della responsabilità etico-sociale nella conduzione degli affari e delle attività aziendali e si impegna al rispetto dei legittimi interessi dei propri Stakeholder e della collettività in cui opera. Contestualmente richiede ai propri dipendenti e a quelli che cooperano all'interno delle società del Gruppo il rispetto delle regole aziendali e dei precetti stabiliti nel presente Codice.

Il Gruppo ha assunto formalmente l'impegno di promuovere la conoscenza dei contenuti del Codice Etico e delle procedure aziendali di competenza presso tutti i dipendenti: all'atto dell'assunzione è fornito al neoassunto il Codice Etico. Analoga attività di informazione sui valori e i principi espressi nel Codice Etico è svolta verso collaboratori, fornitori e clienti a ogni titolo.

Il settore media e il modello di business

Il modello di business e la strategia

GEDI ha deciso di concentrare i propri sforzi su una strategia sviluppata intorno a quattro punti principali:

- puntare allo sviluppo rafforzando l'attività tradizionale con costanti rivisitazioni dei propri prodotti editoriali, ma anche cogliendo tutte le nuove opportunità che il mercato può offrire.
- ampliare e migliorare l'offerta di contenuti dei propri brand sulle nuove piattaforme digitali tenendo ben in considerazione l'evoluzione verso il digitale che il settore sta intraprendendo.
- affermarsi nel mercato della pubblicità secondo le linee guida avviate dalla concessionaria interna.
- preservare la redditività dell'impresa in un contesto di crisi mondiale che ha inciso negativamente sui fatturati, agendo sui costi e sulla riorganizzazione aziendale.
- conseguire ulteriori benefici dall'integrazione con il Gruppo ITEDI, facendo leva su scala, presenza locale senza uguali, sinergie di Gruppo.
- confermare/rafforzare l'impegno nel settore delle radio.

L'evoluzione del digitale

G4 M6

Il mondo dei media sta attraversando negli ultimi anni un profondo cambiamento verso la digitalizzazione e per rispondere nel migliore dei modi alle mutate esigenze dei propri utenti, dagli anni 2000 GEDI ha gradualmente intrapreso un percorso di evoluzione verso il digitale, che si declina nello sviluppo di nuovi prodotti, nei processi aziendali e nelle attività che l'organizzazione svolge quotidianamente.

Durante il 2018, la Divisione Digitale di GEDI ha articolato le attività di ricerca e sviluppo su cinque principali progetti:

1. **Prodotti e piattaforme digitali.** Nell'ambito delle attività su nuove piattaforme digitali, nel 2018 è stato completato lo sviluppo e lanciato il nuovo prodotto digitale nativo Rep+, che ha raggiunto nei 12 mesi i 30 mila abbonati. È stata inoltre lanciata una nuova applicazione, di Repubblica, "Cubo", che integra in un solo luogo digitale il sito real time di approfondimento a pagamento, Rep+, R+ e l'area Video. Anche i siti Premium dei quotidiani locali sono stati completamente rivisti e ottimizzati per smartphone, con lancio della piattaforma a pagamento di *Membership Noi* e TopNews su *La Stampa*.
2. **Video.** Sul fronte Video, è proseguita la distribuzione dei contenuti video di Gruppo e la loro monetizzazione sia su Youtube sia su Facebook. È stata, inoltre, avviata la gestione centralizzata dei contenuti video per La Stampa e per i quotidiani locali di GEDI News Network (GNN).
3. **Progetti tecnologici e finanziamenti.** Sul versante tecnologico, la divisione Digitale di GEDI si è aggiudicata il finanziamento da parte di Google/Youtube, del progetto GNI (Google News Initiative), per la copertura di dirette video. Insieme con LENA (l'associazione di grandi

testate europee “Leading European Newspaper Alliance”) ha inoltre ottenuto l’ammissione al finanziamento di un fondo del Parlamento Europeo per lo svolgimento di attività giornalistica volta a scoprire come l’Unione incide nel nostro quotidiano e in che modo è presente nei nostri Paesi.

4. **Innovazione dei mezzi di pagamento.** Dal punto di vista degli strumenti di pagamento è stato messo a punto il nuovo sistema di pagamento “SWG” (Subscribe With Google) che permette un pagamento semplificato dei contenuti Premium e si aggiunge alla piattaforma già esistente con Facebook.
5. **Data Lake.** GEDI ha avviato con la concessionaria di Pubblicità Manzoni la realizzazione di un “Data Lake” di Gruppo per la gestione integrata dei dati ai fini sia pubblicitari sia editoriali.

Dal punto di vista del contrasto alla disinformazione, inoltre, *la Repubblica* e *La Stampa* sono entrate a far parte delle testate internazionali che applicano i criteri del “Trust Project” per favorire la verificabilità delle informazioni e offrire criteri oggettivi al lettore per valutare la qualità delle notizie.

Digitale: alcuni dei risultati raggiunti nel 2018

Numero Utenti

GEDI, con una media di circa 5.04 milioni di utenti unici nel giorno medio e di 25.5 milioni di utenti unici al mese sull’insieme dei suoi siti (nuova rilevazione Audiweb, media aprile-novembre 2018), si afferma come il sesto operatore dell’intero mercato digitale italiano (compresi i fornitori di servizi e piattaforme come Google, Facebook, WhatsApp, Amazon, ecc).

Le edizioni digitali delle testate del Gruppo, includendo le testate *la Stampa* e *Il Secolo XIX*, hanno raggiunto complessivamente 63,1 mila abbonati medi nel 2018.

Repubblica.it si conferma primo sito di informazione italiano con 2,94 milioni di utenti unici nel giorno medio ed un distacco del 26 % rispetto al secondo sito di informazione (nuova rilevazione Audiweb, media aprile-novembre 2018).

I marchi *La Stampa.it* e *il Secolo XIX.it* di GEDI News Network, hanno registrato una Total Digital Audience media di 997.200 utenti unici nel giorno medio (Audiweb media aprile-novembre 2018). Relativamente ai marchi dei Quotidiani Locali di GEDI News Network, l’insieme dei siti ha registrato una Total Digital Audience media di 607.000 di utenti unici nel giorno medio con un peso preponderante del traffico mobile (Audiweb media aprile-novembre 2018).

Utilizzo app

GEDI continua ad intraprendere la strada dell’innovazione e dello sviluppo tecnologico. E’ stata lanciata la nuova App di Repubblica che unisce in un solo luogo tutta l’informazione di Repubblica “free” e “premium” (*Repubblica.it*, *Rep.*, *RepTv*, *R+*) a completamento dell’offerta di Repubblica su smartphone che raccoglie 1,9 milioni di utenti medi giornalieri e 15,6 milioni di utenti mensili (nuova rilevazione Audiweb, media aprile-novembre 2018). Si conferma pertanto l’obiettivo di raggiungere più lettori su più piattaforme.

Utilizzo social media

Repubblica resta il primo quotidiano italiano per numero di fan su Facebook (3,7 milioni) Twitter (2,8 milioni) e Instagram (500.000 follower) ed uno dei primi a livello internazionale per tasso di coinvolgimento dei lettori.

Il 2018 ha visto un ulteriore rafforzamento delle posizioni dei marchi del Gruppo sui social network: attualmente le pagine di GEDI assommano oltre 32 milioni di followers su Facebook, Twitter e Instagram.

Deejay ha raggiunto 2,2 milioni di fan su Facebook e 2,3 milioni di follower su Twitter.

Nel corso del 2018, moltissime nuove iniziative editoriali di natura sperimentale, innovativa e sociale, sono state lanciate con successo su Repubblica.it., tra le quali:

- **le Webserie**, come “Cronache di un sequestro” - 10 puntate sul rapimento e l’uccisione di Aldo Moro o l’audioserie “Veleno” - podcast sui bambini della Bassa Modenese che 20 anni fa furono tolti ai loro genitori accusati di pedofilia e satanismo, “The Daphne Project” 5 puntate in cui i figli di Daphne Caruana Galizia, giornalista maltese uccisa a causa delle sue inchieste, raccontano la madre (realizzata da “42 parallelo”), etc.
- **i Reportage**, le inchieste e gli approfondimenti sui temi di attualità, tra cui, a titolo esemplificativo, “La droga dei ragazzini” -inchiesta sull’uso di droghe tra i minori, diversi servizi video con testimonianze e interviste tra comunità, centri di recupero, unità di strada; “Ragazzi fuori. Vite tra carcere e comunità” - reportage sulla vita nelle carceri minorili in Italia; I migranti soccorsi dalla Trenton: "Se la nave Usa ci avesse visti prima poteva evitare 76 morti"- inchiesta con le testimonianze esclusive dei migranti sopravvissuti a un naufragio nel Mediterraneo, etc.
- **le dirette e le produzioni in studio**: nel 2018 la copertura delle tematiche di attualità e di cronaca ha beneficiato dell’integrazione, anche a seguito dell’operazione con Itedi, tra la copertura sul territorio di tutte le testate quotidiane e le tecnicità in ambito digitale e di produzione video offerte dal Visual Desk; in tal senso si evidenziano a titolo esemplificativo le dirette condotte a seguito del crollo del Ponte Morandi a Genova, attestatesi tra le top ten delle dirette più seguite e commentate sul web nell’anno. Nel 2018 è stata inoltre data molta rilevanza ai diversi momenti di voto sia in ambito nazionale che estero, come in occasione delle elezioni politiche di marzo, o in occasione delle elezioni americane di Midterm di novembre, con nuovi modelli di interviste e dirette realizzate, estendendo anche tra le diverse testate del Gruppo, ed in particolare, nel caso specifico a La Stampa, il format innovativo. Numerosi inoltre gli speciali registrati in studio, come ad esempio l’incontro con Steven Spielberg condotto dal direttore di Repubblica Mario Calabresi, lo speciale sulle Mafie con Attilio Bolzoni, lo speciale sulla prevenzione tumori con Emma Marrone, etc.
- e inoltre le **rubriche, i nuovi formati, le iniziative, i “live”, i minidocumentari, etc.**, con arricchimento e sperimentazione di contenuti e offerte sui diversi siti del network.

Digitale: premi e riconoscimenti 2018

“Miglior documentario” al Roma Web Fest, festival internazionale di contenuti webnativi, per “**Cronache di un sequestro**”

“Investigation & Forensic Award 2018” per l’audioserie “**Veleno**”, premiata come miglior inchiesta dell’anno con un riconoscimento dedicato a lavori d’eccellenza nell’investigazione in ambito forense.

“Premio Speciale Signis, Prix Italia 2018” per “Un unico destino – tre padri e il naufragio che a cambiato la nostra storia” (realizzato nel 2017) e “Menzione Speciale” “**The Daphne Project**”.

- “The Drum Online Media Awards” per “**Borg-McEnroe**”.

- Teletopi per “**Vite Ricostruite**”, premiato anche al “Capodarco, L’altro Festival”.

La performance economica

Nel 2018, come negli anni passati, GEDI ha svolto le proprie attività ponendo massima attenzione al cittadino-lettore e cercando di migliorare la qualità dei propri prodotti e servizi. Il successo in tali attività non può prescindere dall'equilibrio economico-finanziario. La capacità di creare contenuti indipendenti e di qualità è strettamente collegata all'indipendenza e alla stabilità economica e il Gruppo, nonostante il momento difficile e di grande cambiamento per il settore editoriale e dei media degli ultimi anni, è stato capace di generare una marginalità positiva, assicurando ai propri Stakeholder un prodotto di qualità.

Principali risultati economici

Con riferimento al tema in oggetto, si segnala che a partire dal 1° gennaio 2018, il Gruppo ha adottato i seguenti nuovi principi contabili: i) IFRS 15 - *Revenue from Contracts with Customers*, e ii) IFRS 9 - *Financial Instruments* (in relazione ai quali si rinvia alla Relazione Finanziaria Annuale).

Per garantire la comparabilità dei dati, il conto economico dell'esercizio 2017 è stato riesposto nelle voci del fatturato diffusionale e pubblicitario e conseguentemente, per pari importo, nei costi per servizi, secondo le nuove indicazioni introdotte dall'IFRS 15. Tale riesposizione non ha comportato impatti sul risultato operativo né sull'utile di periodo né sul patrimonio netto.

Con riferimento alla comparabilità dei dati si ricorda altresì che il 27 giugno 2017 è stata perfezionata l'operazione di integrazione in GEDI del Gruppo ITEDI e che pertanto il conto economico consolidato del 2017 comprende i risultati del Gruppo ITEDI a partire dal 1° luglio 2017.

Risultato di GEDI (*)

(€ mn)	2017	2018
Totale Ricavi	615.834	648.736
Margine operativo lordo	52.795	33.069
Risultato operativo	28.225	-11.084
Risultato ante imposte	19.095	-33.150
Risultato netto	-123.256	-32.058

(*) I dati sopra esposti, relativi all'esercizio 2017, sono stati riclassificati a fini comparativi applicando retroattivamente il principio IFRS 15. Per i dati relativi all'esercizio del 2016, che non sono stati oggetti di riclassifica, si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario di Gruppo del 2017.

I **ricavi consolidati**, pari a €648,7mn, hanno registrato una crescita del 5,3% rispetto al 2017. I ricavi derivanti dalle attività digitali rappresentano complessivamente il 12,2% del fatturato consolidato ed i prodotti digitali delle diverse testate del Gruppo hanno superato a fine 2018 i 113 mila abbonati.

Il **margine operativo lordo** è stato pari a €33,1mn (€52,8mn nel 2017), includendo oneri per ristrutturazioni e altre componenti non ordinare pari complessivamente a €18,7mn (€4,6mn nell'esercizio precedente), di cui €8,0mn relativi a previsioni di uscite da realizzarsi negli esercizi successivi al 2019. Tali oneri sono correlati principalmente (€17,6mn, di cui €9,6mn già definiti e €8,0mn, come indicato, relativi a previsioni di uscite future) agli accordi sottoscritti a fine 2018 per

la riorganizzazione delle redazioni delle testate La Repubblica e L'Espresso che comporterà già nel 2019 importanti benefici sul costo del lavoro giornalistico. Al netto di tali effetti, il margine **operativo lordo rettificato** ammonta a €51,7mn e si confronta con i €57,4mn dell'esercizio 2017.

Il **risultato operativo consolidato** è stato negativo per €11,1mn, rispetto ai €28,2mn del 2017 ed include, oltre agli oneri di ristrutturazione, €1,3mn di svalutazioni di impianti di stampa (€8,3mn nel 2017) e €24,2mn di svalutazioni di avviamenti di testate effettuate a seguito delle verifiche di *impairment test*. Al netto di tali componenti, il **risultato operativo rettificato** ammonta a €33,1mn e si confronta con i €41,1mn del 2017.

Il **risultato netto consolidato** registra una perdita di €32,2mn recependo, come già anticipato, svalutazioni di avviamenti di testate e partecipazioni effettuate a seguito delle verifiche di *impairment test* per complessivi €36,3mn e oneri per ristrutturazioni e altre componenti non ordinarie con effetto sul risultato netto pari a €12,6mn. Nell'esercizio 2017 il risultato netto era stato negativo per €123,3mn per effetto di un onere fiscale di natura straordinaria derivante dalla definizione di un contenzioso, pendente in Cassazione, relativo a contestazioni di natura antielusiva in merito ai benefici fiscali derivanti dall'operazione di riorganizzazione societaria del Gruppo Editoriale L'Espresso realizzata nel 1991.

L'**indebitamento finanziario netto** al 31 dicembre 2018 ammonta a €103,2mn in miglioramento rispetto ai €115,1mn di fine 2017. In data 2 luglio 2018 la Società ha effettuato un esborso di €35,1mn relativo all'ultima tranche del procedimento di definizione del sopracitato contenzioso fiscale.

Il Valore Economico del Gruppo

GRI 201-1

Il prospetto del Valore Economico è una riclassificazione del Conto Economico Consolidato e rappresenta la ricchezza prodotta e ridistribuita di GEDI. In particolare, tale prospetto presenta l'andamento economico della gestione, la ricchezza distribuita ai soggetti considerati portatori di interesse per il Gruppo ovvero la capacità dell'organizzazione di creare valore per i propri Stakeholder.

Prospetto del Valore Economico di GEDI (*)

Valore economico direttamente generato e distribuito		
(€ mn)	2017	2018
Ricavi netti dalle vendite	615,8	648,7
Proventi da attività finanziarie	8,2	0,0
Altri proventi	10,8	15,7
Valore Economico generato	634,8	664,4
Costi operativi	362,5	381,5
Personale	211,3	249,9
Finanziatori	9,1	22,3
Azionisti	0,1	0,1
Pubblica Amministrazione	150,5	-1,1
Comunità locale	0,0	0,0
Valore Economico distribuito agli stakeholder	733,6	652,6
Ammortamenti e svalutazioni	24,6	44,2
Utile/perdita di esercizio	-123,3	-32,34
Valore economico trattenuto dal Gruppo	-98,8	11,8

(*) I dati sopra esposti, relativi all'esercizio 2017, sono stati riclassificati a fini comparativi applicando retroattivamente il principio IFRS 15. Per i dati relativi all'esercizio del 2016, che non sono stati oggetti di riclassifica, si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario di Gruppo del 2017.

I **ricavi netti dalle vendite** sono rappresentati dai ricavi da pubblicazioni e da pubblicità, dalla vendita di servizi internet e mobile, dalla cessione di diritti e marchi e dalla vendita di contenuti e altri servizi.

I **proventi da attività finanziarie** sono i proventi/oneri derivanti dai dividendi, da titoli e da partecipazioni, gli interessi attivi su c/c bancari e depositi a breve, utile su cambi etc.

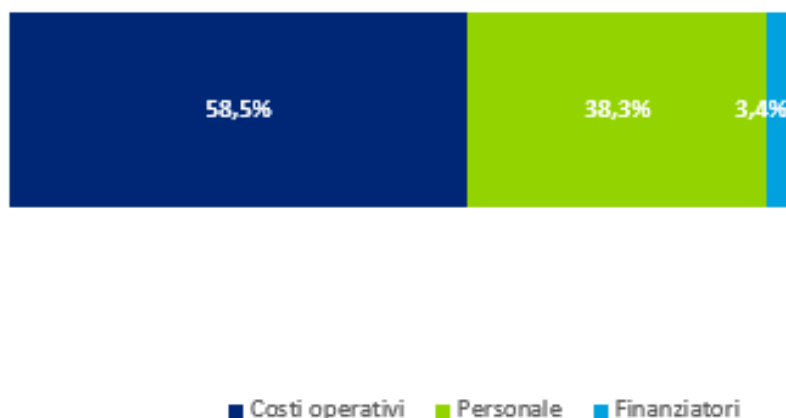
Gli **Altri proventi** sono composti dai proventi operativi derivanti dai contributi, dalle plusvalenze della cessione di cespiti, dalle sopravvenienze attive e dai proventi da partecipazioni contabilizzate con il metodo del patrimonio netto.

I tre elementi sopra descritti compongono il **Valore Economico Generato**, che nel 2018 è stato pari a € 664,4 milioni (+4,7% rispetto al 2017, anno che comprende i risultati del Gruppo ITEDI a partire solo dal 1° luglio 2017).

La **distribuzione del Valore Economico** è così ripartita:

- I **costi operativi** sono stati pari a € 381,5 milioni (+5,2% rispetto al 2017), dei quali i costi per i servizi ne costituiscono la maggioranza (es. costi redazionali, canoni editore e stampa e altre lavorazioni presso terzi, ecc.).
- La distribuzione del Valore Economico al **personale** è stata pari a € 249,9 milioni (+18,2% rispetto al 2017), rappresentata per la maggior parte dai salari e dagli stipendi delle persone di GEDI.
- La distribuzione del **Valore Economico** ai finanziatori nel 2018 è stata pari a € 22,3 milioni (+143,8% rispetto al 2017).
- La **distribuzione del Valore Economico agli azionisti** è stata pari a € 0,1 mila, che costituiscono quote di terzi (utile di spettanza dei soci terzi delle società GEDI News Network S.p.A. e Mo-Net S.r.l.). Tale valore si riferisce alla destinazione delle quote di terzi di competenza del 2017 poiché, alla data di pubblicazione del presente documento, non è ancora disponibile delibera assembleare per il 2018.
- La remunerazione della **Pubblica Amministrazione**, sotto forma di imposte, è stata pari a € -1,1 milioni.
- Per quanto riguarda la **comunità locale**, GEDI ha distribuito erogazioni liberali e sponsorizzazioni pari a € 47 mila a favore di organizzazioni a scopo benefico.

Distribuzione del Valore Economico di GEDI - 2018



Finanziamenti significativi ricevuti dalla pubblica amministrazione

GRI 201-4

Il Gruppo non ha incassato nel corso del 2018 contributi diretti all'editoria; sono però presenti effetti contabili per contributi diretti incassati fino al 2009 ai sensi dell'art. 5 della legge 62/2001, nonché per crediti d'imposta ai sensi dell'art. 8 della legge 62/2001.

Nel 2018 il Gruppo ha beneficiato di contributi indiretti per l'editoria, nella forma di agevolazioni telefoniche, per complessivi € 485 mila (€619 mila nel 2016 e €522 mila nel 2017).

Nel corso dell'anno, il Gruppo non ha ricevuto contributi dalla Pubblica Amministrazione o associazioni assimilabili alla PA e non ha erogato contributi di alcun genere a partiti o a politici.

Il ruolo nell'Informazione e la responsabilità verso la collettività

GRI M2

GEDI opera in maniera trasparente e responsabile nei confronti della società e dei propri Stakeholder, tenendo ben saldi i concetti di qualità e integrità. Inoltre, si impegna ad accrescere la consapevolezza del pubblico rispetto alle tematiche della sostenibilità, incoraggiando un dibattito costruttivo e rispettoso.

Consapevole degli effetti della propria attività sullo sviluppo economico e sociale e sul benessere generale della collettività, GEDI si impegna - nella creazione e diffusione dei contenuti, nell'interazione e coinvolgimento con gli utenti - a veicolare un'informazione veritiera e di qualità, rispettosa degli orientamenti religiosi, politici, scientifici e sociali del pubblico. Per fare questo, il Gruppo interagisce costantemente con gli utenti, mantenendo al tempo stesso l'indipendenza da qualsiasi tipo di influenza.

Qualità dei contenuti

GEDI assicura un allineamento costante dei contenuti dei propri prodotti ai valori e ai principi del Gruppo - espliciti e diffusi a tutti i dipendenti attraverso il Codice Etico - e opera per assicurarne la qualità, la pluralità e la diversità, anche tenendo conto delle regolamentazioni del settore.

Per garantire un'elevata qualità dei contenuti di tutti i prodotti, GEDI opera nel rispetto della libertà di espressione, tematica fondamentale per le organizzazioni operanti nel settore editoriale media. Garantire la pluralità dei contenuti e la libertà di espressione attraverso un prodotto indipendente è un valore fondamentale e costituisce la ricchezza primaria per un editore, che va di pari passo con la volontà di offrire il maggior numero di prodotti a un numero sempre più vasto di utenti. Allo stesso tempo, il Gruppo garantisce il rispetto delle norme e tutela la proprietà intellettuale di ogni fornitore di contenuti.

La qualità dell'informazione e dei contenuti prodotti si accompagna anche a una metodologia di diffusione del contenuto in linea con i valori del Gruppo, considerato che il Gruppo opera per migliorare e promuovere l'accesso e il diritto all'informazione per tutti, comprese le minoranze, le persone con disabilità e le comunità isolate.

Indipendenza e responsabilità editoriale

Il Gruppo, nello sviluppo dei propri prodotti editoriali, crea tutti i presupposti affinché i giornalisti, gli artisti e gli altri collaboratori possano agire seguendo il principio di indipendenza editoriale che si traduce nello sviluppo di contenuti di qualità che non siano influenzati da interessi diversi da quelli caratteristici dell'attività giornalistica e del diritto a un'informazione veritiera e corretta.

Nel 2017 è stato pubblicato il Codice Etico della Repubblica. Alla base di questo Codice Etico vi sono precisione, credibilità e trasparenza; il cuore di una notizia si basa sul rapporto di fiducia con il lettore, essenziale oggi più che mai in tempi di grande scetticismo, alimentato anche dalla presenza di fake news e di una vastissima offerta in cui orientarsi alla ricerca di contenuti di qualità è sempre più complicato.

In particolare, *la Repubblica* rende espliciti i propri standard in nome di un'informazione tracciabile, che risponda a precisi principi etici a garanzia dei propri contenuti. Lo fa aderendo al Trust Project, un consorzio internazionale che riunisce media e aziende digitali, e introducendo all'interno dei propri contenuti digitali degli 'indicatori di fiducia' che aiuteranno i lettori a scegliere informazioni di qualità, tracciabili e certificate in base al codice stilato dall'organizzazione e condiviso dai partner.

Sul sito di Repubblica è consultabile il Codice Etico con i valori propri del giornale e gli impegni nei confronti della community dei lettori e dell'opinione pubblica.

GRI 102-12

La regolamentazione di settore e le regole deontologiche

GEDI agisce in un **contesto fortemente regolamentato**, il cui quadro normativo è in continua evoluzione. Con l'obiettivo di operare in maniera corretta, il Gruppo persegue la propria mission nel totale rispetto delle leggi che regolano l'attività editoriale e giornalistica, tra le quali hanno particolare rilevanza:

- la legge n. 47/1948 ("Disposizioni sulla stampa");
- la legge n. 416/1981 e successive modifiche ("Disciplina per le imprese editrici e provvidenze per l'editoria");
- la legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti del 1963;
- la 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 c.d. "par condicio" del 2000.

Oltre alle prescrizioni normative, esistono altri criteri di riferimento - quali i Codici Etici sottoscritti dall'Ordine dei giornalisti - che sono espressione di **ideali utili a bilanciare la libertà di stampa e il diritto di cronaca con gli altri diritti fondamentali delle singole persone** (ad esempio, privacy dei dati e immagine) e della collettività (diritto a essere informati in modo completo e imparziale):

- il **Codice deontologico** (1998) relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, secondo quanto previsto dalle leggi vigenti in Italia in materia di privacy;
- la **Carta di Treviso** sulla tutela dei minori (adottata dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti nel 1990 e aggiornata, da ultimo, nel 2006 con le osservazioni dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali);
- la **Carta dei Doveri del Giornalista** (1993) che 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;
- la **Carta Informazione e Sondaggi** (1995), dove sono prescritti i modi e le tecniche di presentazione dei sondaggi d'opinione.

Per mantenere intatta e consolidare la veridicità e l'indipendenza dell'informazione, particolare importanza all'interno del Gruppo ha il **Codice dei diritti e dei doveri dei giornalisti** de "la Repubblica" (altrimenti definito "Carta"), che a partire dal 1990 è allegato, insieme al Codice Etico, alla lettera di assunzione di ogni giornalista del quotidiano.

Il testo indica i doveri deontologici di base dei giornalisti e delinea i valori alla base dell'indipendenza dell'attività giornalistica, della libertà da ogni influenza, dell'attenzione ai soggetti deboli.

I giornalisti de la Repubblica si impegnano a respingere ogni interferenza di carattere politico, economico, ideologico, da qualsiasi fonte esse provengano: enti, istituzioni, associazioni pubbliche o segrete, aziende pubbliche o private, gruppi di pressione. I giornalisti si impegnano a non svolgere attività che possano influire sull'obiettività e la completezza dell'informazione, quali uffici stampa, consulenze, promozioni e relazioni pubbliche. I giornalisti si impegnano inoltre a non accettare compensi o donazioni da persone, società, enti, partiti, organizzazioni religiose, sindacali, gruppi

finanziari e d'opinione di cui debbano occuparsi nell'ambito della propria attività, a non trarre profitto personale da informazioni acquisite per motivi professionali.

Si segnala l'aderenza di GEDI all'associazione "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.

GEDI è, inoltre, socio della 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.

GRI M1

La catena partecipativa di Gedi Spa

Il capitale sociale di GEDI al 31 dicembre 2018 è pari a € 76.303.571,85. Di seguito sono riportati i nominativi degli Azionisti di ultima istanza che direttamente e/o indirettamente detengono percentuali di possesso superiori al 5% del capitale con diritto di voto.

GEDI Spa - Azionisti di ultima istanza al 31.12.2018 con % di possesso superiore al 5% del capitale

<i>Dichiarante ovvero soggetto posto al vertice della catena partecipativa</i>	<i>Azionista diretto</i>	<i>Quota % sul capitale ordinario</i>	<i>Quota % sul capitale votante</i>
F.Ili De Benedetti Spa	CIR Spa – Compagnie Industriali Riunite	43,780%	45,756%
Giovanni Agnelli B.V.	Exor N.V.	5,992%	6,263%
Caracciolo di Melito Falck Giacaranda Maria	Sia Blu SpA	5,078%	5,307%
Perrone Carlo	Mercurio Spa	5,019%	5,245%

Le percentuali riportate derivano dalle comunicazioni rese dagli azionisti ai sensi dell'art. 120 del TUF nonché dalle altre informazioni a disposizione della società alla data del 31 dicembre 2018.

Pertanto, le percentuali potrebbero non risultare in linea con dati elaborati e resi pubblici da fonti diverse, ove la variazione della partecipazione non avesse comportato obblighi di comunicazione in capo agli azionisti.

Il capitale votante dovrà essere calcolato al netto delle azioni proprie in portafoglio che la società detiene al 31.12.2018 pari a n.21.968.231.00

Come mostra la tabella delle partecipazioni rilevanti, l'azionista di maggioranza è CIR S.p.A.

La relazione con la comunità finanziaria

GEDI si adopera per instaurare e mantenere un dialogo efficace con i propri azionisti e con il mercato, utilizzando varie forme di comunicazione quali: presentazione dei risultati della società e del Gruppo nel corso delle riunioni assembleari, incontri con analisti finanziari e investitori istituzionali in Italia ed all'estero, diffusione al pubblico mediante la messa a disposizione sul sito web della società della documentazione societaria prevista dalla normativa, di comunicati stampa e di presentazioni. GEDI inoltre si attiene ai principi della Guida per l'Informazione al Mercato e ha nominato un responsabile per la funzione "Investor Relations" per gestire il flusso delle informazioni dirette ai soci, agli analisti finanziari ed agli investitori istituzionali, nel rispetto delle regole stabilite per la comunicazione di informazioni e documenti della società.

Con riferimento ai rischi inerenti la gestione delle informazioni, GEDI ha adottato una procedura per la gestione e la comunicazione al pubblico di documenti e notizie riservate, con particolare riferimento alle informazioni c.d. privilegiate; tale procedura è stata aggiornata in data 27 giugno 2017 ed è disponibile sul sito istituzionale www.gedispa.it nella sezione Governance.

GEDI ha inoltre istituito e reso operativo il Registro delle persone che hanno accesso a informazioni privilegiate ("Registro"), nel quale sono iscritte le persone che, in ragione dell'attività lavorativa o professionale, ovvero in ragione delle funzioni svolte, hanno accesso a informazioni privilegiate. Tale Registro è stato modificato nel corso dell'Esercizio ed istituito ex novo secondo le modalità previste dall'art. 18 MAR, a seguito dell'entrata in vigore del Regolamento UE n.596/2014. Le modalità di tenuta del Registro sono riportate nel Codice di comportamento in Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari in materia di internal dealing e di tenuta del registro delle persone che hanno accesso a informazioni privilegiate disponibile sul sito istituzionale www.gedispa.it nella sezione Governance. La Società ha altresì nominato l'Ufficio "Servizio Societario" quale preposto alla tenuta del Registro.

Si evidenzia, infine, che nel novembre 2018 GEDI è entrata nel segmento di Borsa Italiana STAR (segmento titoli ad alti requisiti in materia di trasparenza informativa, liquidità e corporate governance). Con questa richiesta il Gruppo, che già presenta un sistema di governo societario allineato ai migliori standard internazionali, si impegna a sviluppare ulteriormente le sue relazioni con il mercato finanziario, offrendo una più ampia visibilità alle proprie iniziative aziendali, con l'obiettivo di una corretta valorizzazione della Società.

Pubblicità responsabile e marketing

GRI 102-12 Tramite la propria concessionaria (A. Manzoni & C.), il Gruppo si impegna ad applicare modelli
GRI 102-13 virtuosi di comunicazione pubblicitaria.
GRI 417-3

Il Gruppo ha adottato le norme previste dal **Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale** ed è perciò impegnato a non accettare messaggi che possano essere contrari alla dignità e all'interesse delle persone. Per questo motivo, i responsabili della raccolta pubblicitaria vigilano perché siano escluse dalla pubblicazione false informazioni pubblicitarie relative a prodotti commerciali, messaggi che incitino alla violenza fisica e 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. Il Gruppo non accetta pubblicità che possa indurre al gioco d'azzardo, all'abuso di bevande alcoliche, di tabacco e di qualsiasi altra droga e rifiuta i messaggi a contenuto pornografico.

Nel corso del 2018, A. Manzoni & C. non è stata destinataria di sanzioni conseguenti a casi di illiceità o non conformità dei messaggi pubblicitari alla normativa applicabile in materia.

Oltre al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, il Gruppo recepisce il decreto relativo alla **pubblicità ingannevole e comparativa nei rapporti tra i professionisti** (D. Lgs. n. 145/07). Tale decreto consiste nell'adozione di una regolamentazione completa e organica che tuteli i professionisti dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali, nonché nella previsione delle condizioni di liceità della pubblicità comparativa.

Il Gruppo opera attraverso procedure e sistemi interni per salvaguardare e promuovere una comunicazione pubblicitaria onesta e che non urti la sensibilità degli utenti. Il Gruppo recepisce il Decreto MEF-MISE del 19 luglio 2016 sui mezzi esentati dal divieto di pubblicità di giochi con vincite in denaro.

È in vigore una procedura **operativa per la gestione dei temi di liceità** (aspetti legali) **ed opportunità** (compatibilità con la linea editoriale del/dei mezzo/i in questione), che si applica a ogni avviso da pubblicare sui mezzi in concessione, attraverso la quale è possibile chiedere una valutazione di messaggi ritenuti dubbi o che comunque si ritiene necessitino di verifica. In questo ambito, ove necessario, vengono predisposti anche approfondimenti di formazione sui temi di liceità a vantaggio di agenti e dipendenti.

Ad esempio, a seguito dell'introduzione della Legge n. 96 del 9 agosto 2018 relativa alla "Conversione in legge, con modificazioni, del Decreto legge 12 luglio 2018 n. 87, (c.d. "Decreto Dignità"), al cui Capo III sono state previste nuove misure per il contrasto del disturbo da gioco d'azzardo tra cui il divieto di pubblicità per giochi e scommesse, è stata divulgata una nota informativa e riassuntiva dell'interpretazione prudenziale che la società intende seguire e dei conseguenti comportamenti da adottare.

All'interno della intranet aziendale della A. Manzoni & C., consultabile dai dipendenti, è presente una speciale sezione dedicata alla "Normativa giuridica in materia pubblicitaria". Tale sezione, suddivisa per materie, descrive sinteticamente la normativa esistente che vincola utenti, agenzie, concessionarie e mezzi pubblicitari e rappresenta quindi una

LA CARTA INFORMAZIONE E PUBBLICITÀ È IL
PROTOCOLLO FIRMATO DA GIORNALISTI, AGENZIE DI
PUBBLICITÀ E ASSOCIAZIONI DI PUBBLICHE RELAZIONI
A SALVAGUARDIA DEI CONFINI TRA ATTIVITÀ
INFORMATIVA E PUBBLICITARIA



guida per tutti coloro che operano nell'ambito della A. Manzoni & C., da conoscere e consultare preventivamente nello svolgimento di ogni attività di vendita pubblicitaria. Tale sezione vuole essere un contributo non solo mirato al contenimento del contenzioso legale e dei costi aziendali ma, se opportunamente utilizzato, può anche rappresentare uno strumento valido nell'attività di servizio rivolta ai clienti, favorendo relazioni di lunga durata. Per quanto riguarda la pubblicità e le campagne promozionali su internet, vista la relativa assenza di regolamentazione specifica per questa piattaforma e al fine di tutelare le categorie vulnerabili e più influenzabili dai messaggi pubblicitari, il Gruppo segue la più restrittiva regolamentazione della pubblicità in televisione.

Con riferimento alla Divisione Digitale, il gruppo GEDI applica inoltre quanto definito nel "Libro Bianco sulla comunicazione digitale", un documento messo a punto dalle otto associazioni che rappresentano l'intera filiera della pubblicità digitale - UPA (investitori pubblicitari), Assocom e

Unicom (aziende della comunicazione), FCP Assointernet (concessionarie di pubblicità), Fedoweb (editori digitali), Fieg (editori stampa), lab (standard del mercato pubblicitario digitale), Netcomm (aziende del commercio elettronico) e che impegna i sottoscrittori a comportamenti lineari e corretti a garanzia di tutti. La base del Libro Bianco è l'autoregolamentazione. Gli ambiti individuati dal "Libro Bianco sulla comunicazione digitale" sono sei, ed in particolare, la Viewability, la trasparenza della filiera, l'Ad Fraud, la Brand Safety e la Brand Policy, la User Experience e la trasparenza sugli investimenti pubblicitari.

Privacy e protezione dei dati

GRI 418-1

Il tema della tutela della privacy e della protezione dei dati personali continua ad essere di fondamentale importanza in ambito aziendale e una policy rigorosa e trasparente relativa a tale tema costituisce un fattore determinante nel rapporto con i propri utenti.

Ciò è tanto più vero nel settore editoriale nel quale operano le società del Gruppo GEDI giacché in esso il rapporto, ad esempio, tra editore e lettori è basato su un forte patto fiduciario.

Le società del Gruppo GEDI, pertanto, nel trattamento dei dati personali dei propri utenti si ispirano a policy rigorose e costantemente aggiornate in linea con la vigente disciplina nazionale e europea della materia così come applicata e interpretata nei provvedimenti del Garante per la protezione dei dati personali. Tale policy riguarda, in particolare, i dati raccolti e gestiti attraverso le property digitali di Gruppo e ruota attorno ai principi di necessità del trattamento, proporzionalità, trasparenza e libertà di scelta dell'interessato.

Le società del Gruppo, in tale contesto, trattano solo i dati effettivamente necessari all'erogazione dei servizi e contenuti richiesti dagli utenti e, in tutti gli altri casi, ovvero per finalità commerciali e di marketing, lo fanno esclusivamente sulla base di un consenso libero e informato acquisito dagli utenti dopo aver loro fornito adeguata informativa.

Il Gruppo adotta tutte le necessarie misure tecniche, organizzative e di sicurezza per la totalità delle banche dati nelle quali sono raccolti e conservati i dati personali di utenti, partner e collaboratori, al fine di evitare rischi di distruzione e perdite di dati e accessi non autorizzati o trattamenti non consentiti. Anche in relazione ai dati personali degli utenti acquisiti e trattati attraverso l'utilizzo dei c.d. cookie, le società del Gruppo rispettano la vigente disciplina in materia di privacy con particolare riferimento ai provvedimenti del Garante per la protezione dei dati personali adottati in conformità a quanto disposto dall'articolo 122 del Codice Privacy, in attesa di nuove determinazioni da parte del legislatore europeo.

Nel corso dell'anno 2018, il tema della tutela della privacy e della protezione dei dati personali è stato oggetto di prioritaria attenzione da parte del Gruppo GEDI; come noto, infatti, tale anno si è contraddistinto per la diretta applicazione del nuovo regolamento europeo sulla protezione dei dati personali ("Regolamento UE n.2016/679 - GDPR"), in relazione al quale le società del Gruppo già nel 2017 avevano posto in essere attività propedeutiche e funzionali alla corretta applicazione della normativa europea. È stato pertanto intrapreso un progressivo processo di compliance che, nel corrente anno, ha comportato una significativa implementazione degli interventi sul tema, come di seguito meglio descritti.

In primo luogo, all'esito di una preliminare mappatura dei trattamenti di dati personali posti in essere dalle società del Gruppo, sono stati adottati i relativi registri ex art. 30 GDPR; contestualmente, è stato definito un Modello Organizzativo Privacy avente l'obiettivo primario di definire ruoli e responsabilità in ambito privacy all'interno di ciascuna società e di assicurare un

coordinamento nell'ambito delle attività connesse alla Data Protection a livello centrale di Gruppo. Nel rispetto del medesimo orientamento, è stato altresì identificato un Data Protection Officer di Gruppo, a garanzia di una governance centralizzata sugli interventi, in conformità al GDPR.

Nel rispetto del principio di trasparenza, sono state aggiornate e rese disponibili le informative agli interessati (a titolo esemplificativo, utenti, abbonati, dipendenti, collaboratori) e, per quanto concerne i rapporti con i fornitori che trattano per conto delle società del Gruppo dati personali di titolarità delle stesse, aggiornate in ottica GDPR le relative nomine a responsabile che impartiscono indicazioni precise e puntuali in merito alle attività di trattamento dati, nel rispetto delle disposizioni di cui all'art. 28 GDPR.

Al fine di facilitare l'esercizio dei diritti ex art. 7, 15 e ss. del GDPR, le società del Gruppo hanno reso disponibili agli interessati nuovi canali di contatto (caselle di posta elettronica dedicate per ciascuna società del Gruppo), tra cui un portale realizzato ad hoc per gli utenti digitali di Gruppo, disponibile al seguente link <http://richiestegdpr.gedidigital.it>.

Rispetto al perimetro dei sistemi a supporto delle operazioni di trattamento effettuate all'interno del Gruppo GEDI, è stata inoltre effettuata una mappatura delle misure di sicurezza organizzative, di processo e tecniche inerenti le tematiche privacy.

In riferimento alla valutazione dei rischi, si fa presente che tutti i trattamenti censiti sono stati sottoposti ad analisi sulla base di un processo di assessment creato ad hoc per gestire tali tematiche nel Gruppo, all'esito del quale i trattamenti risultati a rischio maggiormente significativo sono stati sottoposti a valutazione d'impatto sulla protezione dei dati ex art. 35 GDPR.

Infine, per consolidare la cultura privacy aziendale, è stato attivato un percorso di formazione, con focus sulla nuova normativa europea e sulla concreta applicazione dei principi della stessa sui processi aziendali, con la finalità di diffondere e favorire la conoscenza anche delle nuove policy e procedure operative adottate (es. Procedura per la gestione del processo di Privacy by Design e by Default, Procedura per la gestione dei diritti degli interessati, Procedura da seguire in caso di Data Breach Management, ecc.). Per l'anno 2019, sono inoltre già stati organizzati corsi di formazione on line su una platea di circa 500 dipendenti, da erogarsi entro il primo trimestre dell'anno.

Per completezza di informazioni, si segnala che nel corso del 2018 è stato registrato un unico episodio di accesso abusivo a dati personali di utenti che ha interessato la società GEDI News Network S.p.A., editore, tra gli altri, delle testate quotidiane La Stampa e Il Secolo XIX. In particolare, nel mese di aprile 2018, il CNAIPIC - Centro Nazionale Anticrimine Informatico per la Protezione delle Infrastrutture Critiche ha notificato al succitato Editore un probabile attacco informatico a danno del sito web www.ilsecoloxix.it. L'Editore, verificato l'evento, ha prontamente provveduto alla chiusura della singola falla individuata, mettendo in atto tutte le misure tecniche e organizzative a tutela degli interessati. Contestualmente, è stata presentata denuncia alla Polizia Postale ed è stata formalizzata la notifica della violazione all'Autorità Garante. Gli utenti potenzialmente interessati sono stati informati dell'evento, con invito a modificare la password di accesso ai servizi.

Il ruolo sociale e la partecipazione con il territorio

GRI 413-1
GRI M6

GEDI contribuisce allo sviluppo sostenibile del territorio offrendo sostegno alle comunità in cui opera e organizzando manifestazioni e iniziative a carattere sociale anche attraverso tutte le sue piattaforme tecnologiche.

Questa sezione ha l'obiettivo di descrivere le principali iniziative del Gruppo, svolte o avviate nel corso del 2018, che hanno una ricaduta positiva sulla comunità in termini di impatto sociale, culturale, educativo-sportivo e ambientale.

Alcune iniziative

Che fine ha fatto il futuro?



Bologna 7-10 giugno 2018

La Repubblica delle Idee, festival che dal 2012 si svolge in quattro giornate in teatri e piazze della città prescelta (ultimamente Bologna), con tanti eventi ai quali partecipano le firme del giornale, i grandi nomi della cultura, della politica, dello spettacolo, italiani e internazionali, con ingresso libero. Dibattiti, letture, interviste, mostre ma anche concerti, spettacoli teatrali, proiezione di docufilm, radio dal vivo per offrire un momento di forte aggregazione, di grande successo: oltre 40mila le persone presenti all'ultimo festival.

Milano, 8-12 marzo 2018

A **Tempo di Libri 2018** a Milano era presente uno stand di Repubblica-Robinson che, tra le altre iniziative, ha ospitato alcuni licei milanesi in Alternanza Scuola Lavoro che hanno contribuito all'informazione social dell'evento. Gli account Twitter di Robinson e di Repubblica durante Tempo di Libri sono stati tra i più prolifici per numero di tweet, per impressioni generate (condivisioni, retweet e like) e per numero di menzioni.

Tempo dei Libri

Salone del Libro

Torino, 10-14 maggio 2018

Anche al **Salone del Libro di Torino** Repubblica-Robinson ha partecipato con uno stand dedicato. La copertura social dell'evento è stata realizzata dagli studenti di alcuni licei torinesi coordinati da un social editor (440 tweet, secondo solo all'account ufficiale del Salone, dalle 5.000 alle 17.000 visualizzazioni di clip o foto per le Instagram stories).

Torino, insieme per fermare il bullismo, prima ancora che possa sbocciare nelle sue tante, violente, sfaccettature. È il progetto che «La Stampa» ha voluto portare nelle scuole di Novara.

Insieme
contro il
bullismo

Oncoline
Chiudi la
porta,
salvati la
vita

Bologna 7-10 giugno 2018

In collaborazione con  **AIOM**
Associazione Italiana di Oncologia Medica

Il sito **Oncoline**, lanciato nel 2016 in collaborazione con Aiom (l'Associazione degli Oncologi Italiani), è diventato un punto di riferimento e un osservatorio permanente sulle malattie oncologiche. Nel 2017, il portale ha inoltre vinto il Premio Pace dell'associazione AIOM (Associazione Italiana di Oncologia Medica). Oncoline nel corso degli anni ha organizzato eventi atti a sensibilizzare l'opinione pubblica, soprattutto quella più giovane, con testimonial importanti del mondo della **cultura e dello spettacolo**.

 **R.it**

**Mondo
Solidale**

R.it Mondo Solidale è una sezione di Repubblica.it, nata nel 2010 e dedicata al mondo della Cooperazione internazionale, degli aiuti umanitari, del volontariato, della difesa dei diritti umani, dei progetti di sviluppo nei Paesi poveri, concentrati in prevalenza in tre continenti: Africa, Asia, America Latina, oltre che in alcune specifiche aree di povertà dell'Europa orientale.

Stratorino



Stratorino, nasce nel 1977 e da quella data continua ad essere LA stracittadina del capoluogo piemontese. Con una media di 10.000 iscritti ogni anno, incarna lo spirito di appuntamento non competitivo coinvolgendo runner ma anche famiglie. Ogni anno Stratorino si lega ad attività benefiche: 1€ per ogni iscrizione viene donato a progetti della Fondazione Specchio dei tempi La Stampa ed alla ricerca della Fondazione Piemontese per la ricerca sul cancro.



Lucca, 31 ottobre - 4 novembre 2018

L'evento **Lucca Comics** ha visto la presenza dello stand di Repubblica-Robinson. Uno degli eventi di maggior impatto è stato l'incontro con Gipi e la presentazione della sua opera in distribuzione con il Gruppo GEDI.

DeejayTen, tra le principali iniziative promosse dall'emittente radiofonica Radio Deejay vi è la gara di corsa organizzata in alcune delle principali città italiane. Partita nel 2005 come iniziativa "tra amici", negli anni ha avuto una crescita esponenziale e si è trasformata in una festa sempre più grande e attesa dagli ascoltatori e dai runner di cui la corsa è il momento culminante di un evento che dura tre giorni e ha il suo epicentro nel Deejay Village animato dagli speakers della radio e caratterizzato da musica e intrattenimento. Continua ogni anno a superare i suoi record di partecipazione.

Alla quattordicesima edizione nel 2018, la Deejay Ten a **Milano** è ormai divenuta un appuntamento fisso sia per la città che per l'intero Nord Italia e ha visto la partecipazione di 40.000 runner, cinquemila persone in più rispetto all'anno precedente. **Firenze** si è confermata una tappa d'obbligo per la manifestazione, che nel 2018 ha raccolto quasi 12.500 partecipanti. Bari ha accolto con entusiasmo la quarta edizione della gara podistica targata Radio Deejay, con 12.000 amici. A **Roma** nel 2018 si è confermato il successo dell'esordio dell'anno precedente. In 13.000 sono partiti nel contesto splendido di Circo Massimo e hanno attraversato il Colosseo, i Fori Imperiali, i luoghi più suggestivi del centro storico di Roma, libero dal rumore del traffico.



Nel 2018 si è svolta la 2° edizione del nuovo appuntamento di **Triathlon targato Deejay**, a cui hanno partecipato circa 2.700 atleti.



Dynamo Camp

La campagna di raccolta fondi di Dynamo Camp è stata supportata da Radio DeeJay per il decimo anno consecutivo, insieme a Radio Capital. È stata dedicata una maratona radio con ospiti e approfondimenti. Gli ascoltatori potevano donare 2€ tramite SMS e chiamare da rete fissa un numero solidale per regalare una vacanza al Dynamo Camp a bambini e ragazzi gravemente malati. Alla raccolta dei fondi si è aggiunta un'asta benefica organizzata dall'Associazione Dynamo Camp Onlus in collaborazione con Radio DeeJay.

Repubblica@scuola è il progetto didattico gratuito promosso da Repubblica.it che coinvolge gli studenti e le scuole, medie e superiori italiane. Il concetto attorno a cui ruota è "la scuola che vorrei", declinato su più livelli d'azione: l'attività della redazione: concorsi, stimoli, partnership; il giornalino di tutte le scuole curato dagli studenti; le "lectio magistralis" di Repubblica. Lo scopo dell'iniziativa è quello di aiutare i ragazzi a migliorare le loro capacità di scrittura, spingerli a valorizzare il lavoro di gruppo e stimolare il confronto con altre realtà scolastiche oltre la loro. Partecipando attivamente a Repubblica@scuola, gli studenti possono ottenere crediti scolastici. Nata nel 2000, è la prima e più grande piattaforma di pubblicazione di contenuti per la scuola. Nei suoi 18 anni di vita ha avuto più di 10 milioni di iscrizioni e oltre 530.000 pubblicazioni fatte dagli studenti nelle ultime 9 edizioni.



Nell'anno scolastico 2017/2018 hanno partecipato 234.537 studenti, 10.584 professori, 2.036 scuole. Gli studenti iscritti possono, anche su stimolo della redazione, scrivere articoli, partecipare a contest, interagire con altri studenti e migliorare le proprie abilità di scrittura, fotografia, disegno. Inoltre le scuole iscritte a Repubblica@scuola hanno anche la possibilità di far scrivere i propri studenti su veri e propri web giornali scolastici.

Dal 2017, Repubblica@Scuola aderisce al progetto di "Alternanza Scuola-Lavoro" del MIUR in modo assolutamente innovativo. Per la prima volta agli studenti viene offerta la possibilità di conoscere il funzionamento di un gruppo editoriale, e di mettersi alla prova, senza il vincolo di presenza in redazione, ma sfruttando le possibilità offerte dal mondo digitale, sperimentando anche il lavoro a distanza. In questo modo anche gli studenti geograficamente svantaggiati, hanno la possibilità di conoscere da vicino un'importante realtà imprenditoriale.

Nel 2018 Repubblica@Scuola è stata partner nell'organizzazione di Atlante 2018 – Italian Teacher Award, il primo contest dedicato ai migliori progetti didattici realizzati dai docenti delle scuole primarie e secondarie. Hanno partecipato oltre 700 professori.

Il Giornale in classe de Il Secolo XIX

È, inoltre, il progetto del quotidiano **Il Secolo XIX** rivolto al mondo della scuola, che si conclude ogni anno con una giornata di premiazione delle numerose scuole che partecipano al progetto, con premi offerti dai partner sostenitori dell'iniziativa.



L'attenzione verso le risorse umane

“Il Gruppo riconosce la centralità delle risorse umane e l'importanza di stabilire e mantenere con esse relazioni basate sulla lealtà e la fiducia reciproca. Pertanto, la gestione dei rapporti di lavoro e di collaborazione si ispira al rispetto dei diritti dei lavoratori ed alla piena valorizzazione del loro apporto nell'ottica di favorirne lo sviluppo e la crescita professionale” (dal Codice Etico del Gruppo)

Le risorse umane sono un valore fondamentale in GEDI. Il Gruppo è fortemente impegnato a rafforzare il senso di appartenenza e a favorire l'efficacia del lavoro di team, lo scambio di conoscenze e l'arricchimento professionale. La realizzazione di questi obiettivi garantisce in ultima analisi che le risorse umane perseguano risultati coerenti con gli obiettivi aziendali del Gruppo, da sempre incentrati sull'eccellenza.

In relazione ai dati quantitativi inerenti la tematica, per un maggior livello di dettaglio, si rinvia alle Tabelle di rendicontazione riportate in allegato 3.

Condizioni e pratiche di lavoro

GRI 102-7
GRI 102-8

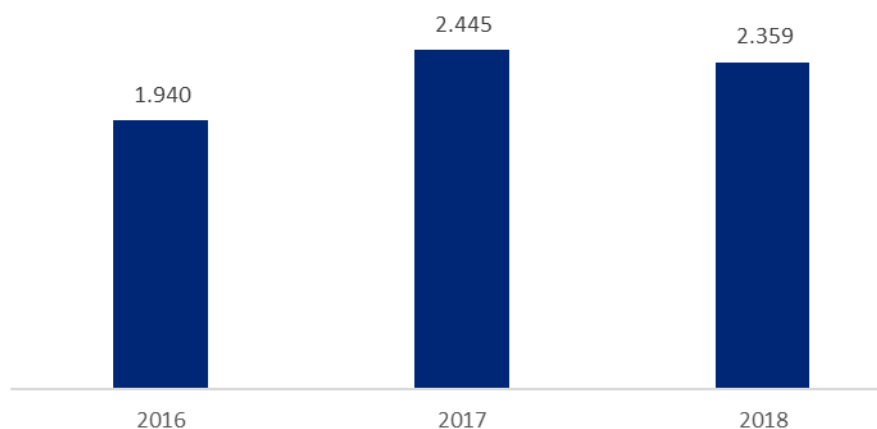
Investire sul capitale umano e intellettuale, rappresenta per il Gruppo una leva fondamentale per creare e mantenere valore nel tempo. Investimenti in percorsi di formazione e sviluppo e iniziative di welfare aziendale producono benefici che concorrono alla creazione di valore.

Il rispetto dei diritti umani è alla base dello svolgimento delle attività del Gruppo. Per GEDI la tematica del rispetto di diritti umani è principalmente ascrivibile al rispetto di adeguate condizioni di lavoro per i propri dipendenti, alla libertà di espressione, alla non discriminazione alla tutela della salute e sicurezza.

La composizione dell'organico

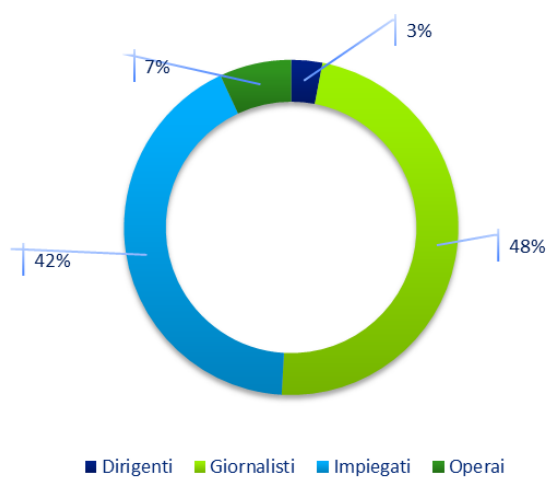
L'organico complessivo di GEDI al 31 dicembre 2018 è di 2.357 persone, in leggera diminuzione (-3,6%) rispetto all'anno precedente.

Dipendenti del Gruppo



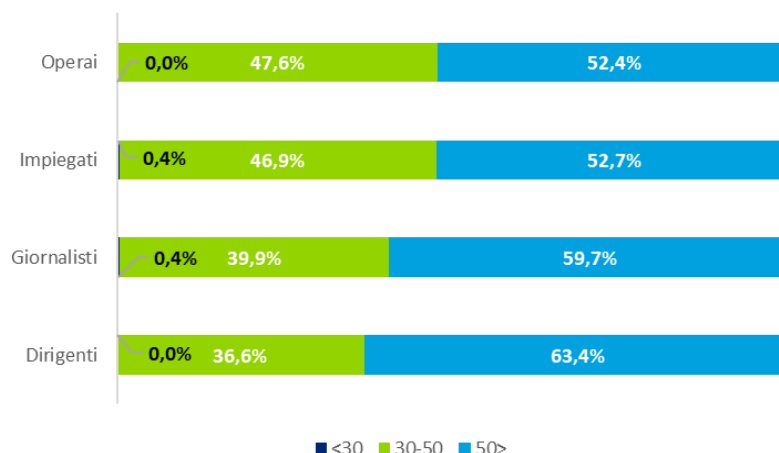
Si rappresenta di seguito la ripartizione dei dipendenti per categoria professionale.

Ripartizione dei dipendenti del Gruppo per inquadramento (2018)



Con riferimento alla distribuzione anagrafica della popolazione aziendale, invece, circa il 43% dei dipendenti si trova nella fascia d'età tra i 30 e i 50 anni.

Ripartizione dei dipendenti del Gruppo per età e inquadramento professionale (2018)



Coerentemente con le politiche del personale attuate da GEDI, finalizzate a rendere stabili i rapporti di lavoro con i propri dipendenti, si evidenzia un'alta percentuale, pari a circa il 98%, di contratti a tempo indeterminato.

Attrazione e mantenimento dei talenti

GRI 401-1

Il tasso di turnover, in entrata pari a circa il 2,29 % e in uscita pari a circa il 4,99%, è sostanzialmente determinato da sostituzioni temporanee e da pensionamenti o uscite dal perimetro del Gruppo. Rimane, inoltre, molto bassa l'incidenza delle dimissioni volontarie, pari a circa il 0,82%.

Per quanto riguarda le iniziative di attrazione dei talenti che desiderano intraprendere una carriera nel settore editoriale, ve ne sono alcune consolidate nel tempo, che si basano su collaborazioni pluriennali con università, scuole di giornalismo e altre istituzioni o associazioni.

Tra queste si segnala il rapporto con la **Fondazione Mario Formenton**, che costituisce un'occasione di contatto con i giovani desiderosi e meritevoli di avviarsi al lavoro nel mondo dell'editoria. La Fondazione mette a disposizione borse di studio a indirizzo giornalistico e gestionale. Ai vincitori è offerto uno stage formativo o di specializzazione e perfezionamento, finalizzato all'inserimento nel mondo del lavoro, sia all'interno di ruoli giornalistici, sia in ambito amministrativo.

Le relazioni industriali

GRI 102-41
GRI 402-1

Le relazioni industriali con le diverse organizzazioni sindacali sono da sempre orientate a una collaborazione fattiva e rispettosa dei diversi ruoli. Nel corso dell'anno sono stati raggiunti importanti accordi con le parti sociali, in una fase di difficile congiuntura economica per il paese in generale e per il settore in particolare e sono stati siglati accordi per istituire forme di welfare aziendale. Si conferma, anche per il 2018, che la totalità dei dipendenti del Gruppo è coperto da accordi collettivi di contrattazione.

Diversità e pari opportunità

GRI 405-1
GRI 405-2

Il Gruppo si impegna ad evitare ogni discriminazione in base all'età, al sesso, alla sessualità, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze religiose, in tutte le decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi Stakeholder (dal Codice Etico del Gruppo).



GEDI è attento al **rispetto delle diversità** e alle **pari opportunità** nella selezione dei propri dipendenti, rifiutando qualsiasi pratica discriminatoria e valorizzando le competenze di ogni individuo, a prescindere da nazionalità, religione e genere.

La gestione e la valorizzazione del capitale umano di GEDI sono da sempre orientate all'integrazione e al rispetto delle diversità. I rapporti tra i dipendenti si svolgono nella **tutela dei diritti e della libertà delle persone** e dei principi fondamentali che affermano la pari dignità sociale, senza discriminazioni per ragioni di nazionalità, lingua, età, genere, etnia, credo religioso, appartenenza politica e sindacale e condizioni fisiche o psichiche.

L'incidenza delle donne sull'organico è pari al 37% e raggiunge la percentuale più alta tra gli impiegati, attestandosi al 46% rispetto alla categoria. La composizione dell'organico risente di alcune lavorazioni presenti nel Gruppo, con particolare riferimento all'industria tipografica, e di una tradizione nella quale è storicamente affermata la presenza maschile all'interno della classe lavoratrice addetta, come nel caso della lavorazione di preparazione e stampa che si svolge di notte. Le 878 donne del Gruppo sono presenti in modo significativo all'interno delle redazioni, oltre che nelle aree amministrative e commerciali.

Al fine di promuovere pari opportunità, sono offerte ai dipendenti tipologie contrattuali diverse da quelle **full time**, promuovendo altresì iniziative concrete per agevolare la gestione del rapporto tra vita familiare e vita professionale. Il 97% del personale è assunto con un contratto full time, mentre il restante 3% usufruisce del **part time**; di questi ultimi, il 91% è rappresentato da donne.

GEDI si impegna inoltre a favorire l'inserimento di **persone svantaggiate** all'interno del proprio organico, riconoscendo il valore della diversità e l'importanza del confronto nello svolgimento di qualsiasi attività e promuovendo altresì l'integrazione di alcune categorie di persone, come i dipendenti diversamente abili. In totale risultano impiegati nel Gruppo 82 dipendenti appartenenti a categorie protette di cui l'89% è rappresentato da impiegati e l'11% da operai.

Sul piano delle politiche di remunerazione, queste sono orientate a garantire la competitività sul mercato del lavoro in linea con gli obiettivi di crescita e fidelizzazione delle risorse umane, oltre che a differenziare gli strumenti retributivi sulla base delle singole professionalità e competenze. A parità di categoria professionale, si riscontrano lievi differenze tra lo stipendio medio delle donne e quello degli uomini.

Rapporto del salario base e della remunerazione tra donne e uomini (2018)

	Rapporto salario lordo medio donna/uomo 2018	Rapporto retribuzione complessiva media donna/uomo 2018
Dirigenti	0,66	0,62
Giornalisti	0,83	0,79
Impiegati	0,89	0,81
Operai	0,89	0,87

*Il dato esclude i Direttori Generali e i Direttori Centrali delle diverse società

Valorizzazione e sviluppo delle competenze

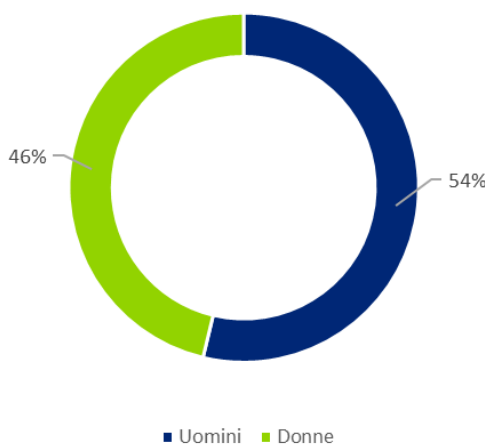
GRI 404-1

Nel Gruppo GEDI sono attivi percorsi formativi volti a sostenere e promuovere la crescita e le competenze delle risorse umane. La valutazione delle esigenze in ambito formativo emerge dal confronto periodico tra dipendenti, Responsabili di settore e Direzione Risorse Umane.

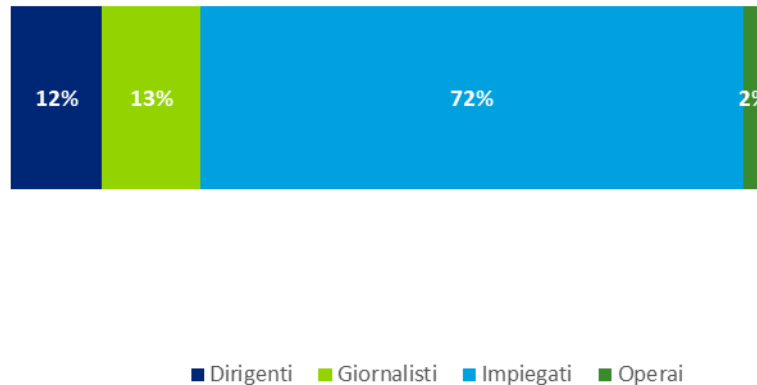
Nel corso del 2018, in particolare, sono stati attivati e sviluppati nel Gruppo, anche in continuità con i precedenti periodi, percorsi formativi trasversali, legati sia alle tematiche dell'anticorruzione in ambito 231 sia della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro. Sono, inoltre state poste in essere attività formative volte a implementare e sviluppare competenze in ambito amministrativo e gestionale in risposta ai mutamenti delle normative in particolare in ambito privacy e amministrativo contabile e sono proseguiti i programmi sulle lingue straniere e gli strumenti informatici. In relazione a tale ultimo punto, in particolare, sono stati posti in essere specifici corsi per i giornalisti delle redazioni locali al fine di sviluppare competenze e sinergie tra le diverse realtà del Gruppo. In favore dei giornalisti, si evidenziano altresì, gli usuali corsi di aggiornamento professionale. Nel corso del 2018, ai dipendenti di GEDI sono state erogate complessivamente 8.490 ore di formazione.

Di seguito si rappresentano le ore di formazione per genere e per inquadramento professionale.

Ore di formazione ai dipendenti del Gruppo per genere (2018)



Ore di formazione ai dipendenti del Gruppo per inquadramento professionale (2018)



Salute e sicurezza dei lavoratori

GRI 403-1 GEDI è da sempre impegnato affinché la tutela dell'integrità, della salute e del benessere dei propri
 GRI 403-2 lavoratori sia perseguita in tutti i luoghi di lavoro. Il Gruppo adempie attivamente alle prescrizioni
 GRI 403-3 e agli obblighi di legge in materia di sicurezza e protezione della salute sui luoghi di lavoro e vigila
 GRI 403-4 affinché l'applicazione sia completa in ogni sua società. Ciò avviene attraverso la definizione di
 GRI 403-5 strutture organizzative fondate su precise responsabilità operative, la competenza dei soggetti
 GRI 403-6 responsabili, la pianificazione temporale delle attività di prevenzione, la predisposizione di un
 GRI 403-7 relativo budget di spesa e l'utilizzo costante di tutti i supporti tecnici utili per la valutazione e la
 GRI 403-9 riduzione dei rischi. Particolare attenzione è data alla formazione del personale nella sua
 GRI 403-10 articolazione per ruoli - lavoratori, preposti e dirigenti - in funzione dei rischi cui esso è esposto e
 degli incarichi e compiti specifici.

Per ciascuna unità produttiva, con la collaborazione di diverse responsabilità aziendali e del preposto, nel 2018 si sono preliminarmente raccolte tutte le informazioni relative ai processi lavorativi e alle modalità di esecuzione delle attività ordinarie e straordinarie allo scopo di assegnare puntualmente i pericoli, attribuirli alla mansione di riferimento e valutare i profili di rischi. Il processo di analisi è poi proseguito con l'individuazione delle misure di prevenzione e protezione che consentono il miglioramento degli standard di sicurezza e salute dei lavoratori. Tra le azioni previste a seguito della valutazione dei rischi vi sono quelle di tipo formativo di cui è data notizia nello specifico paragrafo di questa relazione. La gerarchia dei controlli prevede il coinvolgimento di tutti i soggetti interni (Datore di Lavoro, Dirigenti, Preposti e gli stessi lavoratori) e rappresenta un efficace strumento di monitoraggio del livello di sicurezza.

Per la **sicurezza degli impianti industriali** particolare attenzione è posta sugli aspetti di verifica e approfondimento nelle attività di progettazione e acquisto di nuovi macchinari e di ristrutturazione e riconfigurazione delle macchine e dei cicli produttivi, con particolare attenzione ai criteri di introduzione e gestione delle sostanze e dei preparati chimici. Un costante impegno al monitoraggio delle condizioni di lavoro e delle modalità operative è sviluppato al fine di produrre un continuo miglioramento dei livelli di salute e sicurezza dei lavoratori. Inoltre, pur non avendo ancora implementato un sistema di gestione della sicurezza, sono da tempo diffuse istruzioni e procedure di lavoro che rivestono un ruolo importante di prevenzione, soprattutto nei centri stampa. L'elaborazione di questi documenti ha coinvolto la parte operativa del personale ovvero

preposti e lavoratori, favorendo il processo di assimilazione e applicazione costante della misura comportamentali di sicurezza.

Nel 2017 è stato lanciato un corso online di formazione sulla sicurezza per tutti i dipendenti e nel 2018 sono proseguite le attività di formazione e aggiornamento quinquennale obbligatorio in materia di sicurezza e salute sia dei lavoratori degli uffici e redazioni (impiegati e giornalisti) sia del personale operante nei centri stampa (operai, manutentori e tecnici). Sono stati attivati inoltre alcuni corsi specifici di formazione dei lavoratori addetti ai lavori elettrici e alla conduzione di attrezzature di lavoro specifiche (es. carrello elevatore). Nel corso dell'anno sono proseguite le attività formative riguardanti la gestione dell'emergenza e l'aggiornamento annuale della formazione per i rappresentanti dei lavoratori della sicurezza. Complessivamente nel corso del 2018 sono state erogate 2.632 ore di formazione in materia di sicurezza in aula a 338 persone.

Nel corso del 2018 sono stati registrati 13 infortuni, di cui 1 classificato con gravi conseguenze (che ha comportato un'assenza superiore a sei mesi) e dovuto ad uno scivolamento accidentale avvenuto all'ingresso in ufficio.

Come richiesto dagli standard di riferimento (GRI 403-9), non è stato considerato nel 2018 il numero degli infortuni in itinere avvenuti con mezzi propri del dipendente oppure durante l'utilizzo di mezzi pubblici in quanto non organizzati da GEDI trasporti con mezzi aziendali. Volendo confrontare il dato con quello del 2017, in cui invece erano stati conteggiati anche gli infortuni in itinere con mezzi propri, si otterrebbe un risultato numerico analogo.

Nessun infortunio è invece stato registrato nel 2018 a carico dei lavoratori delle ditte terze operanti all'interno di sedi del Gruppo; a tal fine è stata condotta una specifica attività di verifica che ha coinvolto le società che si occupano di vigilanza, pulizia e manutenzione presso Uffici, Redazioni e Centri stampa.

Nel corso del 2018, non si registrano casi di malattie professionali.

Infine, per quanto riguarda le ore lavorate, il dato annuale 2018 di circa 3,5 milioni, in calo del 4,5% rispetto a quello dell'anno precedente, risentendo anche degli effetti dei contratti di solidarietà.

Gli impatti ambientali

L'impegno del Gruppo verso la salvaguardia dell'ambiente trova espressione in diverse iniziative orientate a ridurre il più possibile l'impatto ambientale dei prodotti e delle attività produttive, ad esempio attraverso l'utilizzo efficiente delle risorse naturali, l'ottimizzazione dei flussi logistici e la gestione responsabile dei rifiuti. Il Gruppo dedica risorse umane e impegno finanziario per adempiere attivamente alla vasta normativa in vigore per la protezione dell'ambiente e la risoluzione delle problematiche ambientali, in primis derivanti dalle lavorazioni industriali. Si tratta di un ampio complesso di attività valutative e procedurali e di misure strumentali quotidianamente messe in atto al fine di rispondere in modo efficace ed esaustivo alle richieste normative in materia e alle aspettative dei propri Stakeholder.

La gestione e il consumo di carta sono aspetti fondamentali per il Gruppo e - nonostante l'evoluzione digitale verso cui GEDI ha orientato la propria strategia - svolgono tuttora un ruolo di primaria importanza per quanto riguarda la riduzione degli impatti ambientali. Il Gruppo cerca inoltre di operare garantendo un utilizzo responsabile delle varie risorse, attraverso la riduzione dei consumi energetici e idrici e una migliore gestione delle emissioni in atmosfera.

In relazione ai dati quantitativi inerenti la tematica, per un maggior livello di dettaglio, si rinvia alle Tabelle di rendicontazione riportate negli allegati (Allegato 4).

La gestione della carta e delle altre materie prime



La produzione della carta è svolta interamente dalle cartiere e il prodotto finito passa all'azienda grafica, che procede alla stampa. Successivamente, la carta stampata raggiunge i magazzini, dove è stoccata prima di essere distribuita. Merita attenzione anche il meccanismo della resa: una volta che il quotidiano/periodico è arrivato al lettore, esso può essere raccolto e riciclato, oppure smaltito in modo indifferenziato. La carta da macero, ovvero il rifiuto cartaceo differenziato, una volta raccolta, è inviata al riciclo in cartiera.

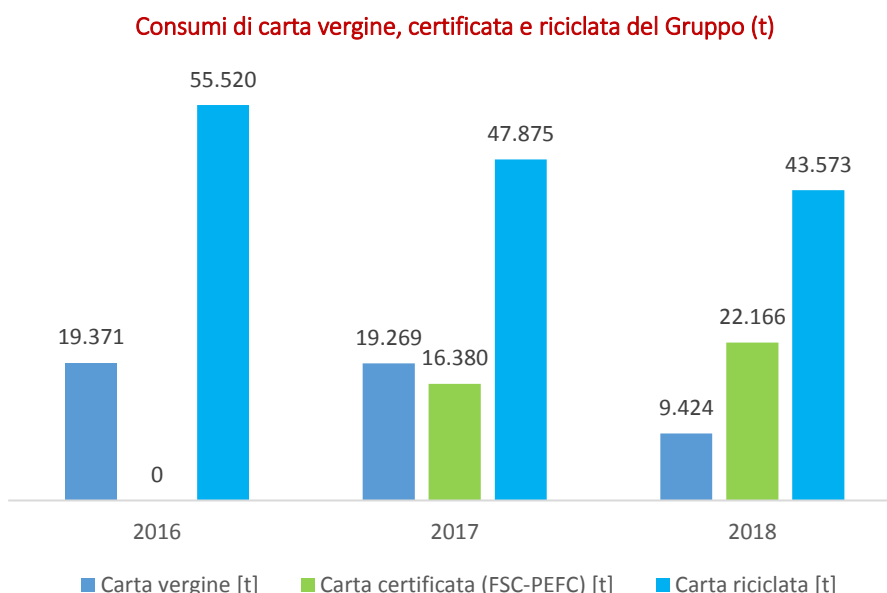
GRI 102-9
GRI 301-1

La carta rappresenta una materia di importanza primaria nella produzione industriale di GEDI ed è considerata un elemento sensibile anche per l'impatto ambientale che genera. Per l'approvvigionamento delle varie carte in uso per la stampa dei propri quotidiani, periodici e prodotti opzionali, il Gruppo si rivolge a cartiere di primaria importanza internazionale, che sono in grado di garantire la più stretta osservanza delle normative europee sulla tutela dell'ambiente. Si tratta di aziende leader del settore ed internazionalmente note che attingono la loro materia prima da foreste che godono delle certificazioni internazionali per la protezione dell'ambiente. Tutti i fornitori di carta fanno ricorso, anche se in percentuali diverse, all'utilizzo del DIP - o pasta di cellulosa disinchiostrata - prevalentemente per la produzione di carta *newsprint*, *newsprint*

migliorato e patinatino. Per la produzione di carte più pregiate, le cartiere fornitrici utilizzano cellulosa senza cloro. I processi di produzione sono certificati da vari enti, sia nazionali che internazionali, per l'ottenimento delle etichette di sostenibilità.

Nel corso del 2018, il Gruppo ha consumato circa 75 mila tonnellate di carta, in diminuzione del 10% rispetto alle circa 83,5 mila tonnellate del 2017 e in controtendenza rispetto al 2016, anno in cui erano stati acquisiti dal Gruppo nuovi Centri Stampa. La diminuzione 2018/2017 è stata sostanzialmente determinata dal trend negativo delle diffusioni, che comporta un minor numero complessivo di copie stampate; la diminuzione dei consumi di carta è, infatti, allineato con la diminuzione delle tirature dei quotidiani che, si aggirata, nel corrispondente periodo, intorno al 10% annuo.

La percentuale di carta riciclata utilizzata, sommata alla carta certificata impiegata nel centro stampa di Torino, è elevata e si attesta circa all' 87% del totale carta consumata.



Per quanto riguarda la tipologia di carta utilizzata, oltre al *newsprint* per i quotidiani, sono utilizzati anche il *light weight coated*, detto patinatino, ed il *best calandered plus* per i periodici; l'*improved newsprint* è infine impiegato per TrovaRoma e TuttoMilano.

Tra le altre materie prime utilizzate per la stampa dei quotidiani rivestono particolare importanza gli inchiostri e le lastre. Nei centri stampa del Gruppo sono utilizzate due diverse tecnologie, la stampa Offset (solo Torino) e quella flessografica (nei restanti centri stampa).

A partire dal 2017 sono state introdotte nuove tecnologie di sviluppo delle lastre offset che hanno confermato anche nel 2018 gli effetti positivi ottenuti nel 2017 sul consumo delle lastre che, nel 2018, scende complessivamente rispetto al precedente periodo (-4,4).

In particolare, l'introduzione nel 2017 di nuove macchine sviluppatrici ha permesso la riduzione dei liquidi di sviluppo e dei cicli di manutenzione mentre le nuove tipologie di lastre Chemical Free garantiscono tirature più elevate in quanto la lastra può essere riutilizzata per un numero maggiore di volte.

Anche il consumo degli inchiostri nel 2018 risulta in diminuzione (-17,5%), rispetto all'anno precedente.

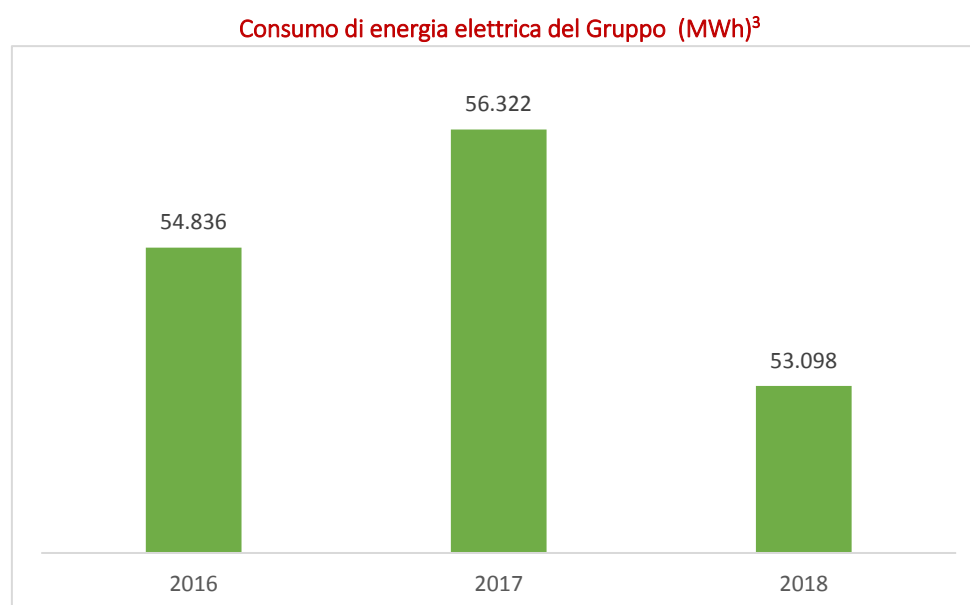
Energia ed emissioni

I consumi energetici ²

Per quanto riguarda i consumi energetici, il Gruppo si impegna nell'implementazione di iniziative volte all'efficientamento e al contenimento degli stessi, con l'obiettivo ultimo di perseguire più elevati livelli di eco efficienza. Il consumo di energia elettrica di GEDI fa riferimento a diversi usi, prevalentemente legati all'illuminazione degli uffici amministrativi e redazionali, delle diverse sedi dislocate sul territorio nazionale e dei magazzini e all'utilizzo dei ripetitori radio e degli stabilimenti di stampa.

Nel corso del 2018, GEDI ha consumato in energia elettrica poco più di 53 milioni di kWh, registrando una diminuzione del 5,7% rispetto all'anno precedente. Con riferimento all'energia termica consumata a seguito dell'acquisto di energia da teleriscaldamento, il Gruppo nel 2018 ha consumato 361.694 kWh.

GRI 302-1



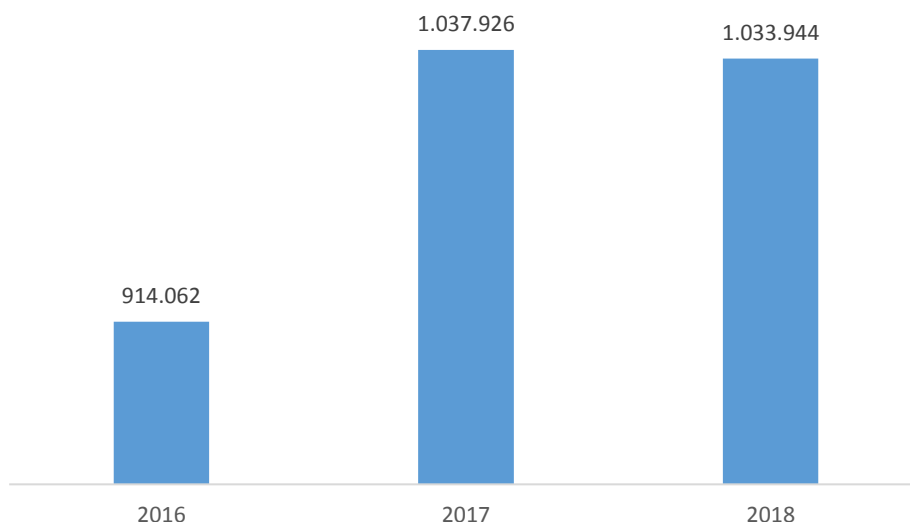
Per quanto riguarda i combustibili fossili, nel 2018 i consumi di gas naturale si sono mantenuti praticamente invariati rispetto al 2017 (-0,4%) attestandosi a 1.033.943 m³. Grazie all'impiego del teleriscaldamento, in alcune sedi del Gruppo, nel 2018 si è ottenuta una riduzione del consumo di gas pari a 36.290 m³ che corrisponde circa al 3,5% del consumo annuo di gas naturale.

L'utilizzo di gas naturale è collegato prevalentemente al riscaldamento delle sedi del Gruppo.

² I consumi di energia elettrica di Gruppo includono gli assorbimenti dell'alta frequenza. Per quanto concerne il gas naturale, il parametro di conversione utilizzato è di 9,7 (comunicato dalla Regione Lazio nel 2016) al fine di considerare un margine cautelativo dei rendimenti degli impianti.

³ I fattori di conversione utilizzati per il calcolo del consumo energetico sono per l'energia elettrica e per l'energia termica (1 kWh = 0,0036 GJ), nel 2018 per il gas naturale e il gasolio sono stati utilizzati i coefficienti del Ministero dell'ambiente.

Consumo di gas naturale del Gruppo (m³)



Con riferimento al gasolio, nel 2018 i consumi per riscaldamento si sono attestati a poco più di 157 tonnellate (+28,7% rispetto l'anno precedente). Non essendo variate né le sedi né le caratteristiche degli impianti termici l'aumento è riconducibile ad un maggior impiego del riscaldamento in relazione alle condizioni meteorologiche dell'anno appena trascorso. Confrontando il valore del 2018 con quello del 2016 si rileva infatti una differenza di soli circa 2000 litri.

A partire dal 2018 si è iniziato a rendicontare il dato relativo al consumo di carburante per auto aziendali. Oltre alle autovetture direzionali esistono infatti lavoratori che, per lo svolgimento delle proprie mansioni, si muovono sul territorio utilizzando mezzi aziendali, nello specifico si tratta degli Ispettori di Diffusione (società GEDI Distribuzione), degli Ispettori Antenne e Tecnici Radio (società Elemedia). Sono stati raccolti i dati di consumo riferiti al 2018 i quali si attestano attorno ai 45.000 litri/anno.

Complessivamente i consumi di gasolio (da riscaldamento e da auto aziendali) sono pari a 201.779 litri nel 2018, mentre nel 2017 sono stati di 122.000 litri (che non tengono in considerazione il consumo di carburante per auto aziendali). Senza consumo di gasolio da carburante, il confronto del biennio evidenzierebbe un aumento del 28,7% dovuto al maggior impiego di gasolio ad uso riscaldamento.



-5,7%

consumi di energia elettrica



-0,4%

consumi di gas naturale



+28,7%

consumi di gasolio da riscaldamento

Le emissioni di gas serra

GRI 305-1 Per monitorare il proprio impatto ambientale e implementare iniziative finalizzate alla mitigazione
GRI 305-2 dello stesso, anche nel 2018 GEDI si è impegnato a quantificare le emissioni di gas serra associate direttamente o indirettamente alle proprie attività caratteristiche.

Per il calcolo delle emissioni di gas serra di GEDI, nel 2018 sono state utilizzate le metodologie previste dai GRI Sustainability Standards. Per questo motivo, le emissioni per scopo 2 relative al 2016 e al 2017 che erano state calcolate seguendo i GRI G4, sono state ricalcolate secondo le nuove richieste.

Il GRI prevede due diversi approcci per calcolare le emissioni appartenenti alla categoria Scopo 2: Market-based e Location-based. L'approccio "Market-based" prevede l'utilizzo di un fattore di emissione definito su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica, e tiene conto dei certificati acquistati dall'azienda che attestano l'approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili (es. Garanzie di Origine). Invece, l'approccio "Location-based" prevede l'utilizzo di un fattore medio di emissione associato allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica. Tale approccio tiene in considerazione il fattore di conversione dell'energia con riferimento alla generazione della stessa nel paese in cui è stata acquistata.

Per il calcolo Location-based sono stati utilizzati i fattori di emissione TERNA 2016 - confronti internazionali mentre per il calcolo secondo il metodo "Market-based" sono stati utilizzati i fattori di residual mix pubblicati da AIB.

Per il calcolo delle emissioni da energia termica (Scopo 2) il fattore emissivo utilizzato è il fattore indicato dall'agenzia nazionale efficienza energetica (ENEA)⁴.

In conformità con quanto previsto dal **Greenhouse Gas (GHG) Protocol**, il principale standard di rendicontazione delle emissioni, le emissioni sono state suddivise in diverse tipologie: in particolare, le emissioni di *Scopo 1* derivano dai consumi di gas naturale; le emissioni di *Scopo 2* dai consumi di energia elettrica ed energia termica.

⁴ Per maggiori informazioni fare riferimento alla pagina web
<http://www.efficientaenergetica.enea.it/regioni/siape/poteri-calorifici-inferiori-dei-combustibili-e-fattori-di-emissione-della-co2>

Emissioni di gas serra⁵			
t CO₂	2016	2017	2018
Scopo 1	1.723	1.957	2.572
Scopo 2 (energia termica)	-	-	109
Scopo 2 (energia elettrica location based)	19.741	20.276	19.115
Scopo 2 (energia elettrica market based)	25.499	26.865	25.328
Totale emissioni (con location based)	21.464	22.232	21.796
Totale emissioni (con market based)	27.222	28.822	28.008

Le emissioni complessive di GEDI nel 2018 sono state pari a circa 28 mila tonnellate di CO₂ (totale emissioni con calcolo market based), con una diminuzione rispetto all'anno precedente pari al -3% circa.

L'impatto ambientale dell'attività radiofonica

Elemedia S.p.A. diffonde radio in modulazione di frequenza per conto delle tre emittenti del Gruppo (Radio DeeJay, Radio Capital, m2o). La trasmissione avviene attraverso circa 900 frequenze irradiate da siti trasmettenti ove sono collocate antenne su tralicci metallici. Tali siti sono dislocati principalmente in zone montagnose lontani dai centri abitati.

La collocazione degli impianti trasmettenti e i parametri tecnici non sono oggetto di scelte del Gruppo, ma sono definiti dal Ministero dello Sviluppo Economico.

Le antenne delle radio del Gruppo possono essere oggetto di controlli delle ARPA (Agenzie Regionali per l'Ambiente), che vigilano sul rispetto dei livelli previsti dalla legge per i campi elettromagnetici (i limiti imposti dalla legge italiana sono tra i più restrittivi in Europa). In ogni caso, le emissioni generate dagli impianti di Elemedia sono diretta conseguenza di una modalità di esercizio che si basa su un severo rispetto dei parametri assentiti dalla concessione.

Al fine di mantenere i livelli di inquinamento sistematicamente al di sotto dei limiti, Elemedia esercita una propria attività di auto-controllo, destinando adeguate risorse espressamente a questo scopo. Il Gruppo opera attraverso una rete di ispettori deputati alla gestione della rete di impianti che effettuano attività di controllo e manutenzione periodiche. Il Gruppo utilizza anche alcune sonde sparse sul territorio italiano e posizionate in alcuni punti strategici delle città grazie alle quali monitora il livello dei segnali (rete di telecontrolli).

⁵ I dati del 2016 e del 2017, riferiti alle emissioni di CO₂ da energia elettrica, sono stati riesposti a seguito dell'adattamento alla nuova metodologia richiesta dai GRI Standard (adottata nella DNF 2018) con il fine di essere resi comparabili ai dati del 2018. Per i dati del 2016 e del 2017 calcolati con la vecchia metodologia si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario di Gruppo del 2017.

Non si sono verificati casi in cui Elemedia abbia ricevuto sanzioni per superamento dei limiti radioprotezionistici, mentre è prassi comune per Elemedia affrontare procedure di riduzione a conformità.

Si ricorda infine che Elemedia partecipa, insieme ad altre radio italiane, a un consorzio (DAB Italia) per la promozione e lo sviluppo delle frequenze in digitale DAB (Digital Audio Broadcasting), sistema di diffusione radiofonica digitale, tuttora in fase di pianificazione in molte regioni italiane da parte del Ministero dello Sviluppo. Rispetto alla diffusione analogica, sono diversi i vantaggi apportati dal DAB: innanzitutto, questo consente una migliore qualità del segnale, attraverso la riduzione delle interferenze e dei disturbi derivanti sia dalla sovrapposizione dei programmi che dalla presenza di ostacoli nel percorso di diffusione dei segnali; in secondo luogo, tale sistema favorisce una maggiore offerta di servizi all'utente, grazie alla possibilità di unire al segnale audio una serie di informazioni supplementari; infine, il sistema DAB consuma molta meno energia di quello analogico, migliorando di molto anche l'impatto ambientale.

I consumi idrici

GRI 303-3 GEDI promuove un utilizzo responsabile e consapevole dell'acqua. Tale risorsa è destinata principalmente all'utilizzo igienico-sanitario da parte dei dipendenti, oltre che a un limitato impiego nel processo produttivo di stampa di alcuni stabilimenti. Nel corso del 2018, i consumi idrici sono stati pari a 73.324 m³, in diminuzione rispetto al 2017 del 28,7%⁶.

L'approvvigionamento idrico del Gruppo avviene esclusivamente da acquedotto pubblico.

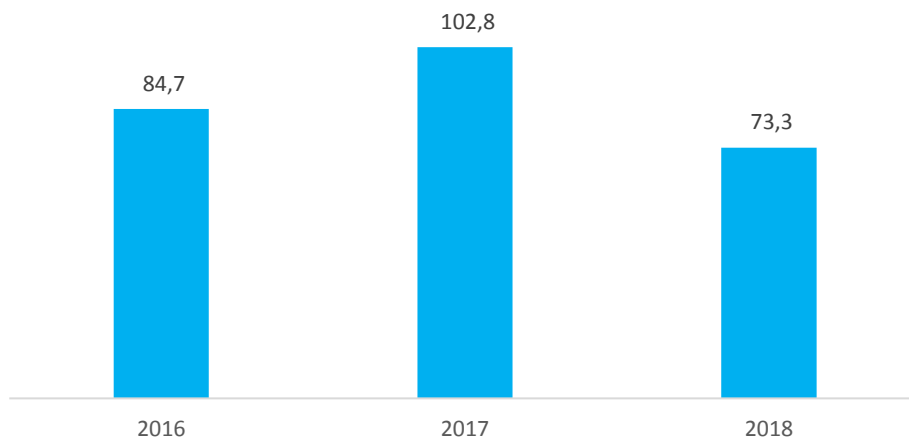
Per quanto riguarda gli scarichi idrici, tutte le sedi operano uno scarico in pubblica fognatura nel rispetto delle caratteristiche qualitative imposte dal gestore della rete idrica. Il Centro Stampa di Roma è in possesso di autorizzazione allo scarico in acque superficiali.

Con riferimento al prelievo di acqua da aree di water stress, il Gruppo si avvale del Aqueduct Tool sviluppato dal World Resources Institute⁷ per identificare le aree potenzialmente a rischio. Le categorie considerate come water stress si riferiscono alla categorizzazione "extreme scarcity" (scarsità estrema) e "scarcity" (scarsità) dello strumento.

⁶ I dati dell'acqua non contengono i dati relativi al I semestre 2018 per GNN Sardegna (sede Cagliari-Tempio).

⁷ Lo strumento del WRI è disponibile online alla pagina web: <https://www.wri.org/our-work/project/aqueduct>. Per l'analisi, sono stati tenuti in considerazione i risultati emersi nella colonna "baseline water stress".

Acqua prelevata da acquedotto pubblico del Gruppo (MI – megalitri)⁸



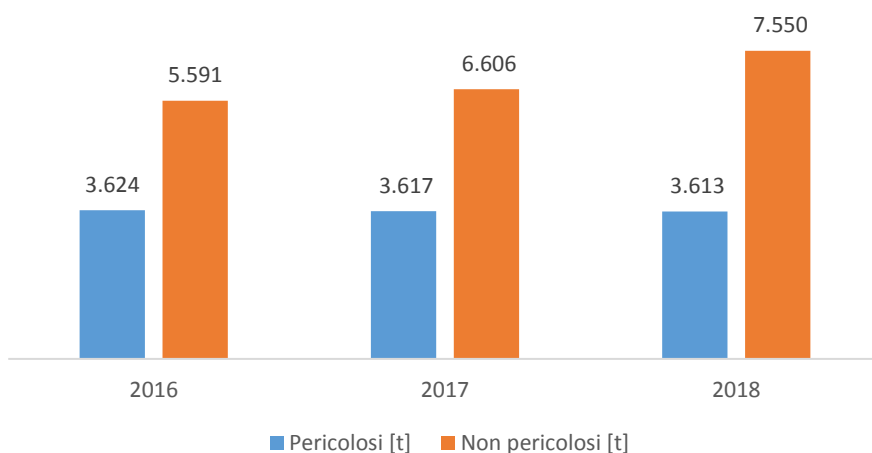
La gestione dei rifiuti

GRI 306-2 L'attenzione di GEDI per la tutela dell'ambiente e l'utilizzo responsabile delle risorse si concretizza anche nella riduzione dei rifiuti derivanti dallo svolgimento dell'attività caratteristica. Il Gruppo sensibilizza i propri dipendenti ad una corretta gestione e smaltimento dei rifiuti e alla minimizzazione degli scarti.

Nel corso del 2018, la produzione di rifiuti ha subito un leggero incremento del 9,2% rispetto al 2017, riconducibile all'aumento dei rifiuti non pericolosi. In parte questo contributo è dovuto alla variazione delle modalità di gestione di alcune acque industriali presso il Centro Stampa di Roma le quali, scaricate come acque superficiali fino al primo semestre 2018, sono state successivamente gestite come rifiuto classificato come non pericoloso.

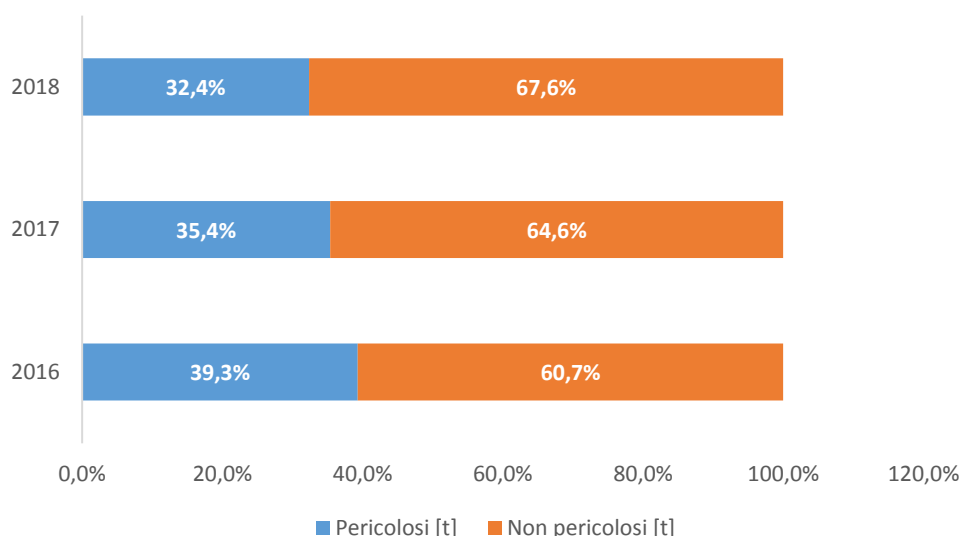
La percentuale di rifiuti pericolosi e non pericolosi si attesta, rispettivamente, al 32% e 68%, in linea con l'anno precedente. Nel corso del 2018 circa l'8% dei rifiuti è stato riciclato.

Rifiuti prodotti dal Gruppo (t)



⁸ I dati del 2016 e del 2017, riferiti al prelievo di acqua del Gruppo, sono stati riesposti a seguito dell'adattamento alla nuova metodologia richiesta dai GRI Standard (adottata nella DNF 2018) con il fine di essere resi comparabili ai dati del 2018. Per i dati del 2016 e del 2017 calcolati con la vecchia metodologia si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario di Gruppo del 2017.

Percentuale di rifiuti pericolosi e non pericolosi prodotti dal Gruppo (t)



Oltre alla consueta attività di valutazione e gestione per il rispetto della normativa, la società ha svolto tutti gli adempimenti connessi all'**introduzione del sistema SISTRI** per la gestione dei rifiuti⁹.

Resa e macero

Le copie invendute delle pubblicazioni (c.d. "rese") vengono ritirate presso le edicole dai Distributori Locali che procedono al conteggio e contabilizzazione delle stesse. Generalmente le rese vengono ritirate dai magazzini dei distributori locali su bancali da un unico operatore incaricato del ritiro della resa ed inviate presso due magazzini uno al centro Italia e l'altro al Nord. In tali magazzini vengono contate e certificate e se si tratta di prodotti opzionali (Libri, Cd, DVD ecc.) vengono "cernitate". Le copie in perfetto stato sono utilizzate per la vendita tramite il servizio arretrati, le restanti copie vengono macerate.

Negli ultimi anni è stato implementato il meccanismo della resa certificata delle pubblicazioni che consiste nel trattamento della resa da parte dei distributori locali attraverso la certificazione ed il contestuale macero. Al 31 dicembre 2018 i certificati rilasciati (per quotidiani e periodici) dall'Organismo Resa Certificata sono stati 70 (che riguardano 47 distributori locali sui 60 attivi), ciò ha consentito ai distributori locali di poter procedere direttamente in loco al macero delle pubblicazioni. Nel 2018 il macero locale è stato di circa **17.913** tonnellate.

Ciò ha determinato una consistente riduzione dei volumi di copie da movimentare, da stoccare e da ritirare ad opera della società di ritiro resa con notevoli impatti positivi sull'ambiente.

17.913 tonnellate
di rese macerate
presso i distributori
locali nel 2017



⁹ Sulla Gazzetta Ufficiale n.290 del 14 dicembre 2018 è stato pubblicato il decreto legge n.135 del 14 dicembre 2018 "Disposizioni urgenti in materia di sostegno e semplificazione per le imprese e per la pubblica amministrazione" il quale dispone che dal 1° gennaio 2019 il SISTRI è soppresso.

Impatti ambientali di distribuzione e logistica

Il Gruppo pone un'attenzione sempre maggiore alla riduzione degli impatti ambientali derivanti dal trasporto dei propri prodotti ed è costantemente impegnato nello studio di soluzioni che ne consentano l'ottimizzazione.

Quotidiano

La stampa dei quotidiani editi da Gedi Spa e da Gedi News Network Spa viene effettuata complessivamente, al 31 dicembre 2018 e a seguito degli interventi già posti in essere sull'assetto industriale del Gruppo, in 9 centri stampa dislocati sul territorio italiano, di cui 6 di proprietà del Gruppo (Torino, Milano, Mantova, Padova, Roma e Sassari) e tre di stampatori terzi (Firenze, Bari e Catania).

Dai diversi centri stampa, ogni notte, partono dei mezzi per la consegna delle copie stampate ai vari distributori locali che a loro volta procedono alla consegna delle copie alle edicole italiane. Il trasporto dal centro stampa al Distributore Locale (operatore terzo) è definito "trasporto primario"; quello dal Distributore Locale alle edicole è invece il "trasporto secondario" e viene gestito integralmente ed in piena autonomia dai Distributori Locali, i quali a loro volta si avvalgono di fornitori terzi.

Con l'obiettivo di saturare i mezzi di trasporto, riducendo quindi gli impatti ambientali, sono stati effettuati interventi importanti di riduzione del numero dei trasportatori dedicati ed esclusivi, affidando le attività ad operatori che trasportano anche le pubblicazioni di altri editori. Inoltre, nei centri stampa in cui vengono stampati i quotidiani locali, sono stati attivati trasporti in pool.

Periodici

Il trasporto primario dai poli di stampa per i periodici e per i prodotti opzionali (libri, Cd, DVD ecc) allegati alle pubblicazioni editi da GEDI è gestito da Gedi Distribuzione Spa, che si avvale di un unico operatore qualificato a livello nazionale. In tal modo è perseguito l'obiettivo della massima saturazione possibile dei mezzi utilizzati, determinando una riduzione di emissioni sull'ambiente.

Allegati

Allegato 1 -Tabella riconciliazione aspetti materiali, GRI Standard e G4 Media Sector e D.Lgs 254/16

MACRO AREA	Tema materiale (matrice di materialità)	Topic GRI Standard e G4 Media Sector disclosure	Temi del D.Lgs 254/16
Responsabilità economica e di business	Relazioni con la comunità finanziaria	N/A	
	Performance economica e indipendenza da fonti di finanziamento pubbliche	Performance economica; anticorruzione	Lotta alla corruzione attiva e passiva
	Soddisfazione degli utenti	Interazione con l'audience (media sector)	Sociali
	Modello di business del settore media	N/A	
	Collaborazioni	Performance economica	Sociali
Governance e compliance	Governance e integrità di business	Anticorruzione; compliance	Lotta alla corruzione attiva e passiva
	Catena di fornitura responsabile	Materie prime; compliance	Sociali
	Sistema di gestione dei rischi	N/A	Ambientali Sociali Rispetto dei diritti umani Attinenti al personale Lotta alla corruzione attiva e passiva
Responsabilità di prodotto	Libertà di espressione, indipendenza, responsabilità editoriale	Creazione dei contenuti	Sociali Rispetto dei diritti umani
	Qualità dei contenuti	Creazione dei contenuti	Sociali
	Pubblicità e marketing responsabile	Etichettatura di prodotti e servizi	Sociali
	Promozione della cultura e partecipazione con il territorio	Comunità locali	Sociali
	Presidio e strategia digitale	N/A	
	Privacy e protezione dei dati	Privacy dei clienti	Sociali Rispetto dei diritti umani
	Tutela della proprietà intellettuale	N/A	Sociali Attinenti al personale
Responsabilità sociale	Relazioni con le parti sociali	Lavoro e relazioni industriali	Attinenti al personale Rispetto dei diritti umani
	Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	Attinenti al personale Rispetto dei diritti umani
	Tutela dei diritti umani e condizioni e pratiche di lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro; lavoro e relazioni industriali; diversità e pari opportunità	Attinenti al personale Rispetto dei diritti umani
	Diversità e pari opportunità	Diversità e pari opportunità	Attinenti al personale Rispetto dei diritti umani
	Valorizzazione, sviluppo delle competenze e attrazione talenti	Occupazione; Formazione e istruzione	Attinenti al personale
	Welfare e benefit dipendenti	Occupazione	Attinenti al personale
Responsabilità ambientale	Efficienza dei processi e gestione della carta	Materiali	Ambientali
	Emissioni e ambiente	Energia; emissioni; acqua e affluenti; scarichi e rifiuti	Ambientali

GRI 103-1 **Allegato 2 - Perimetro degli aspetti materiali di GEDI**

Tematiche materiali	Perimetro delle tematiche materiali	Tipologia di impatto
Responsabilità economica e di business		
Performance economica e indipendenza da fonti di finanziamento pubblico	GEDI	Causato dal Gruppo
Collaborazioni	GEDI	Causato dal Gruppo
Soddisfazione degli utenti	GEDI Pubblico	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Modello di business del settore media	GEDI	Causato dal Gruppo
Relazioni con la comunità finanziaria	GEDI	Causato dal Gruppo
Governance e compliance		
Governance e integrità di business	GEDI	Causato dal Gruppo
Sistema di gestione dei rischi	GEDI	Causato dal Gruppo
Catena di fornitura responsabile	GEDI Fornitori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Responsabilità di prodotto		
Libertà di espressione, indipendenza e responsabilità editoriale	GEDI	Causato dal Gruppo
Qualità dei contenuti	GEDI	Causato dal Gruppo
Pubblicità e marketing responsabile	GEDI	Causato dal Gruppo
Promozione della cultura e partecipazione con il territorio	GEDI Comunità locale	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Privacy e protezione dei dati	GEDI Pubblico	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Tutela della proprietà intellettuale	GEDI Collaboratori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Presidio e strategia digitale	GEDI	Causato dal Gruppo
Responsabilità verso le persone		
Relazioni con le parti sociali	GEDI	Causato dal Gruppo
Valorizzazione, sviluppo delle competenze e attrazione talenti	GEDI	Causato dal Gruppo
Tutela dei diritti umani e condizioni e pratiche di lavoro	GEDI	Causato dal Gruppo
Diversità e pari opportunità	GEDI	Causato dal Gruppo
Salute e sicurezza dei lavoratori	GEDI	Causato dal Gruppo
Welfare e benefit dipendenti	GEDI	Causato dal Gruppo
Responsabilità ambientale		
Efficienza dei processi e gestione della carta	GEDI Fornitori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Emissioni e ambiente	GEDI	Causato dal Gruppo

Allegato 3 – L'attenzione verso le risorse umane – Tabelle di rendicontazione
a) Risorse umane¹⁰

Popolazione aziendale per categoria professionale e genere									
	2016			2017			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
%									
Dirigenti	3%	1%	3%	2%	0%	3%	2%	1%	3%
Giornalisti	30%	15%	45%	32%	16%	48%	32%	16%	48%
Impiegati	23%	20%	43%	22%	19%	42%	23%	19%	42%
Operai	8%	1%	9%	7%	1%	8%	6%	1%	7%
Totale	63%	37%	100%	63%	37%	100%	63%	37%	100%

Popolazione aziendale per tipologia contrattuale (determinato vs indeterminato) e genere									
	2016			2017			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
n. persone									
Tempo determinato	25	14	39	40	35	75	23	22	45
Tempo indeterminato	1.189	712	1.901	1.509	861	2.370	1.458	856	2.314
Totale	1.214	726	1.940	1.549	869	2.445	1.481	878	2.359

Popolazione aziendale a tempo indeterminato per tipologia professionale (full time vs part time) e genere									
	2016 ¹¹			2017			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
n. persone									
Full time	1.184	659	1.843	1.542	828	2.370	1.475	813	2.288
Part time	5	53	58	7	68	75	6	65	71
Totale	1.189	712	1.901	1.549	896	2.445	1.481	878	2.359

Popolazione aziendale per categoria professionale ed età				
2016				
%	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0%	1%	2%	3%
Giornalisti	1%	19%	26%	45%
Impiegati	1%	24%	18%	43%
Operai	0%	4%	5%	9%
Totale	1%	48%	51%	100%

¹⁰ I dati relativi al totale dei dipendenti del Gruppo al 31.12.2017 contengono anche 435 persone acquisite con la fusione con ex ITEDI. I dati del 2016 e del 2017, riferiti alla popolazione aziendale per genere/età e categoria professionale, sono stati riesposti a seguito dell'adattamento alla nuova metodologia richiesta dai GRI Standard (adottata nella DNF 2018) con il fine di essere resi comparabili ai dati del 2018. Per i dati del 2016 e del 2017 calcolati con la vecchia metodologia si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario di Gruppo del 2017.

¹¹ I dati relativi al 2016 per tipologia professionale (full time vs part time) sono riportati sul totale di dipendenti con contratto a tempo indeterminato. Per il 2017 e il 2018 il dato viene riportato su tutta la popolazione aziendale.

Popolazione aziendale per categoria professionale ed età				
2017				
%	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0%	1%	2%	3%
Giornalisti	1%	20%	27%	48%
Impiegati	1%	16%	25%	42%
Operai	0%	4%	3%	8%
Totale	1%	41%	58%	100%

Popolazione aziendale per categoria professionale ed età				
2018				
%	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0%	1%	2%	3%
Giornalisti	1%	19%	29%	48%
Impiegati	1%	20%	22%	42%
Operai	0%	3%	4%	7%
Totale	1%	43%	56%	100%

Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2016)										
n. persone	Entrate					Uscite				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	15	144	70	229	18,9%	10	154	194	358	29,5%
Donne	15	48	18	81	11,2%	8	63	73	144	19,8%
Totale	30	192	88	310	16,0%	18	217	267	502	25,9%

Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2017) ¹²										
n. persone	Entrate					Uscite				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	11	106	42	159	10,3%	5	95	67	167	10,8%
Donne	16	86	26	128	14,3%	12	46	23	81	9,0%
Totale	27	192	68	287	11,7%	17	141	90	248	10,1%

Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2018)										
n. persone	Entrate					Uscite				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	2	21	4	27	1,7%	5	54	35	94	6,1%
Donne	4	21	4	29	3,2%	6	25	17	48	5,4%
Totale	6	42	8	56	2,3%	11	79	52	142	5,8%

¹² I dati relativi al turnover del 2017 contengono anche il turnover della ex ITEDI dal 01.01.2017. ITEDI è entrata a far parte del Gruppo a luglio 2017.

Categorie protette									
n. persone	2016			2017			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Giornalisti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	42	19	61	40	33	73	44	29	73
Operai	8	1	9	8	2	10	7	2	9
Totale	50	20	70	48	35	83	51	31	82

 GRI 404-1 **b) Formazione**

Ore medie per persona di formazione per inquadramento professionale e genere									
n. ore	2016			2017			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	15,4	3,8	13,1	13,8	26,7	16	14,1	15,9	14,5
Giornalisti	0,3	0,5	0,4	1,6	1,8	2	0,9	1,1	1,0
Impiegati	7,4	6,9	7,1	9,5	10,2	10	6,3	6,1	6,2
Operai	0,5	0,8	0,6	0,8	1,6	1	1,6	0,0	1,3
Totale	3,5	4,0	3,7	4,7	6,5	5	3,4	3,9	3,6

GRI 403-9

 GRI 403-10 **c) Salute e sicurezza¹³**

Infortuni ¹⁴										
n. di casi	2016			2017			2018			
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	
Infortuni sul lavoro	7	-	7	10	-	10	11	2	13	
di cui mortali	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
di cui con gravi conseguenze (ad esclusione di quelli mortali)	-	-	-	-	-	-	-	1	1	

Dati temporali									
n. ore	2016			2017			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Ore Lavorate	1.893.988	1.178.094	3.072.082	2.350.747	1.322.043	3.672.790	2.220.453	1.285.758	3.506.211

¹³ I dati del 2016 e del 2017, riferiti agli infortuni e i relativi indici, sono stati riesposti a seguito dell'adattamento alla nuova metodologia richiesta dai GRI Standard (adottata nella DNF 2018) con il fine di essere resi comparabili ai dati del 2018. Per i dati del 2016 e del 2017 calcolati con la vecchia metodologia si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario di Gruppo del 2017.

¹⁴ Nel numero di infortuni sul lavoro del 2018 non sono considerati gli infortuni dei collaboratori.

Indicatori di salute e sicurezza									
n. di casi	2016			2017			2018		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di frequenza degli infortuni	0,7	-	0,5	0,9	-	0,5	1,0	0,3	0,7
Indice di mortalità	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Indice di frequenza di infortuni con gravi conseguenze	-	-	-	-	-	-	-	0,2	0,1

Nessun caso di malattia professionale è stato registrato negli ultimi tre anni.

GRI 302-1

Allegato 4 – Gli impatti ambientali – Tabelle di rendicontazione

Carta utilizzata [tonnellate]						
	2016		2017		2018	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Carta vergine [t]	19.371	25,9%	19.269	23,1%	9.424	12,5%
Carta certificata (FSC-PEFC) [t]	-	-	16.380	19,6%	22.166	29,5%
Carta riciclata [t]	55.520	74,1%	47.875	57,3%	43.573	58%
Totale [t]	74.891	100%	83.524	100%	75.163	100%

Altri materiali						
	2016		2017		2018	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Lastre Offset [mq]	162.872	27,9%	194.500	34,1%	219.603	40,2%
Lastre Flexo [mq]	420.493	72,1%	376.291	65,9%	326.077	59,8%
Totale lastre [m]	583.365	100%	570.791	100%	545.680	100%
Inchiostri per Offset [kg]	347.013	17,4%	354.519	22,3%	309.752	23,6%
Inchiostri per Flexo [kg]	1.648.465	82,6%	1.237.257	77,7%	1.003.800	76,4%
Totale inchiostri [kg]	1.995.478	100%	1.591.776	100%	1.313.552	100%

Consumo energetico ¹⁵						
	2016		2017		2018	
	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ
Energia Elettrica [kWh]	54.836.140	197.410	56.321.695	202.758	53.098.077	191.153
Energia Termica [kWh]	-	-	-	-	361.694	1.302
Gas Naturale [m³]	914.062	35.658	1.037.926	40.489	1.033.943	36.450
Gasolio [l] ¹⁶	155.030	5.595	122.000	4.374	201.779	7.246

¹⁵ I fattori di conversione utilizzati per il calcolo del consumo energetico sono: per l'energia elettrica e per l'energia termica 1 kWh = 0,0036 GJ; per il gas naturale 1 m³ = 0,03901 GJ (nel 2016 e nel 2017) e 1 m³=0,03525 GJ (nel 2018); per il gasolio 1t = 42,88 GJ (nel 2016 e nel 2017) e 1t = 42,87 GJ (nel 2018).

¹⁶ A partire dal 2017 sono stati rendicontati i consumi di gasolio da auto aziendale.

Prelievo totale di acqua ¹⁷							
MI	2016		2017		2018		Variazione 17-18
Fonti di prelievo	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	
Acqua di superficie	-	-	-	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-	-	-	-
Acque marine	-	-	-	-	-	-	-
Acqua prodotta	-	-	-	-	-	-	-
Acque di terzi	84,7	-	102,8	-	73,3	-	-28,7%
Totale	84,7	-	102,8	-	73,3	-	-28,7%

Prelievo d'acqua in aree di water stress ¹⁸							
MI	2016 ¹⁹		2017		2018		Variazione 17-18
Fonti di prelievo	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	
Acqua di superficie	-	-	-	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-	-	-	-
Acque marine	-	-	-	-	-	-	-
Acqua prodotta	-	-	-	-	-	-	-
Acque di terzi	2,4	-	2,02	-	2,08	-	-
Totale	2,4	-	2,02	-	2,08	-	-

Rifiuti						
	2016		2017		2018	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Pericolosi [t]	3.624	39,3%	3.617	35,4%	3.613	32,4%
Non pericolosi [t]	5.591	60,7%	6.606	64,6%	7.550	67,6%
Totale [t]	9.215	100%	10.222	100%	11.163	100%

Rifiuti per smaltimento						
	2016		2017		2018	
	Totale	% totale	Totale	% totale	Totale	% totale
Riciclo [t]	1.344	14,6%	1.242	12,2%	891	8,0%
Discarica [t]	5	0,1%	-	0%	23	0,2%
Altro [t]	7.866	85,3%	8.981	87,9%	10.249	91,8%
Totale	9.215	100%	10.222	100%	11.163	100%

¹⁷ I dati del 2016 e del 2017, riferiti al prelievo di acqua, sono stati riesposti a seguito dell'adattamento alla nuova metodologia richiesta dai GRI Standard (adottata nella DNF 2018) con il fine di essere resi comparabili ai dati del 2018. Per i dati del 2016 e del 2017 calcolati con la vecchia metodologia si rimanda alla Dichiarazione Consolidata di Carattere non Finanziario di Gruppo del 2017. Acqua dolce è definita come acqua con $\leq 1,000$ mg/L Materie solide disciolte. Altre tipologie di acqua è definita come acqua con $> 1,000$ mg/L Materie solide disciolte.

¹⁸ Le aree di water stress sono definite attraverso l'Aqueduct Tool sviluppato dal World Resources e sono considerate le categorie di "extreme scarcity" (scarsità estrema) e "scarcity" (scarsità) dello strumento. Con riferimento alle sedi considerate per l'analisi sono state valutate le sedi dei centri stampa del Gruppo (Milano, Roma e Torino) per motivi di materialità dei loro consumi rispetto ai consumi totali del Gruppo. I prelievi da water stress sono un dettaglio della tabella prelievi totali di acqua.

¹⁹ I consumi di acqua da water stress per il 2016 sono stimati in base alla percentuale dei consumi del 2017 e 2018 sul totale.

GRI Content Index

GRI 102-55

Il Bilancio di Sostenibilità 2018 di GEDI è stato redatto sulla base delle linee guida del Global Reporting Initiative GRI Standards secondo l'opzione *"In accordance - Core"* e secondo il *"Sector Disclosures – Media"*. La tabella che segue riporta le informazioni di Gruppo basate sulle linee guida GRI Standard con riferimento all'analisi di materialità di GEDI.

Indicatore		Riferimenti di pagina/note
GENERAL STANDARD DISCLOSURE		
Profilo dell'organizzazione		
102-1	Nome dell'organizzazione	7; "Statuto del Gruppo GEDI"
102-2	Principali marchi, prodotti e servizi	8-15
102-3	Sede principale	7
102-4	Paesi di operatività	7-15
102-5	Assetto proprietario e forma legale	7; "Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari"
102-6	Mercati serviti	8-15
102-7	Dimensione dell'organizzazione	8-15; 31; 47
102-8	Caratteristiche della forza lavoro	47-54; 66-67
102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	54
102-10	Cambiamenti significativi della dimensione, struttura, assetto proprietario o catena di fornitura dell'organizzazione avvenuti nel periodo di rendicontazione	5; 7
102-11	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	24-25; "Relazione Finanziaria Annuale"
102-12	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	37; 39-40
102-13	Principali partnership e affiliazioni	39
Strategia ed analisi		
102-14	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	4
Etica		
102-16	Valori, principi, standard e regole di comportamento	27; "Statuto del Gruppo GEDI"
Governance		
102-18	Struttura di governo dell'organizzazione	22-23; "Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari"
Stakeholder engagement		
102-40	Categorie e gruppi di Stakeholder coinvolti dall'organizzazione	18
102-41	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	49
102-42	Processo di identificazione degli Stakeholder	18-19
102-43	Approccio al coinvolgimento degli Stakeholder, incluso frequenze e tipologie di attività	18-19
102-44	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli Stakeholder	19-20

Materialità e perimetro del report		
102-45	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando anche le divisioni principali, aziende operative, sussidiarie e joint venture	5; 7
102-46	Processo per la definizione dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità	5-6; 19
102-47	Aspetti materiali identificati	19-21
102-48	Modifiche di informazioni rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	5-6
102-49	Cambiamenti significativi in termini di obiettivi e perimetri	5-6
Profilo del report		
102-50	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	5-6
102-51	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	5-6
102-52	Ciclo di rendicontazione	5-6
102-53	Contatti per chiedere informazioni sul Bilancio di Sostenibilità	5-6
102-54	Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	5
102-55	Indice dei contenuti GRI	71-76
102-56	Attestazione esterna	77

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE			
INDICATORI ECONOMICI			
ASPETTO MATERIALE: Performance economica (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	31-34; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	31-34; "Relazione Finanziaria Annuale"	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	31-34	
201-1	Valore Economico direttamente generato e distribuito	33-34	
201-4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	35	
ASPETTO MATERIALE: Anticorruzione (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	26-27; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	26-27; "Modello di organizzazione, gestione e controllo"; "Codice Etico"	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	26-27	
205-2	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione	27	
205-3	Episodi di corruzione e azioni intraprese	Nel corso del 2018 non sono stati segnalati né riscontrati episodi di corruzione.	
INDICATORI AMBIENTALI			
ASPETTO MATERIALE: Materiali (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	54-55; 65	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
103-2	Approccio alla gestione della tematica	54-55	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	54-55	
301-1	Materie prime utilizzate per peso e volume	54-55; 69	
ASPETTO MATERIALE: Energia (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	56; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	56	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	56	
302-1	Consumo interno di energia	56-57; 69	
ASPETTO MATERIALE: Acqua e affluenti (2018)			
103-1	Materialità e perimetro	60; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	60	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	60	
303-3	Prelievo di acqua per fonte	60-61; 70	
ASPETTO MATERIALE: Emissioni (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	58-60; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	58-60	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	58-60	
305-1	Emissioni di gas serra dirette (Scopo I)	58-59	
305-2	Emissioni di gas serra indirette (Scopo II)	58-59	
ASPETTO MATERIALE: Scarichi e rifiuti (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	61; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	61	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	61	
306-2	Peso totale dei rifiuti per tipo e modalità di smaltimento	61-62; 70	
INDICATORI SOCIALI			
ASPETTO MATERIALE: Occupazione (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	47; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	47	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	47	
401-1	Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce di età, genere e aree geografiche	49; 67	
ASPETTO MATERIALE: Lavoro e relazioni industriali (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	49; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	49	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	49	

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario Anno 2018

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
402-1	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative (cambiamenti organizzativi)	49	
ASPETTO MATERIALE: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)			
103-1	Materialità e perimetro	52-53; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	52-53	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	52-53	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza lavorativa	52-53	
403-2	Identificazione del pericolo, misurazione del rischio, indagine sugli incidenti	52-53	
403-3	Servizi di medicina sul lavoro	52-53	
403-4	Partecipazione dei lavoratori, consultazione e comunicazione sulla salute e sicurezza lavorativa	52-53	
403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza professionale	52-53	
403-6	Promozione della salute lavorativa	52-53	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti diretti sulla salute e sicurezza lavorativa collegati alle relazioni commerciali	52-53	
403-9	Infortuni sul lavoro	52-53; 68-69	
403-10	Malattie professionali	52-53; 68-69	
ASPETTO MATERIALE: Formazione e istruzione (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	51; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	51	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	51	
404-1	Ore medie di formazione annue per dipendente suddivise per genere e categoria professionale	51; 68	
ASPETTO MATERIALE: Diversità e pari opportunità (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	50; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	50	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	50	
405-1	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per genere, età e altri indicatori di diversità	23; 50; 66-67	
405-2	Rapporto tra la remunerazione media delle donne e quella degli uomini a parità di categoria e suddiviso per sedi operative più significative	50-51	
ASPETTO MATERIALE: Comunità locali (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	43-46; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	43-46	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	43-46	
413-1	Interventi effettuati che coinvolgono la comunità locale, impatto sulla comunità, programmi di sviluppo	43-46	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
ASPETTO MATERIALE: Compliance (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	22-24; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	22-24; "Codice Etico"	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	22-24	
419-1	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	Nel corso del 2018 non ci sono state sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti	
ASPETTO MATERIALE: Etichettatura di prodotti e servizi (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	39-41; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	39-41	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	39-41	
417-3	Numero totale, suddiviso per tipologia, di casi di non conformità a regolamenti e codici volontari riferiti alla attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione	39-40	
ASPETTO MATERIALE: Privacy dei clienti (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	41-42; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	41-42	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	41-42	
418-1	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	41-42	
Media Sector Disclosure			
ASPETTO MATERIALE: Performance economica			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	31-34; 65	
G4-M1	Finanziamenti significativi e altre sovvenzioni ricevuti da enti privati	38	
ASPETTO MATERIALE: Creazione dei contenuti			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	36-38; 65	
G4 - M2	Metodologia di valutazione e monitoraggio dell'aderenza ai valori di creazione dei contenuti	36-38	
ASPETTO MATERIALE: Interazione con l'audience			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	28-30; 65	
G4 - M6	Metodi di interazione con il pubblico	28-30; 43-46	
Altri aspetti materiali			
ASPETTO MATERIALE: Relazioni con la comunità finanziaria			
103-1	Materialità e perimetro	39; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	39	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	39	
ASPETTO MATERIALE: Modello di business del settore media			

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
103-1	Materialità e perimetro	28-30; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	28-30	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	28-30	
ASPETTO MATERIALE: Sistema di gestione dei rischi			
103-1	Materialità e perimetro	24-25; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	24-25; "Relazione Finanziaria Annuale"	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	24-25	
ASPETTO MATERIALE: Presidio e strategia digitale			
103-1	Materialità e perimetro	28-30; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	28-30	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	28-30	
ASPETTO MATERIALE: Tutela della proprietà intellettuale			
103-1	Materialità e perimetro	36; 65	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	36	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	36	

Report della società di revisione

GRI 102-56



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Ettore Petrolini, 2
00197 ROMA RM
Telefono +39 06 80961.1
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
GEDI Gruppo Editoriale 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 della GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. e sue controllate (di seguito anche il "Gruppo" o il "Gruppo GEDI") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 1 marzo 2019 (di seguito anche la "DNF").

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale della GEDI Gruppo Editoriale 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 nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards"), da essi individuato come standard di rendicontazione.

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.

Società per azioni
Credito sociale
Euro 10.345.200.00 i.v.
Registro Imprese Milano e
Codice Fiscale N. 06703630159
R.E.A. Milano N. 012567
Partita IVA 00750630159
VAT number IT00750630159
Sede legale: Via Vittor Pisani, 26
20124 Milano MI (ITALIA)

Ancora Asola Bari Bergamo
Bologna Bolzano Brescia
Catania Como Firenze Genova
Lecce Milano Napoli Novara
Padova Palermo Parma Perugia
Pescara Roma Torino Treviso
Trieste Venezia Verona

KPMG S.p.A. è una società per azioni di diritto italiano e fa parte del network KPMG di entità indipendenti affiliate a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), entità di diritto svizzero.

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. 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 *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 GEDI Gruppo Editoriale 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 GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. e con il personale della GEDI News Network S.p.A., della GEDI Distribuzione S.p.A., della GEDI Printing S.p.A., della Elemedia S.p.A., della A. Manzoni & C. 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 gruppo,
 - 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 GEDI News Network S.p.A. e GEDI Printing S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività e del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato, 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 GEDI relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards").



Altri aspetti

Con riferimento all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016, il Gruppo ha predisposto un bilancio di sostenibilità, i cui dati sono utilizzati a fini comparativi all'interno della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario. Tale bilancio di sostenibilità è stato sottoposto in via volontaria a un esame limitato in conformità all'ISAE 3000 *Revised* da parte di un altro revisore che, in data 9 giugno 2017, ha espresso delle conclusioni senza rilievi.

Roma, 28 marzo 2019

KPMG S.p.A.

Benedetto Gamucci
Socio

