



Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Ai fini del D.Lgs. 254/2016

Bilancio di Sostenibilità 2017

Indice

Lettera agli Stakeholder	4
Nota metodologica	5
CAPITOLO 1 – GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.	9
Profilo del Gruppo	9
L’impegno del Gruppo verso la sostenibilità	16
Governance e integrità	18
Il settore media e il modello di business del Gruppo	23
La performance economica del Gruppo	26
CAPITOLO 2 - Informazione al cittadino-lettore e responsabilità verso la collettività	30
Qualità dei contenuti	30
Indipendenza e responsabilità editoriale	30
Pubblicità responsabile e marketing	32
Privacy e protezione dei dati	34
CAPITOLO 3 - Il ruolo sociale e la partecipazione con il territorio	35
Le iniziative in ambito editoriale	35
Le iniziative in ambito radiofonico	39
CAPITOLO 4 - L’attenzione verso le risorse umane	42
Condizioni e pratiche di lavoro	42
Diversità e pari opportunità	45
Valorizzazione e sviluppo delle competenze	46
Salute e sicurezza dei lavoratori	47
CAPITOLO 5 - Gli impatti ambientali del Gruppo	49
La gestione della carta e delle altre materie prime	49
Energia ed emissioni	50
I consumi idrici del Gruppo	54
La gestione dei rifiuti	54
Impatti ambientali di distribuzione e logistica	56
Allegati	57
Risorse umane	57
Formazione	58
Salute e sicurezza	59

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Ambiente	59
Tabella riconciliazione aspetti materiali e GRI-G4.....	61
Perimetro degli aspetti materiali di GEDI.....	62
GRI Content Index.....	63
Report della società di revisione	67

Lettera agli Stakeholder



Marco De Benedetti

**Presidente GEDI Gruppo Editoriale S.p.A
Editoriale**



Monica Mondardini

Amministratore Delegato GEDI Gruppo Editoriale S.p.A

GEDI Gruppo Editoriale S.p.A., tramite i propri mezzi, è impegnato a 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 del cittadino - lettore.

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 quarto anno un rapporto redatto in conformità alle linee guida internazionali "G4 Sustainability Reporting Guidelines" e la "Sector disclosures media", entrambe pubblicate a maggio 2013 dal GRI (*Global Reporting Initiative*) in conformità al livello di applicazione "Core".

In questo documento, adottando uno schema riconosciuto a livello europeo, affrontiamo le varie questioni 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.

Nota metodologica

Il presente documento rappresenta la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (di seguito anche "DNF" o "Bilancio di Sostenibilità") per assolvere agli obblighi previsti dagli articoli 3 e 4 del D.Lgs. 254/16 (di seguito anche il "Decreto") da parte di GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. e delle società consolidate integralmente (di seguito anche "GEDI" o il "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 2017 (dal 1° gennaio al 31 dicembre).

La DNF copre - nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dalla stessa prodotta - i temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva che sono rilevanti tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo, come illustrato nella matrice di materialità contenuta nel presente documento. A seguito dell'analisi di rilevanza dei temi previsti dall'Articolo 3 del Decreto Legislativo 254/2016, il rispetto dei diritti umani non è stato ritenuto significativo ai fini della rappresentazione all'interno della presente DNF.

La presente DNF è stata redatta in conformità con le "G4 Sustainability Reporting Guidelines" e la "Sector Disclosures - Media", entrambe pubblicate a maggio 2013 dal GRI (Global Reporting Initiative), in conformità al livello di applicazione "Core", 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 al GRI. Inoltre, per la redazione del documento si è, infine, fatto riferimento anche agli Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario della Commissione Europea.

I dati e le informazioni della DNF si riferiscono a tutte le società facenti parte di GEDI al 31 dicembre 2017, consolidate con il metodo integrale (eventuali eccezioni, oltre a quanto di seguito riportato, sono espressamente indicate nel testo). Con riferimento ai cambiamenti nell'assetto proprietario o nella dimensione del Gruppo avvenuti nel 2017, si segnala che, in data 27 dicembre 2017, con efficacia 29 dicembre è stato sottoscritto l'atto di fusione per incorporazione di ITEDI S.p.A. in Finegil Editoriale S.p.A. ora GEDI News Network S.p.A.

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 2015 e 2016. Inoltre, sono incluse nel documento anche le informazioni relative ai precedenti anni di rendicontazione che trovavano ancora applicazione al 31 dicembre 2017.

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.

Il Consiglio di Amministrazione di GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. ha approvato la DNF il 5 marzo 2018, integrandola in data 29 marzo 2018.

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 SpA. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella "Relazione della Società di Revisione Indipendente", inclusa nel presente documento.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

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 9 giugno 2017.

La DNF è disponibile anche sul sito internet di GEDI (www.gedispa.it) nella sezione “Sostenibilità”.

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: dir-relaz-esterne@gedi.it

Franca Prest (Ufficio Stampa): f.prest@gedi.it

Prospetto riassuntivo delle società del Gruppo

Società Capogruppo

GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. già Gruppo Editoriale L'Espresso S.p.A.

Società controllate consolidate con il metodo dell'integrazione globale

- A. Manzoni & C. SpA
- Elemedia SpA
- GEDI News Network SpA già Finegil Editoriale SpA
- Mo-Net Srl
- Gedi Digital srl
- GEDI Printing SpA già Rotocolor SpA
- GEDI Distribuzione SpA già Somedia SpA

L'Assemblea straordinaria dei Soci di GEDI SpA tenutasi in data 27 aprile 2017 ha deliberato un aumento di capitale con esclusione del diritto di opzione, ai sensi dell'art. 2441, quarto comma, primo periodo C.C., per un controvalore complessivo di Euro 79.969.000,00, di cui Euro 14.497.678,65 da imputare a capitale sociale nominale ed Euro 65.471.321,35 da imputare a sovrapprezzo, mediante l'emissione di n. 96.651.191 nuove azioni ordinarie, ciascuna del valore nominale di Euro 0,15 ad un prezzo unitario di Euro 0,827397978 per singola azione (di cui Euro 0,677397978 a titolo di sovrapprezzo) da liberarsi mediante il conferimento in natura, da parte di Fiat Chrysler Automobiles N.V. e di Ital Press Holding S.p.A., ciascuna per quanto di rispettiva competenza, di partecipazioni azionarie rappresentative complessivamente dell'intero capitale sociale di Italiana Editrice S.p.A.

Il predetto aumento di capitale è stato eseguito e liberato in data 27 giugno 2017. A tale data il prezzo di mercato delle nuove 96.651.191 azioni era pari a Euro 0,8655 per azione, per un controvalore complessivo dell'operazione pari a Euro 83.651.605,81 di cui Euro 14.497.678,65 è stato rilevato quale incremento del capitale sociale (valore nominale unitario delle azioni Euro 0,15) ed Euro 69.153.927,16 è stato rilevato a sovrapprezzo (valore unitario Euro 0,7155).

Successivamente, con riferimento al processo di integrazione tra il Gruppo GEDI ed il Gruppo ITEDI, in coerenza col modello societario del Gruppo Gedi in cui sono concentrate in capo ad ogni singola società tutte le attività economiche della medesima natura, in modo da creare una corrispondenza biunivoca fra le diverse linee di business e le diverse legal entity, si è provveduto a:

- 1) aggregare in un'unica società l'attività di editoria dei quotidiani svolta sia da Itedi SpA che da Finegil Editoriale SpA ora GEDI News Network;
- 2) aggregare in un'unica società l'attività di stampa svolta sia da Itedi SpA che da Rotocolor SpA, ora GEDI Printing SpA, società che già rappresenta il polo industriale del Gruppo;
- 3) aggregare in un'unica società Publikompass SpA e A.Manzoni & C. SpA, in quanto entrambe svolgono l'attività di concessionaria degli spazi pubblicitari;
- 4) aggregare in un'unica società l'attività informatica e digitale svolta sia da Nexta Srl che da Elemedia SpA ramo digitale, tenendo al tempo stesso separata tale attività da quella di editore radiofonico svolta, anch'essa, dalla medesima Elemedia.

In particolare, quindi:

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

- in data 25 settembre e con efficacia 1° ottobre, è stato perfezionato l'atto di conferimento del Ramo Stampa di ITEDI (relativo allo stabilimento di stampa di Torino) in Rotocolor SpA ora GEDI Printing SpA;
- In data 25 ottobre e con efficacia 1° novembre, è stato sottoscritto l'atto di fusione di Publikompass SpA in A. Manzoni & C. SpA, rendendo così definitiva l'integrazione delle due concessionarie di pubblicità in A. Manzoni & C. S.p.A.;
- In data 25 ottobre e con efficacia 1° novembre è stato stipulato l'atto di scissione dell'area digitale di Elemedia SpA in Nexta Srl, che ha assunto la denominazione di GEDI Digital Srl
- infine, in data 27 dicembre con efficacia 29 dicembre u.s. è stato sottoscritto l'atto di fusione per incorporazione di ITEDI SpA in Finegil Editoriale SpA ora GEDI News Network SpA

CAPITOLO 1 – GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.

Profilo del Gruppo

Le principali attività di GEDI

GEDI Gruppo Editoriale è uno dei principali operatori italiani nel settore dei media, attivo nelle aree della stampa quotidiana e periodica, della radiofonia, della raccolta pubblicitaria, di internet e della televisione.

GEDI, quotato alla Borsa di Milano, è editore di La Repubblica, La Stampa, Il Secolo XIX, 13 testate locali, il settimanale l'Espresso e altri periodici. Fanno parte del Gruppo anche 3 emittenti radiofoniche nazionali (Radio DeeJay, Radio Capital, m2o) e alcune reti televisive musicali. GEDI opera, inoltre, nel settore internet e raccoglie la pubblicità, tramite la concessionaria Manzoni, per i propri mezzi e per editori terzi.



La Repubblica

NEL 2017, 193 MILA
COPIE GIORNALIERE
CARTACEE DIFFUSE



La “Divisione Repubblica” comprende l’attività di produzione, realizzazione e commercializzazione dei prodotti editoriali relativi alla testata “la Repubblica”. La Repubblica è uno dei più importanti quotidiani italiani, primo in edicola e in numero di lettori. Nel 2017, sono state diffuse 193,9 mila copie medie cartacee, di cui 178,4 mila vendute in edicola ed in abbonamento. La sua foliazione può raggiungere le 96 pagine interamente a colori (pubblicità inclusa). Il quotidiano ha una parte nazionale comune e nove edizioni locali (Roma, Milano, Torino, Bologna, Genova, Firenze, Napoli, Palermo e Bari), con foliazioni fino a un massimo di 32 pagine. La Repubblica è una testata quotidiana registrata e stampata a Roma, trasmessa in otto centri stampa.

A fine 2016 è stato lanciato un nuovo inserto culturale del quotidiano, **Robinson**, in edicola ogni domenica con 40 pagine dedicate a storie, critiche, appuntamenti, esperienze, luoghi, racconti, persone e dialoghi.

Abbinati al quotidiano la Repubblica sono pubblicati e distribuiti i seguenti supplementi:

Affari & Finanza (Economia / Comunità degli affari)

Il Venerdì (Stili di vita e programmi TV)

D - La Repubblica (Femminile e moda)

Trova Roma (Guida, spettacoli e intrattenimento)

Tutto Milano (Guida, spettacoli e intrattenimento)

LA STAMPA e IL SECOLO XIX

La Stampa è uno dei quotidiani italiani più diffusi. Nel 2017, la Stampa ha diffuso un totale di 146,1 mila copie medie cartacee, di cui 140,0 mila vendute in edicola ed in abbonamento.

Il Secolo XIX, è il quotidiano storico della Liguria. Nel 2017, il Secolo XIX ha diffuso un totale di 42,7 mila copie medie cartacee, di cui 41,4 mila vendute in edicola ed in abbonamento.

I quotidiani locali

NEL 2017, LA DIFFUSIONE
COMPLESSIVA DEI QUOTIDIANI LOCALI
SI È ATTESTATA A 199,5 MILA
COPIE MEDIE AD USCITA



A seguito delle operazioni di deconsolidamento, nel 2017 GEDI è editore di 13 testate locali, che raggiungono quotidianamente 1,9 milioni di lettori.

Nel 2017, la diffusione totale di quotidiani locali è stata di 199,5 mila copie medie cartacee, di cui 195,9 mila vendute in edicola ed in abbonamento.

Corriere delle Alpi - Belluno

Gazzetta di Mantova - Mantova

Gazzetta di Modena - Modena

Gazzetta di Reggio - Reggio Emilia

il Mattino di Padova - Padova

Messaggero Veneto – Udine

la Nuova di Venezia e Mestre - Venezia

la Nuova Ferrara – Ferrara

Il Piccolo - Trieste

la Provincia Pavese - Pavia

Il Tirreno - Livorno

la Tribuna di Treviso - Treviso

la Sentinella del Canavese – Tri-settimanale di Ivrea

I periodici

Della "Divisione Periodici" fanno parte le seguenti testate:

L'Espresso (settimanale)
National Geographic Italia (mensile)
Le Scienze (mensile)
Mente & cervello (mensile)
Limes (mensile)
MicroMega (bimestrale)
Le Guide di Repubblica
Le Guide dell'Espresso (annuale)

NEL 2017, L'ESPRESSO SI È
CONFERMATO AL PRIMO POSTO TRA I
NEWS MAGAZINES, CON **1,4**
MILIONI DI LETTORI



L'Espresso è stato fondato nel 1955 e ha dato avvio alla storia del Gruppo che porta il nome della testata. È un settimanale di cultura e politica e rappresenta un punto di riferimento di ampi e importanti settori dell'opinione pubblica italiana. L'Espresso ha la redazione centrale a Roma e nel 2017 ha avuto 1,4 milioni di lettori. A partire dal 7 agosto 2016 è stata avviata una nuova formula di commercializzazione de L'Espresso che viene venduto ogni domenica in abbinamento al quotidiano la Repubblica.

Il digitale

CON UNA MEDIA DI **2,2** MILIONI DI
UTENTI UNICI AL GIORNO, NEL 2017
IL GRUPPO SI AFFERMA COME L'OTTAVO
OPERATORE DELL'INTERO MERCATO
DIGITALE ITALIANO



La "Divisione Digitale" ha il compito della gestione e sviluppo digitale dei marchi del Gruppo GEDI su tutte le piattaforme digitali (Desktop, mobile, tablet, Tv connesse e dispositivi di nuova generazione) nonché di diversificazione delle attività del Gruppo GEDI 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.

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 de La Stampa, del Secolo XIX e dei 13 giornali locali, un'ampia gamma di siti di intrattenimento, che spazia dalle web radio di Gruppo ai verticali sul cinema e la TV, come Mymovies e TVzap - nonché di importanti partnership internazionali come l'Huffington Post Italia e Business Insider Italia.

Nel 2017 i quotidiani La Stampa e Il Secolo XIX vanno ad arricchire ulteriormente l'offerta digitale su desktop e mobile, con piattaforme basate su news free e premium e su canali tematici verticali. Le testate registrano una media di circa 40M di utenti unici al mese.¹

Molto attiva l'attività digitale dei quotidiani locali: particolare successo sta avendo l'iniziativa "Noi Messaggero Veneto". Gli utenti iscritti hanno la possibilità di accedere a contenuti esclusivi, partecipare ad eventi sul territorio e fruire di sconti specifici.

¹ Fonte Webtrekk 2017

La radio

Nel corso degli ultimi 20 anni, GEDI ha sviluppato la propria attività nel settore radiofonico. Attualmente, tale attività fa capo a Elemedia S.p.A., che detiene le concessioni per l'esercizio di tre emittenti radiofoniche nazionali:

Radio DeeJay

Acquisita nel 1989, tra le prime radio nella classifica degli ascolti a livello nazionale con i suoi 5,2 milioni di ascoltatori nel giorno medio². È la radio per chi vuole divertirsi con i suoi conduttori molto popolari e tenersi aggiornato sulle tendenze musicali del momento.

Radio Capital

Acquisita nel 1997, si caratterizza per la qualità dell'informazione e la sua programmazione musicale basata sui grandi successi degli anni '70, '80, '90 e i primi anni 2000. Nel 2017 ha avuto 1,6 milioni di ascoltatori nel giorno medio².

m2o

Lanciata alla fine del 2002, ha una conduzione e una programmazione musicale di grande energia, il cui carattere così spiccato è anche ufficializzato con lo slogan "Musica allo stato puro". Nel 2017, ha registrato un'audience di circa 1,7 milioni di ascoltatori nel giorno medio².

Nel corso dell'anno 2017 GEDI S.p.A. ha acquisito una quota del 10% del capitale di Radio Italia SpA, editore dell'emittente Radio Italia Solo Musica Italiana (5,2 milioni di ascoltatori nel giorno medio)².

La televisione

Il Gruppo è attivo nel settore della televisione tematica, trasmettendo all'interno della piattaforma satellitare di Sky:

Radio Capital TV

Televisione visibile sul canale 713 del satellitare Sky. Trasmette videoclip musicali che vanno dagli anni 70 fino al 2000.

My DeeJay

Televisione musicale visibile sul canale 714 del satellitare Sky, con i video delle canzoni di tendenza del momento tratte dalla programmazione musicale di *Radio DeeJay*.

m2o TV

Televisione musicale visibile sul canale 712 del satellite Sky.

GEDI inoltre, a fine 2017, è tornato ad avere anche un proprio canale televisivo al numero 69 del digitale terrestre, DeeJay TV, il canale musicale con la musica di Radio DeeJay, i migliori videoclip e le dirette di DeeJay Chiama Italia. Le trasmissioni sono iniziate il 15 gennaio 2018.

² Dati indagine Radio Ter, anno 2017.

La pubblicità

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 sta 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.

Anni '70

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".

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.

Anni '80

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).

1989 → Mondadori acquisisce il controllo dell'Editoriale L'Espresso.

Anni '90

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.

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

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

- 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.
- 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 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. Il Gruppo, oltre a beneficiare dell'ingresso di un'importante testata nazionale come La Stampa, ha così esteso la propria presenza territoriale locale nel Nord-Ovest in Piemonte e Liguria. Inoltre, GEDI Digital ha acquisito la licenza per l'utilizzo del marchio Business Insider Italia il sito che negli Stati Uniti ha rotto gli schemi dell'informazione tradizionale e in pochi anni ha saputo conquistare milioni di utenti unici al giorno. Nasce Rep: il nuovo prodotto Premium digitale di Repubblica, il sito con gli articoli a pagamento.

L'impegno del Gruppo verso la sostenibilità

Negli ultimi anni, GEDI ha intrapreso un importante percorso verso la 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.

Questo approccio 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 del Gruppo e le attività di coinvolgimento

GEDI mantiene un **dialogo aperto** con i numerosi stakeholder di riferimento che orbitano nella sfera delle sue attività.

Il Gruppo ha realizzato una mappatura dettagliata 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 13 cluster di stakeholder identificati.

Mapa degli Stakeholder di GEDI



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 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.

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. Un esempio di attività articolate e costanti di stakeholder engagement è costituito dall'insieme di attività svolte dalla Direzione Centrale Relazioni Esterne, cui compete la gestione dei rapporti tra il Gruppo e gli organi di informazione per ciò che

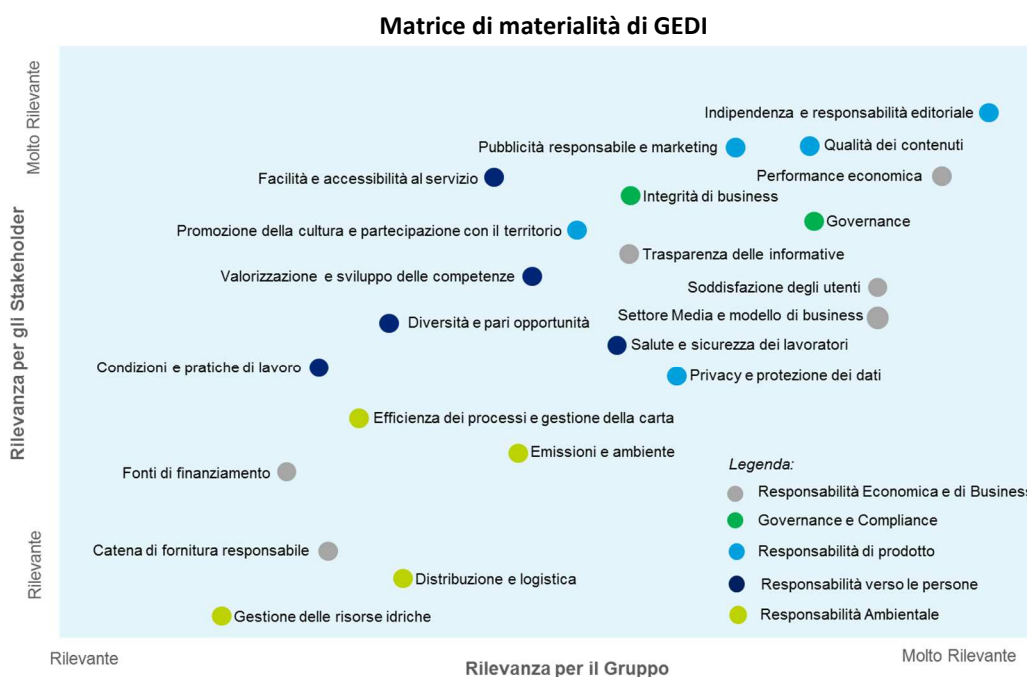
riguarda principalmente la comunicazione corporate e la cura delle relazioni con altri interlocutori del Gruppo. Inoltre, la funzione “Investor Relations” gestisce il flusso delle informazioni dirette ai soci, agli analisti finanziari e agli investitori istituzionali, nel rispetto delle regole stabilite per la comunicazione di informazioni e documenti della società. La società si è sempre attivamente adoperata per instaurare e mantenere un dialogo efficace con i propri azionisti e con il mercato.

L'analisi di materialità

GEDI ha svolto un'analisi di materialità per identificare le tematiche di sostenibilità rilevanti per il Gruppo e i suoi stakeholder. A tal fine sono stati realizzati dei workshop interni per identificare le aspettative degli stakeholder rispetto al business di GEDI, con l'obiettivo di stimolare la riflessione sull'approccio del Gruppo alla sostenibilità. 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. Le principali tematiche emerse dalla matrice di materialità di Gruppo sono riconducibili a cinque aree tematiche: Responsabilità Economica e di Business, Governance e Compliance, Responsabilità di prodotto, Responsabilità verso le persone e Responsabilità Ambientale.

Tale analisi ha consentito di individuare gli aspetti che sono ritenuti materiali, ovvero che riflettono gli impatti significativi per l'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 - G4).

Nel 2017, l'analisi di materialità di GEDI è stata aggiornata in seguito ad un'analisi desk, al fine di rilevare eventuali cambiamenti avvenuti nel settore editoriale in termini di impatto generato sul Gruppo e sui suoi Stakeholder. L'analisi ha preso in considerazione diversi report di aziende competitors 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 di posizionamento delle tematiche della matrice precedente discusse con i rappresentanti delle principali funzioni aziendali coinvolte nel processo di redazione del Bilancio.



Governance e integrità

Il modello di Governance

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 previste 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. Infine, 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.)

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 23 aprile 2015; 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 2017. Nel corso dell'esercizio di riferimento, in data 23 giugno 2017, il Presidente Carlo De Benedetti ha rassegnato le proprie dimissioni dalla carica nonché da quella di Consigliere. Il Consiglio di Amministrazione tenutosi in pari data ha cooptato quale Consigliere di Amministrazione ai sensi dell'art. 2386 c.c. Marco De Benedetti, nominandolo altresì Presidente del Consiglio di Amministrazione.

Il Consiglio ha altresì deliberato di conferire a Carlo De Benedetti la carica di Presidente Onorario della Società.

Inoltre, l'Assemblea dei Soci tenutasi in data 27 aprile 2017 ha deliberato l'ampliamento del numero dei componenti del Consiglio di Amministrazione da undici a quattordici, nominando i signori Elena Ciallie, John Philip Elkann e Carlo Perrone, fino alla scadenza dell'attuale mandato del Consiglio di Amministrazione e cioè fino all'Assemblea che approverà il bilancio chiuso al 31 dicembre 2017. Il tutto con decorrenza dal 27 giugno 2017, data di efficacia dell'aumento di capitale deliberato dall'Assemblea Straordinaria dei Soci del 27 aprile 2017, in ragione della integrazione col Gruppo ITEDI sopra meglio descritta alla pag. 7.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Al termine dell'esercizio di riferimento del presente Bilancio di Sostenibilità, il Consiglio di Amministrazione risulta composto da quattordici membri: il 64% è costituito da uomini, mentre il restante 36% da donne.

Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31.12. 2017

Nome	Carica	Esecutivo	Non esecutivo	Indipendente
Marco De Benedetti	<i>Presidente</i>	√		
Monica Mondardini	<i>Amministratore Delegato</i>	√		
Massimo Belcredi	<i>Amministratore</i>		√	√
Agar Brugiavini	<i>Amministratore</i>		√	√
Elena Ciallie	<i>Amministratore</i>		√	√
Alberto Clò	<i>Amministratore</i>		√	√
Rodolfo De Benedetti	<i>Amministratore</i>		√	
Francesco Dini	<i>Amministratore</i>		√	
John Philip Elkann	<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>		√	√

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.

Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi

Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi è l'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire, attraverso un adeguato processo di identificazione, la misurazione, la gestione e il monitoraggio dei principali rischi della Società.

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

- A. 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, procedure e aree di rischio mappate dal Modello Organizzativo e, infine, gli obiettivi e le metodologie di valutazione dei rischi;
- B. 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;

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

- C. 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 livello di rischio compatibile con gli obiettivi aziendali è attuata attraverso un'analisi critica della valutazione di probabilità/impatto effettuata dal Risk Manager e preventivamente valutata dal Comitato Controllo e Rischi in considerazione di parametri di rischio collegati a differenti perimetri di analisi.

Il Risk Manager, ai fini dell'attività di cui sopra, effettua nel corso dell'esercizio ed in stretta collaborazione con i responsabili di processo e con il Responsabile della funzione di Internal Audit, una revisione completa e un monitoraggio costante dei rischi, tenendo in considerazione anche le variazioni del perimetro intervenute sia con riferimento al lato organizzativo che societario.

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

- a. mappatura dei processi aziendali e relativo aggiornamento qualora necessario;
- b. rilevazione dei rischi sia interni che esterni con periodicità annuale, riferiti ai singoli processi;
- c. misurazione dei rischi in termini di probabilità / impatto e valutazione dell'effetto su differenti perimetri di ricaduta;
- d. analisi dei fattori di mitigazione del rischio e conseguentemente dei rischi residui assumibili dalla società;
- e. 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).

Anti-corrruzione e modello 231

L'applicazione del Modello 231

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

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

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 27 luglio 2016 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.

Le modifiche introdotte, riguardano principalmente:

- la parte generale del Modello, nella quale si è ritenuto opportuno approfondire le tematiche relative alla composizione e funzionamento dell'Organismo di Vigilanza, al sistema sanzionatorio ed all'adozione dei Modelli nell'ambito della struttura dell'intero Gruppo;
- la parte speciale del Modello, rivisitata in una prospettiva di più spiccata centralità del reato applicabile, sulla base di quanto rilevato anche nella Matrice delle Aree a Rischio-Reato.

È stato definito inoltre un Indice Unico, al fine di rendere omogenee tra di loro le diverse Parti Speciali del Modello.

Ogni Parte Speciale è stata suddivisa in quattro paragrafi:

1. reati applicabili alla Società: dove vengono riportate le fattispecie di reato, rilevanti ai fini della disciplina dettata dal DLgs 231/01, applicabili alla Società e la relativa norma associata;
2. attività sensibili: dove sono riportate le attività aziendali potenzialmente esposte alla commissione dei reati. Tali attività sono riportate anche nella Matrice delle Attività a Rischio-Reato;
3. regole comportamentali: dove vengono indicati, per ciascuna categoria di reato, i principi generali di comportamento che i destinatari devono rispettare, al fine di evitare il verificarsi dei reati.
4. principi di controllo specifici: dove sono elencati, per ciascuno dei processi individuati, i principi di controllo specifici a presidio della commissione del reato. In quest'ottica, all'interno delle diverse Parti Speciali e in funzione di ciascun processo, sono stati individuati ulteriori principi di controllo rispetto a quelli riportati nella precedente versione del Modello.

Inoltre, nell'ambito dell'attività di revisione del Modello Organizzativo, sono state apportate alcune modifiche anche al Codice Etico della Società.

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

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 2017 sono state erogate un totale di 117 ore di formazione anti-corruzione.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Nello specifico, per l'esercizio 2018, il Gruppo provvederà ad una specifica formazione e-learning ed in aula relativamente alla materia 231 anche in ragione delle modifiche apportate ai Modelli organizzativi delle Società.

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.

A tal proposito, si specifica che nel corso del 2017 non sono stati segnalati né riscontrati episodi di corruzione.

Il Codice Etico e la sua diffusione

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 neo-assunto 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.

In aggiunta ad un Codice Etico di riferimento per tutto il Gruppo, 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.

Nello specifico, 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.

Altre informazioni – Compliance

Per quanto riguarda l'esistenza di indagini preliminari rilevanti ai sensi del DLgs 231/01 connesse all'ipotesi di reato di cui all'art. 640 comma 2, n.1 c.p., si rinvia a quanto riportato nella Relazione sulla gestione – Principali eventi successivi alla chiusura dell'esercizio e prevedibile evoluzione della gestione e nelle note illustrative n. 5 e 7 rispettivamente al bilancio di esercizio e consolidato al 31.12.2017.

Il settore media e il modello di business del Gruppo

Il modello di business e la strategia

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

1. 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;
2. **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;
3. **affermarsi nel mercato della pubblicità** secondo le linee guida avviate dalla concessionaria interna;
4. preservare la redditività dell'impresa in un contesto di crisi mondiale che ha inciso negativamente sui fatturati, **agendo sui costi e sulla riorganizzazione aziendale**.

L'evoluzione del digitale

Il mondo dei media sta attraversando negli ultimi anni un profondo cambiamento verso la digitalizzazione, dal computer fisso siamo passati agli smartphone, che a suo tempo ci hanno affiancato ai social network. 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 2017, la Divisione Digitale di GEDI ha articolato le attività di ricerca e sviluppo su cinque principali progetti:

1. Nell'ambito delle attività su nuove piattaforme digitali, nel 2017 è stato completato lo sviluppo e lanciato il nuovo prodotto digitale nativo Rep.: Rep: è stato basato sull'utilizzo della metodologia Progressive Web App combinato con la piattaforma AMP di Google. Ciò ha portato alla realizzazione di un prodotto dalle caratteristiche innovative e ottimizzato per la fruizione in mobilità anche in condizioni di assenza di connessione Internet. Il prodotto è stato citato come esempio di innovazione nel corso dell'evento Google Developer Days tenutosi a Bangalore nel dicembre 2017.
2. Nell'ambito video, nel 2017 è stato siglato un importante accordo con YouTube che prevede l'utilizzo del suo player sui domini GEDI. Sono stati rinnovati i server video per lo streaming ed è stata ulteriormente sviluppata la piattaforma Wochit estendendola a tutte le redazioni locali di GEDI.
3. Sul versante tecnologico la divisione Digitale di GEDI si è aggiudicata il finanziamento di due progetti in altrettante edizioni del Digital News Innovation Fund, il fondo DNI di Google, con la proposta di due iniziative molto innovative in campo digitale e editoriale: la prima, denominata "Thriving News", riguarda lo sviluppo e realizzazione di una piattaforma per l'ottimizzazione delle attività nelle redazioni dei siti di news attraverso la creazione di indicatori predittivi e informazioni utili alla valutazione delle notizie e alla loro distribuzione sui diversi canali. Il secondo progetto vincente, denominato "Customer Value Accelerator", riguarda la realizzazione di una piattaforma che,

attraverso l'analisi di tutti i dati disponibili, incrementi il valore dell'audience sia in termini economici che di qualità dell'informazione.

4. Nel 2017 La Stampa e Il Secolo XIX hanno concluso i progetti vincitori del 1° round del DNI, rispettivamente con i progetti "21VIDEO.IT: the video journalism platform of the 21st century" e "Local News Digital Platform, a learn and training program for Local Journalist on Local News" e Il Secolo XIX è risultato vincitore nel 3° round con il progetto Journalist Digital Assistant, lo sviluppo di una piattaforma che grazie all'intelligenza artificiale offre dati e informazioni ai giornalisti per migliorare la qualità degli articoli.
5. Nuove piattaforme distributive sono state in lavorazione anche nel 2017. Ciò al fine di estendere le attività editoriali e di coinvolgere le audience attraverso operatori digitali terzi (Instant Article, Facebook Live, Google AMP, App).

PRINCIPALI RISULTATI RAGGIUNTI NEL 2017:

- ⇒ GEDI, con una media di 2,2 milioni di utenti unici nel giorno medio e di 13,7 milioni di utenti unici al mese sull'insieme dei suoi siti, si afferma come l'ottavo 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 hanno raggiunto complessivamente i 63,1 mila abbonati medi nel 2017;
- ⇒ *Repubblica.it* si conferma primo sito di informazione italiano con 1,5 milioni di utenti unici nel giorno medio ed un distacco del 29% rispetto al secondo sito di informazione;
- ⇒ GEDI continua ad intraprendere la strada dell'innovazione e dello sviluppo tecnologico. E' stata rinnovata l'home page di *Repubblica.it* ed è proseguito lo sviluppo tecnologico delle versioni per smartphone del sito, con 616 mila utenti medi giornalieri e 5,5 milioni di utenti mensili confermando l'obiettivo di raggiungere più lettori su più piattaforme;
- ⇒ *Repubblica* resta il primo quotidiano italiano per numero di fan su Facebook (3,6 milioni) e Twitter (2,8 milioni) ed uno dei primi a livello internazionale per tasso di coinvolgimento dei lettori;
- ⇒ L'andamento dei siti dei quotidiani locali è stato molto positivo e ha segnato una Total Digital Audience media di 2,3 milioni di utenti unici mensili. Molto buono anche l'andamento sui social da mobile con 3,1 milioni di utenti unici mensili provenienti da app Facebook;
- ⇒ Il 2017 ha visto un ulteriore rafforzamento delle posizioni dei marchi del Gruppo sui social network: attualmente le pagine di GEDI assommano oltre 33 milioni di followers su Facebook e Twitter;
- ⇒ *Deejay* ha raggiunto 2,2 milioni di fan su Facebook e 2,4 milioni di follower su Twitter.

Altre iniziative digitali

Nel corso del 2017, moltissime nuove iniziative editoriali di natura sperimentale, innovativa e sociale, sono state lanciate con successo su *Repubblica.it*.

I nuovi format, introdotti nel corso del 2016 e sviluppati nel 2017, rispondono alle esigenze di molti lettori di approfondire temi di carattere economico, politico o scientifico. In particolare:

- Ogni giorno viene pubblicata una homepage con 20 articoli selezionati dall'edizione cartacea. Si tratta di articoli, selezionati per assolvere ad una specifica funzione di approfondimento per capire il contesto. Ogni utente ha inoltre a disposizione anche una homepage **personalizzata** che si costruisce man mano sulla base di quello che ha letto. Grazie a queste tecnologie è possibile una fruizione dei contenuti sganciata dalla quotidianità. La pagina recupera infatti anche contenuti più vecchi, rendendo sempre disponibili i contenuti di maggior interesse per il lettore.
- **Social News e Videoschede** hanno l'obiettivo di raccontare e/o approfondire fatti e temi della cronaca, dell'economia, della politica e di qualunque altro settore della nostra vita in modo rapido ed efficace.
- Anche nel 2017, i fatti e le questioni complesse sono state spiegate in diretta attraverso **Know how: l'approfondimento che spiega**, dove esperti intervengono su questioni economiche e scientifiche, ma anche politiche e sociali per rispondere alla domanda di conoscenza.
- **Multiformat**, pensato per offrire diverse modalità di fruizione del prodotto in base al contesto e al momento della giornata in cui viene fruito: dagli audio articoli ascoltabili in movimento, 9 al giorno – alle newsletter, alle notifiche push personalizzate.
- **Generazione Z** è un videoblog **quotidiano sull'universo** giovanile.

Dall'economia alla musica che non è solo intrattenimento, ma impegno civile:

- Alla quinta stagione **Webnotte** si rinnova, pur restando fedele alla sua formula: musica dal vivo + talk show + comicità + web e social + improvvisazione, un nuovo studio. Il webshow continua a sperimentare una formula, più legata ad Internet, al mobile ed ai social network, più compatta nella durata, più selettiva nei contenuti, con maggior spazio all'interattività con i 'followers' del programma, che possono tramite Facebook dialogare costantemente con i conduttori ma anche con gli ospiti per tutta la durata della trasmissione. Il focus del 2017 sono stati i grandi della musica e del cinema.
- Nel corso del 2017, la Divisione Digitale di GEDI, in collaborazione con il media-partner H24, ha prodotto quattro docufilm, distribuiti sul portale del Gruppo e anche diffusi da Broadcaster quali RAI e SKY. Questi docufilm si sono occupati di temi sociali e internazionali quali:
 - La morte del ricercatore italiano Giulio Regeni con 'Nove Giorni al Cairo';
 - La storia del terrorista islamico Amri con "Amri".
 - "Falcone, Borsellino e gli Altri": un docufilm per i 25 anni dalla strage di Capaci e Via d'Amelio.
 - "Un Unico Destino", docufilm sul naufragio nel mediterraneo del 2013.

La performance economica del Gruppo

Nel 2017, 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 profitto, assicurando ai propri stakeholder un prodotto di qualità.

Principali risultati economici

Si segnala che sussiste una differenza significativa di perimetro tra l'esercizio 2017 ed il 2016, dovuta al deconsolidamento di 5 testate nel corso dell'ultimo trimestre del 2016 e al consolidamento del Gruppo ITEDI dal 1° luglio 2017.

In ordine a garantire la comparabilità dei dati, è stato quindi elaborato per il 2016 un conto economico a perimetro equivalente, ossia senza i risultati delle testate cedute e con i risultati del secondo semestre del Gruppo ITEDI.

Risultati di GEDI

(€ milioni)	2016	2016 a perimetro equivalente	2017
Ricavi	585,5	634,4	633,7
Margine operativo lordo	43,7	46,1	53,2
Risultato operativo	22,4	22,5	28,7
Risultato ante imposte	16,6	13,9	19,1
Risultato netto	10,4	7,0	-123,3

I risultati del 2017 recepiscono un onere fiscale di natura straordinaria ed importo significativo, in quanto la Società nel corso dell'esercizio ha ritenuto di procedere alla definizione di un contenzioso, pendente in Cassazione, che si riferiva, secondo quanto ampiamente indicato al mercato nelle diverse Relazioni Finanziarie della Società, a contestazioni di natura antielusiva relative ai benefici fiscali derivanti dall'operazione di riorganizzazione societaria del Gruppo Editoriale L'Espresso realizzata nel 1991.

Il Consiglio di Amministrazione di GEDI Gruppo Editoriale SpA, pur ribadendo la propria convinzione quanto alla legittimità civilistico-tributaria dell'operazione oggetto di censura da parte dell'Amministrazione Finanziaria, ha deliberato, in data 29 settembre 2017, di avvalersi della facoltà prevista dall'art.11 del DL n. 50/2017 convertito dalla legge n. 96/2017 di definire il contenzioso fiscale, oggetto della sentenza n. 64/9/2012 della Commissione Tributaria Regionale di Roma.

L'adesione comporta per la Società il pagamento di un importo pari a €175,3mn, di cui €140,2mn pagati nel 2017 ed i restanti €35,1mn da versare entro il 30 giugno 2018. L'eventuale esito sfavorevole per la Società del contenzioso pendente in Cassazione avrebbe comportato un onere, sulla base delle valutazioni al 30 giugno 2017, pari a €388,6mn.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

La perdita netta derivante dalla definizione del contenzioso, nei termini sopra illustrati, è ammontata a €143,2mn e trova integrale copertura nelle riserve disponibili di patrimonio netto, senza intaccare il capitale sociale.

Nel considerare che la Società disponga dei requisiti e dei mezzi per rendere tale esborso finanziariamente ed economicamente sostenibile, il Consiglio di Amministrazione ha ritenuto che tale definizione rispondesse all'interesse sociale in ragione dei vantaggi derivanti dalla rimozione di un possibile rischio fiscale dalle potenziali conseguenze economico-finanziarie di medio/lungo termine rilevanti e certamente di assai maggiore gravità rispetto alla scelta deliberata.

I **ricavi consolidati**, pari a €633,7mn, sono aumentati dell'8,2% rispetto al 2016 e si sono mantenuti sostanzialmente stabili a perimetro equivalente (-0,1%).

Il **marginale operativo lordo consolidato** è stato pari a €53,2mn, importo significativamente maggiore rispetto al dato del 2016 (€43,7mn), anche a perimetro equivalente (€46,1mn).

Il **risultato operativo consolidato** è stato pari a €28,7mn, in crescita rispetto al risultato del 2016 (€22,4mn), anche a perimetro equivalente (€22,5mn).

Gli **oneri fiscali** sono ammontati a €150,5mn a causa del costo sostenuto per la definizione del contenzioso sopra illustrato, pari a €143,2mn.

Il **risultato delle attività cessate e destinate alla dismissione** include €8,2mn a titolo di corrispettivo differito per la cessione di All Music a Discovery, avvenuta a gennaio 2015.

Il **risultato netto consolidato**, per effetto dell'onere fiscale sopra menzionato, è negativo per €123,3mn, a fronte di un utile di €10,4mn nel 2016.

L'**indebitamento finanziario netto** al 31 dicembre 2017 ammonta a €115,1mn, dopo l'esborso fiscale di €140,2mn per la definizione del contenzioso.

Consuntivo 2017	Stampa nazionale	GNN	Radio	Raccolta pubblicità	Attività diverse	Elisioni e rettifiche	Totale
Ricavi da pubblicazioni	121,3	103,5	-	-	-	(0,0)	224,7
Ricavi da pubblicità	115,9	61,0	57,7	385,4	-	(229,9)	390,1
Ricavi diversi	3,5	6,0	1,3	1,5	44,2	(37,7)	18,9
Totale Ricavi	240,7	170,5	59,0	386,9	44,2	(267,6)	633,7
Ricavi da altri settori	(117,4)	(54,9)	(55,8)	(0,8)	(38,7)	267,6	-
Ricavi netti	123,3	115,6	3,2	386,1	5,5	-	633,7
Risultato operativo	(3,0)	19,5	15,5	4,2	(7,6)	-	28,7
Proventi (oneri) finanziari							(9,6)
Imposte e quota terzi							(142,4)
Risultato del Gruppo							(123,3)

Il Valore Economico del Gruppo

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

(€ mn)	2016	2017
Ricavi netti dalle vendite	585,1	633,8
Proventi da attività finanziarie	4,7	8,6
Altri proventi	9,6	10,3
Valore Economico generato (lordo)	599,5	652,8
Ammortamenti e svalutazioni	21,3	24,6
Valore Economico generato (netto)	578,1	628,2
Costi operativi	335,7	380,0
Personale	214,2	211,3
Finanziatori	9,5	9,5
Azionisti	0,1	0,1
Pubblica Amministrazione	8,1	150,5
Comunità locale	0,0	0,0
Valore Economico distribuito agli stakeholder	567,8	751,4
Utile di esercizio	10,4	-123,3
Valore Economico trattenuto dal Gruppo	10,4	-123,3

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 e su titoli e derivati, 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.

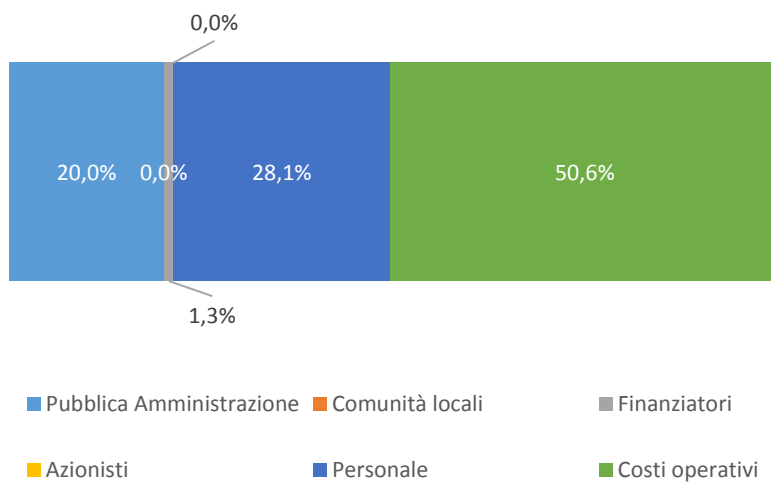
I tre elementi sopra descritti compongono il **Valore Economico globale lordo**, che nel 2017 è stato pari a € 652,8 milioni (+8,9% rispetto al 2016). Questo valore, ridotto per il valore degli ammortamenti e svalutazioni costituisce il **Valore Economico globale netto**, che nel 2017 si è attestato a € 628,2 milioni (+8,7% rispetto al 2016).

La distribuzione del Valore Economico è così ripartita:

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

- I **costi operativi** sono stati pari a € 380,0 milioni (+13,2% rispetto al 2016), 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 € 211,3 milioni (-1,4% rispetto al 2016), rappresentata per la maggior parte dai salari e dagli stipendi delle persone di GEDI.
- La distribuzione del Valore Economico ai **finanziatori** nel **2017** è stata pari a € 9,5 milioni (-0,1% rispetto al 2016).
- La distribuzione del Valore Economico agli **azionisti** è stata pari a € 80 mila, che costituiscono quote di terzi (utile di spettanza dei soci terzi delle società Finegil Editoriale S.p.A. e Mo-Net S.r.l.). Nell'esercizio del 2016 non sono stati distribuiti dividendi agli azionisti.
- La remunerazione della **Pubblica Amministrazione**, sotto forma di imposte, è stata pari a € 150,5 milioni.
- Per quanto riguarda la **comunità locale**, GEDI ha distribuito erogazioni liberali e sponsorizzazioni pari a € 43 mila (+30,7 rispetto al 2016) a favore di organizzazioni a scopo benefico.

Distribuzione del Valore Economico di GEDI - 2017



Nel 2017, sono circa € **43.000** le erogazioni liberali del Gruppo a favore di organizzazioni a scopo benefico

CAPITOLO 2 - Informazione al cittadino-lettore e responsabilità verso la collettività

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 assicurare 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.

Il capitale sociale di GEDI al 31 dicembre 2017 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.

Dichiarante soggetto posto al vertice della partecipativa	ovvero catena	Azionista diretto	Quota % su capitale ordinario	Quota % su capitale votante
F.Ili DE BENEDETTI SPA		CIR SPA – COMPAGNIE INDUSTRIALI RIUNITE	43,780%	45,745%
Giovanni Agnelli B.V.		Exor N.V.	5,992%	6,261%

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Caracciolo di Melito Falck	Sia Blu SPA	5,078%	5,305%
Giacaranda Maria			

Le percentuali riportate derivano dalle comunicazioni rese dagli azionisti ai sensi dell'art. 120 del TUF.

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 31.12.2017, pari a n. 21.850.609

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

Il Gruppo non ha incassato nel corso del 2017 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 2017 il Gruppo ha beneficiato di contributi indiretti per l'editoria, nella forma di agevolazioni telefoniche per complessivi € 500 mila (-12,0% rispetto al 2016) e di agevolazioni postali per abbonamenti.

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.

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 opera 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.

Pubblicità responsabile e marketing

Tramite la propria concessionaria (A. Manzoni & C.), il Gruppo si impegna ad applicare modelli virtuosi di comunicazione pubblicitaria.

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 incitano 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 all'abuso di bevande alcoliche, di tabacco e di qualsiasi altra droga e rifiuta i messaggi a contenuto pornografico.

Nel corso del 2017, 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.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

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.

A seguito della fusione per incorporazione della società Publikompass SpA nella A. Manzoni & C. avvenuta nell'ottobre del 2017, sono stati organizzati **corsi di formazione sul tema della liceità ed opportunità** per dipendenti ed agenti dell'incorporata Publikompass al fine di sensibilizzarli sui temi di cui di seguito:

- rispetto del Codice di Autodisciplina della comunicazione commerciale e i suoi vincoli;
- le tipologie di pubblicità che sono reputate particolarmente insidiose che hanno un trattamento specifico all'interno del Codice (es. vendite a credito e a distanza e speciali, manifestazione a premio);
- i settori che sono oggetto di specifica attenzione (es. bevande alcoliche, Prodotti cosmetici e per l'igiene personale, Integratori alimentari e prodotti dietetici, ecc.);
- le materie che sono disciplinate da specifiche disposizioni di legge, stante la loro delicatezza o rilevanza percepita nel tessuto sociale (es. messaggi elettorali, tabacco e fumo, comunicati e lettere aperte, gioco);
- adozione della procedura operativa per la gestione dei temi di liceità ed opportunità.

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 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.

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



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.

Privacy e protezione dei dati

Il tema della tutela della privacy e della protezione dei dati personale 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 tra un'impresa e i propri utenti.

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

Le società di 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 GEDI 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.

La policy relativa all'uso dei cookie nell'attività svolta nei confronti degli utenti è disponibile al seguente indirizzo: <https://login.kataweb.it/static/privacy/?editore=gruppoespresso&ref=RHFT>.

Si fa ulteriormente presente che, a seguito delle operazioni straordinarie che hanno coinvolto le società del Gruppo GEDI nel corso del 2017, si è reso necessario l'aggiornamento delle notificazioni telematiche dei trattamenti di dati presso il Registro dei trattamenti del Garante per la protezione dei dati personali. In ultimo, è opportuno sottolineare che, in vista delle significative innovazioni introdotte dal nuovo regolamento (UE) 2016/679 sulla protezione dei dati personali, entrato in vigore lo scorso 24 maggio 2016 e che sarà direttamente applicabile in tutti gli Stati dell'Unione europea a partire dal 25 maggio 2018, le società del Gruppo hanno avviato attività propedeutiche e funzionali alla corretta applicazione della nuova normativa del rispetto dei termini in legge.

CAPITOLO 3 - Il ruolo sociale e la partecipazione con il territorio

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 2017, che hanno una ricaduta positiva sulla comunità in termini di impatto sociale, culturale, educativo-sportivo e ambientale.

Le iniziative in ambito editoriale

Repubblica@Scuola



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 (video on demand)

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 2016/2017 hanno partecipato 193.163 studenti, 8.307 professori, 1.558 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

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

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.

R.it Mondo Solidale



R.it Mondo Solidale è una sezione di Repubblica.it, nata nel 2010 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.

Contiene numerosi reportage scritti e per immagini, custodite nell’archivio di Repubblica Tv, realizzati nei Paesi dove le diverse organizzazioni ci invitano per vedere da vicino e nel dettaglio i progetti di aiuto, finanziati dalla Commissione Europea, dal Ministero degli Esteri italiano o da privati, in diversi Paesi africani, asiatici o dell’America Latina. E’ uno spazio che ha seguito e continua a seguire il crescente fenomeno planetario dei flussi migratori e dei sistemi di accoglienza dei profughi nei diversi Paesi. Mondo Solidale ospita inoltre i racconti di chi lavora nel campo della Cooperazione internazionale, attraverso blog tematici.

La sezione offre, infine, un database aggiornato di tutte le ONG e ONLUS italiane, regione per regione e, nel corso di questi anni, ha sicuramente raggiunto lo scopo per il quale era nata: dare spazio nel *mainstream* dell’informazione italiana ad un settore troppo spesso dimenticato e che aveva accesso solo in circostanze eccezionali.

R.it Sport senza Barriere

R.it Sport senza Barriere è il nuovo sito di Repubblica.it, uno spazio dedicato agli atleti disabili e alle loro famiglie con informazioni su centri attrezzati, appuntamenti e storie di chi ce l’ha fatta. Il portale è realizzato in collaborazione con la Fondazione Vodafone, il cui testimonial è Alex Zanardi.

La Repubblica delle Idee



Dal 2012 il festival si sviluppa in quattro giornate aperte al pubblico in forma gratuita, con tanti eventi in luoghi e piazze, ai quali partecipano firme del giornale, i grandi nomi della cultura, della politica, dello spettacolo, italiani e internazionali. Dibattiti, letture, interviste, mostre ma anche concerti, spettacoli teatrali, proiezione di docufilm, radio dal vivo. Si parla di letteratura e di politica, di economia e di spettacolo, di sport e di filosofia, delle questioni più attuali dell'Italia e del mondo. Nel 2017 il festival si è tenuto a Bologna: oltre 90 gli eventi e 200 i relatori, con oltre 30mila persone presenti.

Guide di Repubblica e Guide dell'Espresso

Nel corso del 2017 sono stati organizzati diversi eventi per promuovere invece alcuni prodotti editoriali di grande successo. È il caso delle Guide di Repubblica e delle Guide dell'Espresso.

- le **Guide di Repubblica** rappresentano una importante realtà regionale, che copre ormai tutto il territorio italiano, con una guida per ciascuna regione, più alcune guide tematiche a distribuzione nazionale (Guida Anas, Guida Aiscat, Guida al cioccolato, Roma Maxima). Nel corso dell'anno sono state organizzate in tutta Italia 23 presentazioni, che hanno coinvolto autorità, produttori delle eccellenze enogastronomiche e ristoratori.
- le **Guide dell'Espresso, Ristoranti e Vini**, sono a distribuzione nazionale. Ogni anno viene organizzata una presentazione pubblica alla presenza dei migliori ristoratori d'Italia e dei maggiori produttori di vini. L'appuntamento, con premiazione, raccoglie ogni anno circa 1.500 ospiti.

Tempo dei Libri (19-23 aprile 2017)

A Tempo di Libri 2017 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.

Coordinati dal Social Editor, gli studenti hanno collaborato alla realizzazione di *Facebook Live*, *Instagram* e *Snapchat Stories* con profilo Repubblica. Sono state trasmesse 22 dirette sulle pagine Facebook di Repubblica (10) e Repubblica Tv (11).

Ogni giornata di Robinson a Tempo di Libri è stata descritta attraverso un video racconto pubblicato su Repubblica.it utilizzando lo strumento "Storie" di Instagram e Snapchat.

Secondo l'analisi di Quest Factory 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

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

numero di menzioni (sono state lanciate due call per i lettori #romanzintrerighe e #bookshelfie entrate pure nei Trending Topic nazionali).

LUCCA COMICS (1 – 5 novembre 2017)

L'evento *Lucca Comics* ha visto la presenza dello stand di Repubblica, che è stato centro di forte dibattito, veicolato anche sui social e su tutte le piattaforme digitali del giornale (ogni evento ha avuto mediamente oltre 20.000 visualizzazioni).

PIU' LIBRI PIU' LIBERI 6-10 dicembre 2017

A *Più Libri più liberi* di Roma nello stand di Repubblica gli studenti in Alternanza Scuola Lavoro hanno realizzato la copertura social dell'Arena Robinson e sono state trasmesse 22 dirette sulle pagine Facebook di Repubblica e Repubblica Tv. Gli account di twitter di Robinson e di Repubblica hanno condiviso 220 tweet, mentre sull'account di Instagram sono state pubblicate 5 storie da circa 4 minuti in media l'una, con 7mila visualizzazioni (in media) a frame. Su Instagram, al termine del progetto, è stata anche realizzata una storia con le testimonianze degli studenti.

L'inserto culturale di Repubblica: Robinson



Per tutto il 2017, ogni domenica all'interno di Repubblica l'inserto culturale Robinson, dal nome del personaggio creato da Daniel Defoe, si è aggiunto all'offerta culturale di Repubblica.

Da 36 a 40 pagine estraibili, una grafica speciale, notizie, informazioni, curiosità. I luoghi della cultura, raccontati attraverso le parole di scrittori, giornalisti, artisti, scienziati, storici, o con le immagini dei più grandi fotografi e illustratori della scena italiana e internazionale.

La Stampa "E-20"

Articoli di grandi giornalisti e opinionisti, i migliori contenuti multimediali selezionati e firmati La Stampa raccontano gli avvenimenti oggi più significativi e dibattuti.

"E20-Eventi" è uno strumento nuovo per gli insegnanti e gli studenti di scuola secondaria di primo e secondo grado, che supporta i manuali di storia e le antologie del gruppo De Agostini Scuola.

Oncoline - Chiudi la porta, salvati la vita

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. Oncoline intende affermare il principio della malattia non più incurabile e dare spazio alla speranza di guarigione oggi sempre più concreta.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Particolarmente innovativa la copertura giornalistica dei grandi convegni internazionali sul tema delle malattie oncologiche.

Nel 2017, il portale ha inoltre vinto il **Premio Pace dell'associazione AIOM** (Associazione Italiana di Oncologia Medica).

Le iniziative in ambito radiofonico

Deejay Ten

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 runners 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 e nel 2017 si è aggiunto oltre Milano, Firenze e Bari un nuovo appuntamento a Roma.



Alla sua tredicesima edizione nel 2017 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 35.000 *runners*, cinquemila persone in più rispetto all'anno precedente.



Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario



Firenze si è confermata una tappa d'obbligo per la manifestazione, che nel 2017 ha raccolto quasi 12.500 partecipanti.

Bari ha accolto con entusiasmo la terza edizione della gara podistica targata Radio DeeJay, con 10.000 amici.

L'esordio della DeeJay Ten a **Roma** nel 2017 è un successo: oltre 10.000 partecipanti. In diecimila 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.

Estate di Radio DeeJay



L'estate della radio è da sempre caratterizzata dalla presenza di Radio DeeJay a Riccione.

È una storica simbiosi, che permette ai tanti fans, ai turisti e ai passanti di diventare i protagonisti dei programmi di Radio DeeJay, che diventa una radio da vedere e da vivere oltre che da ascoltare, con uno studio mobile in Piazzale Roma e almeno un programma in diretta radio tutti i giorni.

Visto il particolare successo dell'edizione del 2017, si è replicato con alcune presenze invernali.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Iniziative solidali

Il 22 dicembre 2017, per un'intera giornata dalle 7.00 alle 20.00 è tornato l'appuntamento con la giornata a fianco della Onlus **Cesvi**, organizzazione attiva in oltre 20 paesi del mondo con progetti a sostegno dei più vulnerabili.



A Radio DeeJay si è tenuta la maratona radiofonica, coordinata dal Trio Medusa. Ascoltatori e amici hanno partecipato all'asta benefica per la raccolta fondi per i bambini, *street children*, dello Zimbabwe e per quelli che vivono in condizioni di povertà in Italia. Tanti oggetti in palio donati da celebrità come ad esempio la medaglia d'oro vinta da Bebe Vio ai Mondiali di scherma paralimpica 2017.



Per il nono anno consecutivo, nel 2017 Radio DeeJay ha supportato la campagna di raccolta fondi di **Dynamo Camp, insieme a Radio Capital**. I radioascoltatori 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.

CAPITOLO 4 - L'attenzione verso le risorse umane

Condizioni e pratiche di lavoro

“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)

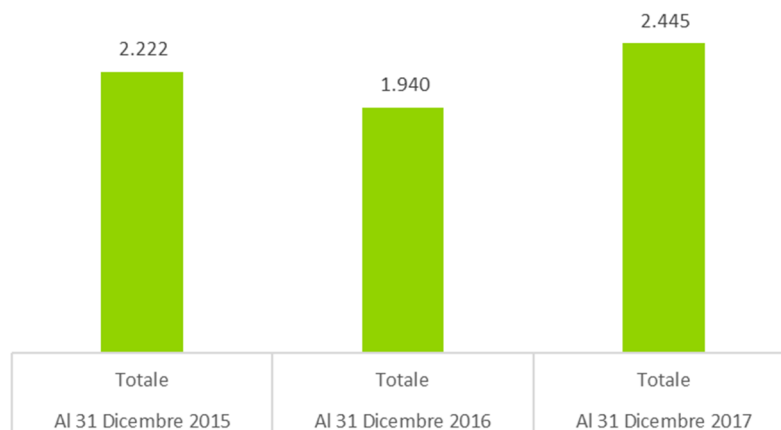
Le risorse umane sono l'asset principale di GEDI. Il Gruppo è fortemente impegnato a rafforzare il senso di appartenenza e a favorire l'efficacia del lavoro di team, lo scambio di conoscenze e l'arricchimento professionale. La realizzazione di questi obiettivi garantisce in ultima analisi che le risorse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

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 una lunga serie di benefici che concorrono alla creazione di valore per le risorse umane.

La composizione dell'organico³

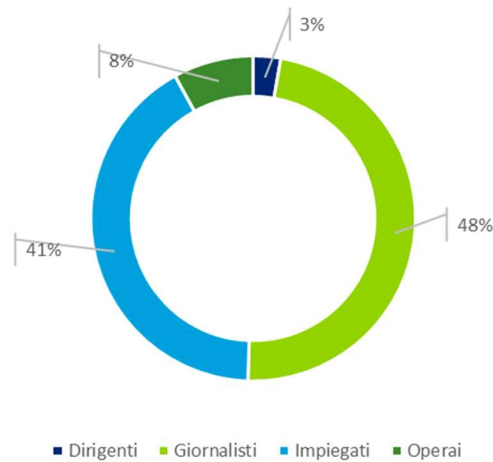
L'organico complessivo di GEDI al 31 dicembre 2017 è di 2.445 persone, in aumento del 26% rispetto all'anno precedente, anche in seguito all'acquisizione di ITEDI. In linea con l'anno precedente, il 48% dell'organico è costituito da giornalisti, il 42% è rappresentato da impiegati e il restante 11% è composto da dirigenti e operai.

Numero di dipendenti del Gruppo

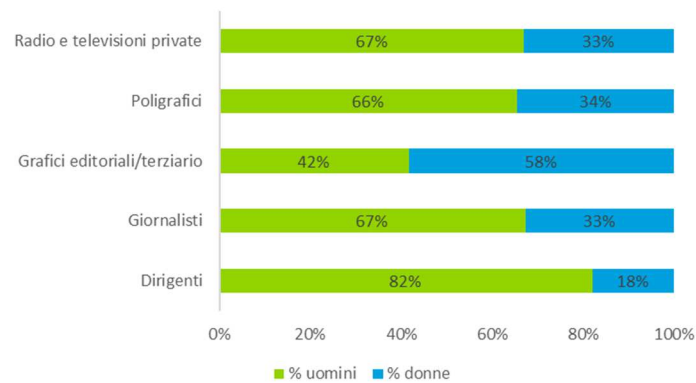


³ Il dato dell'organico al 31 dicembre 2015 è stato ritrattato per tenere conto dell'assunzione dal 1 gennaio 2016 di 39 persone anteriormente dipendenti di una cooperativa che operava nel settore della stampa e della preparazione per conto della Finegil Editoriale.

Ripartizione dei dipendenti del Gruppo per inquadramento (2017)

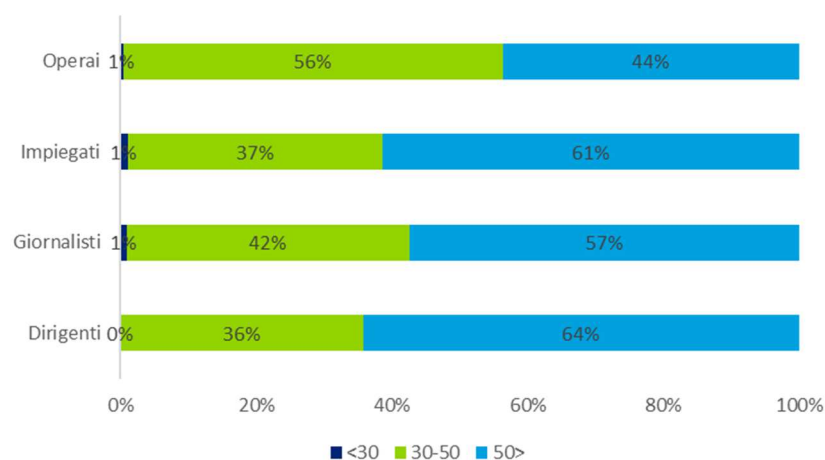


Dipendenti del Gruppo per categoria contrattuale e genere (2017)



Con riferimento alla distribuzione anagrafica della popolazione aziendale, il 41% 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 (2017)



Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

GEDI attua politiche del personale finalizzate a rendere stabile quanto più possibile i rapporti di lavoro con i dipendenti. L'alta percentuale, 97%, di contratti a tempo indeterminato ne è la dimostrazione.

Attrazione e mantenimento dei talenti

Il tasso di turnover in entrata è pari al 11,74%, mentre quello in uscita si attesta al 10,14% (dato comprensivo delle uscite dei lavoratori che hanno raggiunto i requisiti per accedere al pensionamento). Il tasso di turnover delle uscite volontarie è pari all'1,47%, in linea con gli anni precedenti.

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 che in ambito amministrativo.

Le relazioni industriali

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 il sindacato in una fase di difficile congiuntura economica per il paese e sono stati siglati accordi per la salvaguardia della salute e della sicurezza dei lavoratori. Inoltre è proseguito l'impegno del Gruppo a favore dell'aggiornamento professionale dei lavoratori di tutti i livelli e di tutte le categorie.

Si segnala inoltre che nel corso del 2017 la totalità dei dipendenti del Gruppo è coperto da accordi collettivi di contrattazione.

Diversità e pari opportunità

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

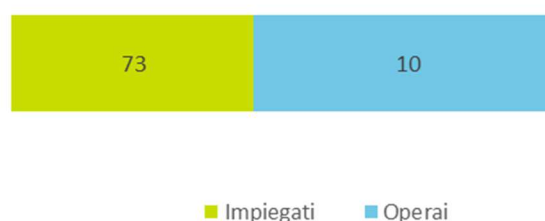
sociale, senza discriminazioni per ragioni di nazionalità, lingua, età, genere, etnia, credo religioso, appartenenza politica e sindacale e condizioni fisiche o psichiche.

L'incidenza delle donne sull'organico è pari al 36,6% e raggiunge la percentuale più alta tra gli impiegati, attestandosi al 46,3%. 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 896 donne del Gruppo sono presenti in modo significativo all'interno delle redazioni, oltre che nelle aree amministrative e commerciali.

Pari opportunità sono offerte ai dipendenti di ambo i sessi, promuovendo altresì iniziative concrete per agevolare la gestione del rapporto tra vita familiare e vita professionale, quali l'introduzione di tipologie contrattuali diverse da quella full time. Il 96,9% del personale a tempo indeterminato è assunto con un contratto full time, mentre il restante 3,1% usufruisce del **part time**; di questi ultimi, il 90,7% 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.

Numero di dipendenti del Gruppo appartenenti a categorie protette (2017)



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 salario lordo medio donna/uomo 2017	Rapporto retribuzione complessiva media donna/uomo 2017
Dirigenti	75%*	70%*
Giornalisti	80%	77%
Impiegati	89%	82%
Operai	86%	72%

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

Il tasso di rientro dalla maternità e dal congedo parentale è del 100%.

Valorizzazione e sviluppo delle competenze

La valutazione delle esigenze in ambito formativo emerge dal confronto periodico con i Responsabili di settore.

Nel corso del 2017, l'Azienda ha investito sulla formazione manageriale erogando percorsi di Sviluppo Leadership ai livelli Quadri – incaricati di nuove responsabilità - per i quali si è ritenuto necessario un adeguamento delle proprie competenze al fine di implementare l'efficacia del ruolo. Medesimo discorso per due intere aree della Direzione del personale (ufficio Collaboratori e ufficio Note spese) per le quali abbiamo realizzato un percorso di team building, formulato attraverso colloqui costanti con le risorse coinvolte.

Il 2017 ha visto la concretizzazione di corsi e moduli destinati all'area amministrativa (Roma) in materia fiscale (contabilità, ritenute d'acconto) e informatica (excel) ancora in corso d'opera considerata la mole di richieste e di risorse interessate.

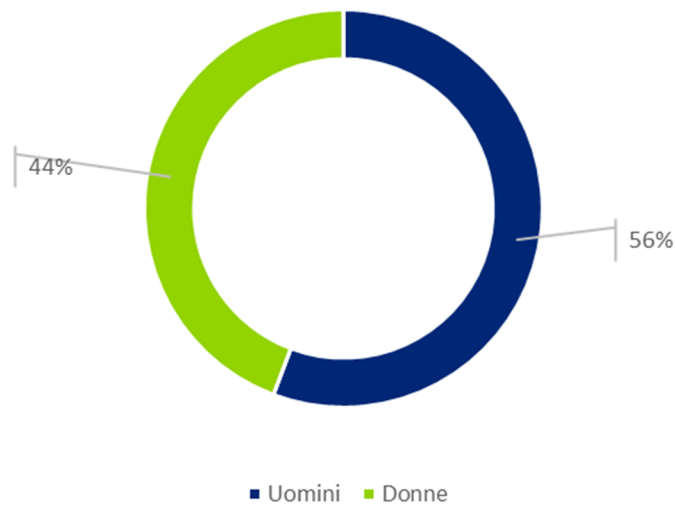
Sono stati attuati interventi linguistici che hanno coinvolto soprattutto le segreterie di redazione e i nostri dirigenti (con i quali, in particolare, sviluppiamo percorsi di lingua da alcuni anni con esiti assolutamente positivi).

Per il Marketing digitale sono state soddisfatte le richieste manifestate dai responsabili di settore su Roma e Milano.

Nel complesso, il 2017 è stato un anno particolarmente proficuo per la formazione aziendale e i Fondi interprofessionali (Fondimpresa e Fondirigenti) hanno permesso di finanziare la quasi totalità di quanto svolto.

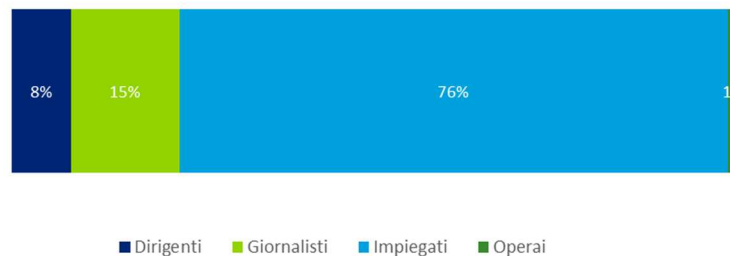
Nel corso del 2017, ai dipendenti di GEDI sono state erogate oltre 13.172 ore di formazione.

Ore di formazione ai dipendenti del Gruppo per genere (2017)



Oltre ai corsi di formazione effettuati per la parte impiegatizia e dirigenziale, anche il 2017 è stato caratterizzato da un significativo intervento formativo che ha coinvolto gli impiegati del Gruppo, che hanno beneficiato del 76% del totale delle ore di formazione.

Ore di formazione ai dipendenti del Gruppo per inquadramento professionale (2017)



Inoltre, in un’ottica di sviluppo e valorizzazione delle risorse umane, GEDI valuta periodicamente la performance dei propri dipendenti. Nel corso del 2017, è stata sottoposta a valutazione delle performance la maggior parte dei dirigenti (94%).

Salute e sicurezza dei lavoratori

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

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

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.

Durante il 2017 è aumentato il numero di ore di formazione sulla sicurezza (da 230 ore nel 2016 a più di 3.750 ore), grazie al lancio di un corso online di formazione sulla sicurezza per tutti i dipendenti.⁴

Durante il 2017, è stata effettuata dalla società la formazione/informazione sui temi della gestione dell'emergenza, dei videoterminali e degli altri rischi residui, con il coinvolgimento delle figure aziendali proposte, nonché la formazione dei rappresentanti dei lavoratori della sicurezza.

Nel corso del 2017 sono stati registrati 28 infortuni, di cui 18 in itinere, cioè durante i normali spostamenti dal luogo di abitazione al luogo di lavoro e viceversa.

⁴ La formazione online non include gli ex dipendenti ITEDI.

CAPITOLO 5 - Gli impatti ambientali del Gruppo

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.

La gestione della carta e delle altre materie prime

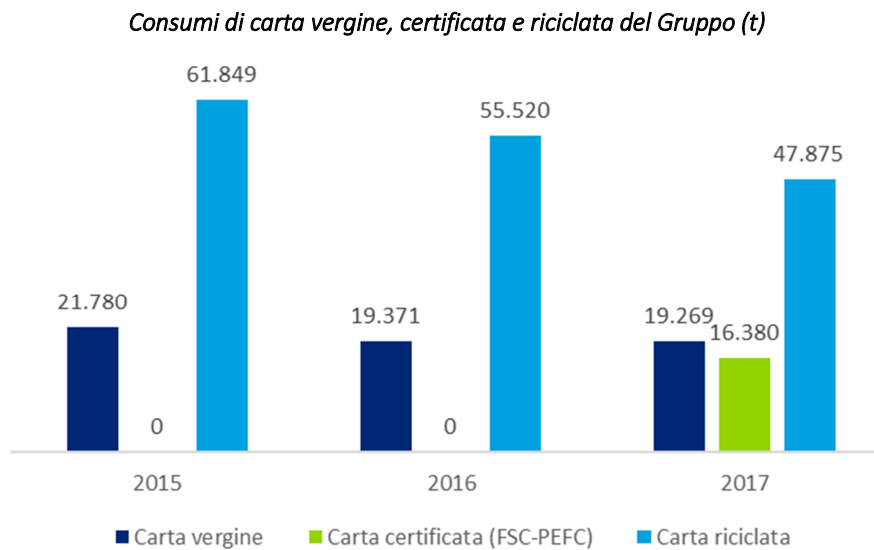


La produzione della carta è svolta interamente dalle cartiere e il prodotto finito passa all'azienda grafica, che procede alla stampa. Successivamente, la carta stampata raggiunge i magazzini, dove è stoccata prima di essere distribuita. Merita attenzione anche il meccanismo della resa: una volta che 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.

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 2017, il Gruppo ha consumato 83.524 tonnellate di carta, in aumento dell'11,5% rispetto alle 74.891 tonnellate del 2016. Occorre però evidenziare che nell'ultimo esercizio è entrato a far parte del Gruppo il centro stampa di Torino con un consumo annuo di carta pari a 19.071 tonnellate. Senza questo contributo il consumo totale di carta si attesterebbe a 64.453 tonnellate, in netto calo rispetto all'anno 2016 (-13,9%), grazie anche alla sempre maggiore digitalizzazione dei contenuti. La percentuale di carta riciclata

utilizzata, sommata alla carta certificata impiegata nel centro stampa di Torino, è elevata e si attesta circa al 77% 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 (tutti i restanti centri stampa). Con riferimento al biennio 2016-2017 sono disponibili i dati relativi al consumo di lastre e inchiostri. Per entrambe le materie abbiamo una riduzione del consumo (lastre -2,2%, inchiostri -20%).

Nel 2017 si è completato il passaggio alle nuove tecnologie di sviluppo delle lastre offset. L'introduzione delle nuove macchine sviluppatrici ATTIRO 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. Tali modifiche influiranno positivamente sulla riduzione della quantità e qualità dei rifiuti prodotti. Un primo dato significativo è rappresentato dal non aumento dei rifiuti pericolosi prodotti nel 2017, nonostante l'aggiunta nel perimetro del Gruppo del Centro Stampa di Torino.

Energia ed emissioni

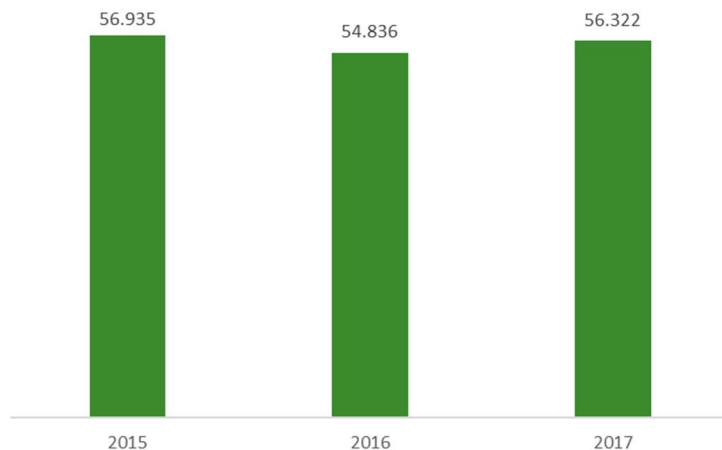
I consumi energetici del Gruppo⁵

Per quanto riguarda i consumi energetici, il Gruppo si impegna nell'implementazione di iniziative volte all'efficienza e al contenimento degli stessi, con l'obiettivo ultimo di perseguire più elevati livelli di ecoefficienza. 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.

⁵ I consumi di energia elettrica di Gruppo includono gli assorbimenti dell'alta frequenza. Per quanto concerne il gas naturale, i dati 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.

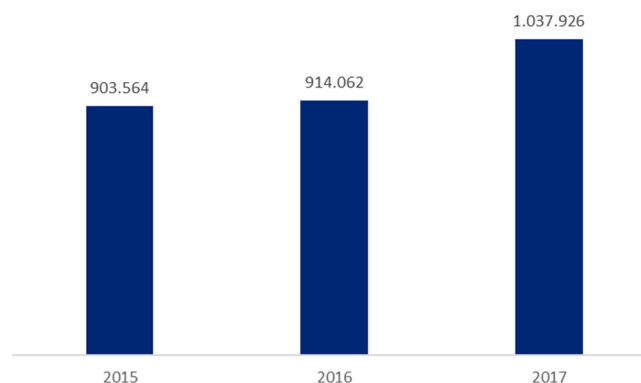
Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Nel corso del 2017, GEDI ha consumato poco più di 56 milioni di kWh, registrando un aumento del 2,7% rispetto all'anno precedente. Anche in questo caso va evidenziato l'inserimento dei consumi del centro stampa di Torino e delle redazioni. Senza questo contributo il consumo ammonterebbe a poco più di 48 milioni di kWh (circa -11,6% rispetto l'anno precedente).

Consumo di energia elettrica del Gruppo (MWh)⁶

Per quanto riguarda i combustibili fossili, nel 2017 i consumi di gas naturale hanno manifestato un aumento del 13,6% rispetto al 2016, a causa dell'aggiunta dei consumi del centro stampa di Torino e delle redazioni. Senza questo contributo, il consumo si sarebbe ridotto del 9,8% rispetto l'anno precedente. Grazie infatti all'impiego del teleriscaldamento, in alcune sedi del Gruppo, nel 2017 si è ottenuta una riduzione del consumo di gas pari a 49.681 m³ che corrisponde circa al 4,8% del consumo annuo.

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

Consumo di gas naturale del Gruppo (m³)

Con riferimento al gasolio, nel 2017 i consumi sono rimasti limitati (102 tonnellate) presentando una significativa riduzione del 21,8% rispetto al 2016.

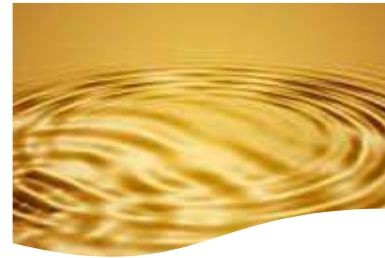
⁶ I fattori di conversione utilizzati per il calcolo del consumo energetico sono per l'energia elettrica (1 kWh = 0,0036 GJ), per il gas naturale (1 m³ = 0,03901 GJ), per il gasolio (1 t = 42,88 GJ).


+2,7%

consumi di energia elettrica


+13,6%

consumi di gas naturale


-21,8%

consumi di gasolio

Iniziative per ridurre i consumi energetici

Nel corso del 2017, al fine di ridurre i consumi energetici e limitare il proprio impatto ambientale, sono stati sostituiti una parte dei corpi illuminanti delle redazioni GEDI con lampade a basso consumo. L'iniziativa si è tradotta in un **risparmio di energia elettrica di circa 1 milione di kWh (-16,8% rispetto ai consumi dell'anno precedente)**.

Le emissioni di gas serra⁷

La **Carbon Footprint** (letteralmente, "impronta di carbonio") rappresenta l'emissione di gas clima-alteranti attribuibile ad un prodotto, un'organizzazione o un individuo. La Carbon Footprint è espressa in termini di tonnellate di CO₂ eq (CO₂ equivalente).

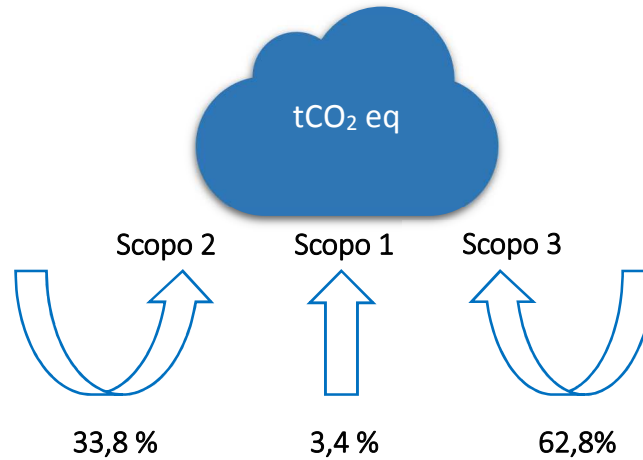
Per monitorare il proprio impatto ambientale e implementare iniziative finalizzate alla mitigazione dello stesso, anche nel 2017 GEDI si è impegnato a quantificare le emissioni di gas serra associate direttamente o indirettamente alle proprie attività caratteristiche.

Emissioni di gas serra			
t CO ₂ eq	2015	2016	2017
Scopo 1	1.704	1.723	1.957
Scopo 2	22.888	18.809	19.318
Scopo 3	35.970	32.214	35.927
Totale	60.562	52.746	57.202

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 e le emissioni di *Scopo 3* dai consumi di carta e dai rifiuti prodotti.

⁷ Per il calcolo delle emissioni di gas effetto serra del 2016 e 2017 sono stati aggiornati i fattori di emissione.

Le emissioni complessive di GEDI nel 2017 sono state pari a 57.202 tonnellate di CO₂ equivalente, in aumento del 8,4% rispetto al 2016.



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).

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 (CLUB 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

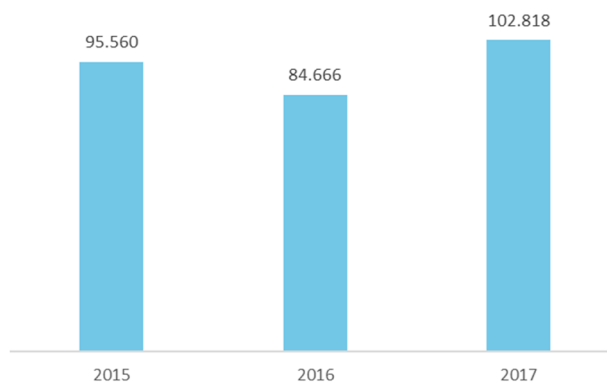
Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

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 del Gruppo

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 2017, i consumi idrici sono stati pari a 102.818 m³, in aumento rispetto al 2016 del 21,4%). Anche in questo caso va evidenziato l'inserimento dei consumi del centro stampa di Torino e delle redazioni che ammontano complessivamente a 8.148 m³. L'approvvigionamento idrico del Gruppo avviene esclusivamente da acquedotto pubblico.

Acqua prelevata da acquedotto pubblico del Gruppo (m³)



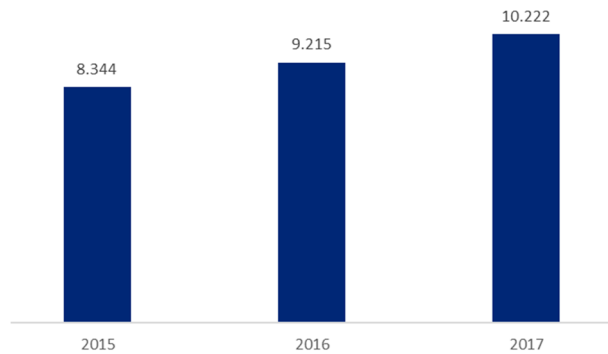
La gestione dei rifiuti

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

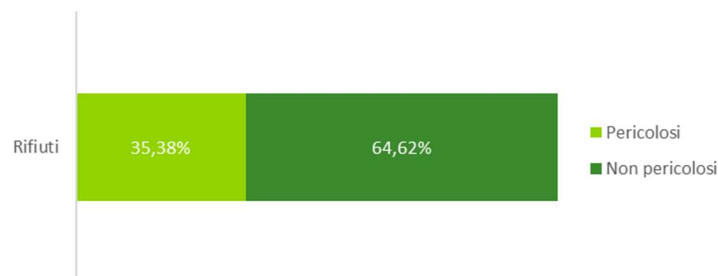
Nel corso del 2017, la produzione di rifiuti ha subito un leggero incremento del 10,9% rispetto al 2016, imputabile all'aumento dei rifiuti non pericolosi. Se si considera l'ingresso nel Gruppo del centro stampa di Torino il dato è complessivamente positivo, soprattutto con riferimento al non aumento di produzione di rifiuti pericolosi. La percentuale di rifiuti pericolosi e non pericolosi si attesta, rispettivamente, al 35% e 65%, in linea con l'anno precedente.

Si segnala che nel corso del 2017 circa il 12% dei rifiuti è stato riciclato.

Rifiuti prodotti dal Gruppo (t)



Percentuale di rifiuti pericolosi e non pericolosi prodotti dal Gruppo nel 2017 (t)



Infine, 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 rifiuti.

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. Nel 2017 sono stati rilasciati dall'Organismo Resa Certificata ben 69 certificati (che riguardano 50 distributori locali sui 68 attivi) che hanno consentito ai distributori locali di poter procedere direttamente in loco al macero delle pubblicazioni. Nel 2017 il macero locale è stato di circa 11.500 tonnellate.

11.500 tonnellate
di rese macerate
presso i distributori
locali nel 2017



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.

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 del quotidiano La Repubblica viene effettuata in 9 centri stampa dislocati sul territorio italiano; dai centri stampa ogni notte partono dei mezzi per la consegna delle copie stampate ai vari distributori locali (68 aziende private al 31 dicembre 2017) che a loro volta procedono alla consegna delle copie alle edicole italiane. Il trasporto dal centro stampa al Distributore Locale è definito "trasporto primario" invece quello dal Distributore Locale (D.L.) alle edicole è il "trasporto secondario" che è gestito integralmente ed in piena autonomia dal D.L.

Il trasporto primario per il quotidiano la Repubblica è gestito dal Distributore Nazionale Somedia S.p.A. (che dal 1 gennaio 2018 ha cambiato la sua denominazione in Gedi Distribuzione S.p.A - società controllata al 100% di GEDI) che si avvale di fornitori terzi qualificati. Sono stati effettuati degli interventi importanti di riduzione del numero dei trasportatori dedicati ed esclusivi affidando le attività ad operatori che trasportano anche le pubblicazioni di altri editori con l'obiettivo di saturare i mezzi di trasporto riducendo quindi gli impatti ambientali. Inoltre nei centri stampa in cui vengono stampati gli altri quotidiani locali di GEDI sono stati attivati i trasporti in pool.

Periodici

Il trasporto primario dai poli di stampa per tutti i periodici di GEDI nonché per i prodotti opzionali (libri, Cd, DVD ecc) allegati alle pubblicazioni del Gruppo è gestito sempre da Somedia S.p.A. (Gedi Distribuzione S.p.A.) che si avvale di un unico operatore qualificato a livello nazionale. In tal modo i mezzi utilizzati vengono saturati il più possibile determinando una riduzione consistente di emissioni sull'ambiente.

Allegati

Risorse umane

Popolazione aziendale per categoria professionale e genere ⁸									
n. persone	2015			2016			2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	54	13	67	52	13	65	55	12	67
Giornalisti	696	343	1.039	577	297	874	786	382	1.168
Impiegati	474	398	872	439	392	831	545	470	1.015
Operai	196	48	244	146	24	170	163	32	195
Totale	1.420	802	2.222	1.214	726	1.940	1.549	896	2.445

Popolazione aziendale per tipologia contrattuale (determinato vs indeterminato) e genere									
n. persone	2015			2016			2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo determinato	30	18	48	25	14	39	40	35	75
Tempo indeterminato	1.390	784	2.174	1.189	712	1.901	1.509	861	2.370
Totale	1.420	802	2.222	1.214	726	1.940	1.549	869	2.445

Popolazione aziendale a tempo indeterminato per tipologia professionale (full time vs part time) e genere									
n. persone	2015			2016			2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full time	1.382	727	2.109	1.184	659	1.843	1.542	828	2.370
Part time	8	57	65	5	53	58	7	68	75
Totale	1.390	784	2.174	1.189	712	1.901	1.549	896	2.445

Popolazione aziendale per categoria professionale ed età												
n. persone	2015				2016				2017			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	-	35	32	67	-	27	38	65	-	24	43	67
Giornalisti	7	450	582	1.039	10	366	498	874	11	487	670	1.168
Impiegati	6	563	303	872	11	471	349	831	12	380	623	1.015
Operai	-	154	90	244	1	70	99	170	1	109	85	195
Totale	13	1.202	1.007	2.222	22	934	984	1.940	24	1.000	1.421	2.445

⁹ Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2017)		
n. persone	Entrate	Uscite

⁸ I dati relativi al totale dei dipendenti del Gruppo al 31.12.2017 contengono anche 435 persone acquisite con la fusione con ex ITEDI.

⁹ 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.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	11	106	42	159	10,26%	5	95	67	167	10,78%
Donne	16	86	26	128	14,29%	12	46	23	81	9,04%
Totale	27	192	68	287	11,74	17	141	90	248	10,14%

Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2016)

<i>n. persone</i>	Entrate					Uscite				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	15	144	70	229	18,86%	10	154	194	358	29,49%
Donne	15	48	18	81	11,16%	8	63	73	144	19,83%
Totale	30	192	88	310	15,98%	18	217	267	502	25,88%

Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2015)

<i>n. persone</i>	Entrate					Uscite				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	11	41	5	57	4,01%	9	42	104	155	10,92%
Donne	4	41	3	48	5,99%	5	41	48	94	11,72%
Totale	15	82	8	105	4,73%	14	83	152	249	11,21%

Categorie protette

<i>n. persone</i>	2015			2016			2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Giornalisti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	34	29	63	42	19	61	40	33	73
Operai	14	4	18	8	1	9	8	2	10
Totale	48	33	81	50	20	70	48	35	83

Formazione
Ore medie per persona di formazione per inquadramento professionale e genere

<i>n. ore</i>	2015			2016			2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	17,6	10,2	16,1	15,4	3,8	13,1	13,8	26,7	16
Giornalisti	6,2	6,6	6,3	0,3	0,5	0,4	1,6	1,8	2
Impiegati	5,6	7,2	6,3	7,4	6,9	7,1	9,5	10,2	10
Operai	0,8	1,0	0,9	0,5	0,8	0,6	0,8	1,6	1
Totale	5,7	6,6	6,0	3,5	4,0	3,7	4,7	6,5	5

Salute e sicurezza

Indicatori di salute e sicurezza									
	2015			2016			2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di gravità degli infortuni ¹⁰	15,23	21,53	17,60	46,52	42,74	45,12	45,48	59,73	50,65
Indice di malattia professionale ¹¹	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Tasso di assenteismo ¹²	9%	8%	9%	16%	15%	15%	4%	4%	4%
Tasso di infortunio ¹³	2,41	0,88	1,85	2,01	2,04	2,02	1,36	1,82	1,52

Infortuni									
n. infortuni	2015			2016			2017		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul luogo di lavoro	11	1	12	7	-	7	10	-	10
Infortuni in itinere	13	4	17	12	12	24	6	12	18
Totale	24	5	29	19	12	31	16	12	28

Ambiente¹⁴

Carta utilizzata [tonnellate]						
	2015		2016		2017	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Carta vergine [t]	21.779	26,0%	19.371	25,9%	19.269	23,1%
Carta certificata (FSC-PEFC) [t]	-	-	-	-	16.380	19,6%
Carta riciclata [t]	61.849	74,0%	55.520	74,1%	47.875	57,3%
Totale [t]	83.628	100%	74.891	100%	83.524	100%

¹⁰ L'indice di gravità degli infortuni è il rapporto tra il totale dei giorni persi a causa di infortuni e malattie professionali e il totale delle ore lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000.

¹¹ L'indice di malattia professionale è il rapporto tra il numero di casi di malattia professionale e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000

¹² Il tasso di assenteismo è il rapporto tra il totale dei giorni di assenza e il totale dei giorni lavorabili nello stesso periodo, espresso in percentuale.

¹³ Il tasso di infortunio è il rapporto tra il numero totale di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 200.000.

¹⁴ I consumi di energia elettrica di Gruppo includono gli assorbimenti dell'alta frequenza. Per quanto concerne il gas naturale, i dati 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.

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Altri materiali						
	2015		2016		2017	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Lastre Offset [mq]	nd	nd	162.872	27,9%	194.500	34,1%
Lastre Flexo [mq]	nd	nd	420.493	72,1%	376.291	65,9%
Totale lastre [m]	nd	nd	583.365	100%	570.791	100%
Inchiestri per Offset [kg]	nd	nd	347.013	17,4%	354.519	22,3%
Inchiestri per Flexo [kg]	nd	nd	1.648.465	82,6%	1.237.257	77,7%
Totale inchiostri [kg]	nd	nd	1.995.478	100%	1.591.776	100%

Consumo energetico ¹⁵						
	2015		2016		2017	
	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ
Energia Elettrica [kWh]	56.935.400	204.967 GJ	54.836.140	197.410 GJ	56.321.695	202.758 GJ
Gas Naturale [m ³]	903.564	35.248 GJ	914.062	35.658 GJ	1.037.926	40.489 GJ
Gasolio [t]	120	5.154 GJ	130	5.595 GJ	102	4.374 GJ

Consumo di acqua						
	2015		2016		2017	
	Totale		Totale		Totale	
Prelievo da acquedotto pubblico [m ³]	95.560		84.666		102.818	
Totale	95.560		84.666		102.818	

Rifiuti						
	2015		2016		2017	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Pericolosi [t]	3.803	45,6%	3.624	39,3%	3.617	35,38%
Non pericolosi [t]	4.541	54,4%	5.591	60,7%	6.606	64,62%
Totale [t]	8.344	100%	9.215	100%	10.222	100%

Rifiuti per smaltimento						
	2015		2016		2017	
	Totale	% totale	Totale	% totale	Totale	% totale
Riciclo [t]	3.320	39,8%	1.344	14,6%	1.242	12,15%
Discarica [t]	5.024	60,2%	5	0,1%	-	0,0%
Altro [t]	-	0,0%	7.866	85,3%	8.981	87,85%
Totale	8.344	100%	9.215	100%	10.222	100%

¹⁵ Fattori di conversione utilizzati: per l'energia elettrica, 1 kWh = 0,0036 GJ; per il gas naturale, 1 m³ = 0,03901 GJ; per il gasolio, 1 t = 42,88 GJ

Tabella riconciliazione aspetti materiali e GRI-G4

MACRO AREA	Topic materiale (matrice di materialità)	Aspetto GRI-G4 - Specific standard disclosure e Media Sector	Temi del D.Lgs 254/16
Responsabilità economica e di business	Fonti di finanziamento	Performance economica	Lotta alla corruzione attiva e passiva
	Performance economica	Performance economica	
	Trasparenza delle informative		
	Soddisfazione degli utenti	Etichettatura di prodotti e servizi; Interazione con l'audience	
	Settore media e modello di business	-	
	Catena di fornitura responsabile	Trasporti; Materie prime	Ambientali
Governance e compliance	Governance	-	
	Integrità di business	Anti-corruzione ; Compliance	Lotta alla corruzione attiva e passiva
Responsabilità di prodotto	Indipendenza e responsabilità editoriale	Creazione di contenuti ; Performance economica	
	Qualità dei contenuti	Creazione dei contenuti	
	Pubblicità responsabile e marketing	Comunicazione di marketing	
	Promozione della cultura e partecipazione con il territorio	Media literacy	Sociali
	Privacy e protezione dei dati	Privacy dei clienti	
Responsabilità verso le persone	Facilità e accessibilità al servizio	-	
	Valorizzazione e sviluppo delle competenze	Occupazione; Formazione e istruzione	Attinenti al personale
	Condizioni e pratiche di lavoro	Salute e sicurezza sul lavoro; Relazioni industriali	Attinenti al personale
	Diversità e pari opportunità	Diversità e pari opportunità; Pari retribuzione per uomini e donne	Attinenti al personale
	Salute e sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza sul lavoro	Attinenti al personale
Responsabilità ambientale	Efficienza dei processi e gestione della carta	Materie prime	Ambientali
	Emissioni e ambiente	Emissioni; Energia; Rifiuti	Ambientali
	Distribuzione e logistica	Trasporti	Ambientali
	Gestione delle risorse idriche	Acqua	Ambientali

Perimetro degli aspetti materiali di GEDI

ASPETTI MATERIALI	Perimetro degli aspetti materiali	
	Interno	Esterno
Economica		
Performance economica	GEDI	-
Ambientale		
Materie prime	GEDI	-
Energia	GEDI	-
Acqua	GEDI	-
Emissioni	GEDI	-
Scarichi e rifiuti	GEDI	-
Prodotti e servizi	GEDI	-
Trasporti	GEDI	-
Sociale		
Sottocategoria: Pratiche di lavoro e condizioni di lavoro adeguate		
Occupazione	GEDI	-
Relazioni industriali	GEDI	-
Salute e sicurezza sul lavoro	GEDI	-
Formazione e istruzione	GEDI	-
Diversità e pari opportunità	GEDI	-
Pari retribuzione per uomini e donne	GEDI	-
Sociale		
Sottocategoria: Società		
Comunità locali	GEDI	-
Anticorruzione	GEDI	-
Compliance	GEDI	-
Sociale		
Sottocategoria: Responsabilità di prodotto		
Comunicazione di marketing	GEDI	-
Privacy dei clienti	GEDI	-
Compliance	GEDI	-
GRI Media Sector		
Creazione di contenuti	GEDI	-
Interazione con l'audience	GEDI	-
Media literacy	GEDI	-

GRI Content Index

Il Bilancio di Sostenibilità 2017 di GEDI è stato redatto sulla base delle linee guida del Global Reporting Initiative GRI - G4 secondo l'opzione "In accordance - Core". La tabella che segue riporta le informazioni di Gruppo basate sulle linee guida GRI - G4 con riferimento all'analisi di materialità di GEDI.

Indicatore		Riferimenti di pagina/note
GENERAL STANDARD DISCLOSURE		
Strategia ed analisi		
G4 - 1	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia	4
Profilo dell'organizzazione		
G4 - 3	Nome dell'organizzazione	6; 10
G4 - 4	Principali marchi, prodotti e servizi	10-14
G4 - 5	Sede principale	10-14
G4 - 6	Paesi di operatività	10-14
G4 - 7	Assetto proprietario e forma legale	19-20
G4 - 8	Mercati serviti	10-14
G4 - 9	Dimensione dell'organizzazione	10-14; 24; 42; 56
G4 - 10	Caratteristiche della forza lavoro	42-47; 57
G4 - 11	Percentuale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	44
G4 - 12	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione	49-50
G4 - 13	Cambiamenti significativi della dimensione, struttura, assetto proprietario o catena di fornitura dell'organizzazione avvenuti nel periodo di rendicontazione	5-7
G4 - 14	Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	19-20
G4 - 15	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali	30-34
G4 - 16	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionali e/o internazionali in cui l'organizzazione detiene una posizione presso gli organi di governo	30-32
Materialità e perimetro del report		
G4 - 17	Struttura operativa dell'organizzazione, considerando anche le divisioni principali, aziende operative, sussidiarie e joint venture	10-14; 5-7
G4 - 18	Processo per la definizione dei contenuti del Bilancio di Sostenibilità	5-6; 16-17
G4 - 19	Aspetti materiali identificati	16-17
G4 - 20	Aspetti materiali interni all'organizzazione	16-17
G4 - 21	Aspetti materiali esterni all'organizzazione	16-17
G4 - 22	Modifiche di informazioni rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	5-7
G4 - 23	Cambiamenti significativi in termini di obiettivi e perimetri rispetto al precedente Bilancio di Sostenibilità	5-7
Stakeholder engagement		
G4 - 24	Categorie e gruppi di stakeholder coinvolti dall'organizzazione	16-17
G4 - 25	Processo di identificazione degli stakeholder	16-17

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Indicatore		Riferimenti di pagina/note
G4 - 26	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder, incluso frequenze e tipologie di attività	16-17
G4 - 27	Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	16-17
Profilo del report		
G4 - 28	Periodo di rendicontazione del Bilancio di Sostenibilità	5-7
G4 - 29	Data di pubblicazione del precedente Bilancio di Sostenibilità	5-7
G4 - 30	Ciclo di rendicontazione	5-7
G4 - 31	Contatti per chiedere informazioni sul Bilancio di Sostenibilità	5-7
G4 - 32	Indice dei contenuti GRI	63-66
G4 - 33	Politiche e pratiche di assurance esterna	67
Governance		
G4 - 34	Struttura di governo dell'organizzazione	18-19
Etica		
G4 - 56	Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'organizzazione	23; 30-34

Indicatore	Riferimenti di pagina/note	Omissione
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE		
INDICATORI ECONOMICI		
ASPETTO MATERIALE: Performance economica		
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	27-29
G4 - EC1	Valore Economico direttamente generato e distribuito	28-29
G4 - EC4	Finanziamenti significativi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione	30
G4 - M1	Finanziamenti significativi e altre sovvenzioni ricevuti da enti privati	30
INDICATORI AMBIENTALI		
ASPETTO MATERIALE: Materie prime		
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	49-50
G4 - EN1	Materie prime utilizzate per peso e volume	49-50; 59
ASPETTO MATERIALE: Energia		
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	49-52
G4 - EN3	Consumo interno di energia	50-52; 60
G51 G4 - EN6	Riduzione del consumo di energia	50-52
ASPETTO MATERIALE: Acqua		
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	54
G4 - EN8	Prelievo di acqua per fonte	54; 60
ASPETTO MATERIALE: Emissioni		
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	52-53

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
G4 - EN15	Emissioni di gas serra dirette (Scopo I)	52-53	
G4 - EN16	Emissioni di gas serra indirette (Scopo II)	52-53	
G4 - EN17	Altre emissioni di gas serra indirette (Scopo III)	52-53	
ASPETTO MATERIALE: Scarichi e rifiuti			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	53-54	
G4 - EN23	Peso totale dei rifiuti per tipo e modalità di smaltimento	53-54; 59	
ASPETTO MATERIALE: Trasporti			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	51-52; 56	
G4 - EN30	Impatti ambientali significativi derivanti dal trasporto di prodotti e materiali	51-52; 56	
INDICATORI SOCIALI			
<i>Sottocategoria: Pratiche di lavoro e condizioni di lavoro adeguate</i>			
ASPETTO MATERIALE: Occupazione			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	42	
G4 - LA1	Numero totale di nuovi assunti e turnover per fasce di età, genere e aree geografiche	42-44; 58	
ASPETTO MATERIALE: Relazioni industriali			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	44	
G4 - LA4	Periodo minimo di preavviso per modifiche operative (cambiamenti organizzativi)	44	
ASPETTO MATERIALE: Salute e sicurezza sul lavoro			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	41; 47-48	
G4 - LA6	Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica e per genere	47-48; 59	
ASPETTO MATERIALE: Formazione e istruzione			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	42; 46-47	
G4 - LA9	Ore medie di formazione annue per dipendente suddivise per genere e categoria professionale	46-47; 58	
ASPETTO MATERIALE: Diversità e pari opportunità			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	42; 45-46	
G4 - LA12	Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per genere, età e altri indicatori di diversità	19-20; 45-46; 57-58	
ASPETTO MATERIALE: Pari retribuzione per uomini e donne			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	42; 46	
G4 - LA13	Rapporto tra la remunerazione media delle donne e quella degli uomini a parità di categoria e suddiviso per sedi operative più significative	46	
<i>Sottocategoria: Società</i>			
ASPETTO MATERIALE: Comunità locali			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	34-41	

Dichiarazione Consolidata di Carattere Non-Finanziario

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
G4 - SO1	Interventi effettuati che coinvolgono la comunità locale, impatto sulla comunità, programmi di sviluppo	34-41	
ASPETTO MATERIALE: Anticorruzione			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	19-22	
G4 - SO4	Percentuale dei lavoratori che hanno ricevuto formazione sulle politiche e procedure anticorruzione	22	
G4 - SO5	Episodi di corruzione e azioni intraprese	22	
ASPETTO MATERIALE: Compliance			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	19-22	
G4 - SO8	Valore monetario delle sanzioni significative e numero totale di sanzioni non monetarie per non conformità a leggi o regolamenti	Nel corso del 2017 non ci sono state sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti	
Sottocategoria: Responsabilità di prodotto			
ASPETTO MATERIALE: Comunicazione di marketing			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	32-33	
G4 - PR7	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	32-33	
ASPETTO MATERIALE: Privacy dei clienti			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	34	
G4 - PR8	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori	34	
ASPETTO MATERIALE: Compliance			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	30-34	
G4 - PR9	Valore monetario delle sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	Nel corso del 2017 non ci sono state sanzioni significative per non conformità a leggi o regolamenti riguardanti la fornitura e l'utilizzo di prodotti e servizi	
ASPETTO MATERIALE: Creazione di contenuti			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	29-33	
G4 - M2	Metodologia di valutazione e monitoraggio dell'aderenza ai valori di creazione dei contenuti	29-33	
G4 - M3	Azioni intraprese per migliorare l'aderenza ai valori di creazione dei contenuti e risultati ottenuti	29-33	
ASPETTO MATERIALE: Interazione con l'audience			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	24-25; 34-40	
G4 - M6	Metodi di interazione con il pubblico	24-25; 34-40	
ASPETTO MATERIALE: Media literacy			
G4 - DMA	Informativa generica sulle modalità di gestione	34-40	
G4 - M7	Azioni intraprese per formare il pubblico attraverso lo sviluppo dell'alfabetizzazione dei media e i risultati ottenuti	34-40	



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 n. 20267

*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 n. 20267, 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 (nel seguito anche il "Gruppo" o "Gruppo GEDI") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 5 marzo 2018 e successivamente integrata in data 29 marzo 2018 (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").

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

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

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

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

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

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

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai GRI Standards. 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 dell'impresa 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 incluse 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. e della Elemedia 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 la società GEDI Printing S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base delle sua attività e del suo 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 2017 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 agli esercizi chiusi al 31 dicembre 2016 ed al 31 dicembre 2015, il Gruppo ha predisposto bilanci di sostenibilità, i cui dati sono utilizzati a fini comparativi all'interno della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario. Il bilancio di sostenibilità al 31 dicembre 2016 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, mentre il bilancio di sostenibilità chiuso al 31 dicembre 2015 non è stato sottoposto a verifica.

Roma, 4 aprile 2018

KPMG S.p.A.

Benedetto Gamucci
Socio