

Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario  
ai sensi del D.Lgs. 254/2016

Bilancio  
di Sostenibilità  
2018





# Indice

<b>LETTERA AGLI STAKEHOLDER</b>	<b>5</b>
<b>INTRODUZIONE</b>	<b>6</b>
<b>IL GRUPPO</b>	<b>10</b>
<b>GESTIONE RESPONSABILE DEL BUSINESS</b>	<b>36</b>
<b>LA RESPONSABILITÀ EDITORIALE</b>	<b>55</b>
<b>L'ATTENZIONE VERSO I NOSTRI OSPITI</b>	<b>59</b>
<b>RESPONSABILITÀ ECONOMICA</b>	<b>61</b>
<b>RESPONSABILITÀ SOCIALE</b>	<b>65</b>
<b>RESPONSABILITÀ AMBIENTALE</b>	<b>79</b>
<b>ALLEGATI</b>	<b>92</b>
<b>GRI CONTENT INDEX</b>	<b>107</b>
<b>RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE</b>	<b>113</b>

BOLOGNA 20 MARZO 1885

SIAMO DA SEMPRE PIONIERI DELLO SVILUPPO TECNOLOGICO DELL'EDITORIA,  
ABBINANDO LA RICERCA E L'INNOVAZIONE CON LA GRANDE TRADIZIONE DEI PRINCIPI E VALORI  
ALLA BASE DEI QUOTIDIANI PIÙ ANTICHI D'ITALIA

*la tradizione è un'innovazione ben riuscita*

Oscar Wilde

## LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Il Bilancio di Sostenibilità è diventato per noi un appuntamento fondamentale, per trasmettere ai nostri Stakeholder una panoramica sulle principali iniziative del Gruppo Monrif nel campo della responsabilità sociale, economica e ambientale.

Anche il 2018 è stato un anno complesso per il settore dell'editoria; tale situazione ci ha stimolato nella ricerca di nuove soluzioni per affrontare i cambiamenti, più strutturati e radicali, che coinvolgono tutti i player che gravitano nell'universo dell'editoria, al fine di affrontare con ottimismo le sfide che ci attendono.

Forti della nostra storia, che ci ha visti da sempre partecipare alla vita del territorio, non solo come puntuali testimoni e narratori degli accadimenti, e consapevoli del fatto che i nostri lettori sono sempre più attenti alle tematiche di sostenibilità, abbiamo intensificato il nostro rapporto con le realtà culturali, economiche e sociali delle nostre regioni, per continuare ad essere coprotagonisti nella creazione di un valore condiviso.

In quest'ottica, saremo sempre più presenti nel territorio, con i giornalisti e i collaboratori delle nostre testate, sia cartacee sia online, in prima linea in tutti i fatti più importanti, a testimoniare il nostro impegno nel pretendere un paese migliore, nella lotta alle fake news, nelle battaglie per la sicurezza sulle strade, per il diritto al lavoro, nelle campagne contro il degrado e per le politiche in aiuto alle famiglie. Daremo sempre più spazio ai nostri lettori, per denunciare in prima persona, per raccontare i fatti, belli e brutti, di ogni giorno, rendendoli cronisti del loro giornale.

La diversificazione delle attività ci ha permesso di affermare la nostra presenza in settori diversi da quelli dell'editoria come la pubblicità, la stampa e l'ospitalità. Elementi quali la professionalità e l'efficienza, che da sempre ci contraddistinguono, sono messi a disposizione dei Monrif Hotels (ospitalità) e di Speed (pubblicità).



L'AMMINISTRATORE DELEGATO  
ANDREA RIFFESER MONTI

## NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta la **Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario** (di seguito anche “DNF” o “Bilancio di Sostenibilità”) del Gruppo Monrif (di seguito anche il “Gruppo” o “Monrif”), predisposta in conformità alle disposizioni del **D.Lgs. 254/2016**.

Come previsto dall’Art. 5 del D.Lgs. 254/2016 il presente documento costituisce una relazione distinta contrassegnata con apposita dicitura al fine di ricondurla alla Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario prevista dalla normativa.

Il presente documento riporta, nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell’attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto dallo stesso prodotto in merito ai temi ritenuti rilevanti e previsti dagli Art 3 e 4 del D.lgs. 254/16, con riferimento all’esercizio 2018 (dal 1 gennaio al 31 dicembre). In particolare, la definizione degli aspetti rilevanti riflette i risultati emersi dall’analisi di materialità, svolta sulla base dell’approccio descritto nel paragrafo **“L’analisi di materialità”**.

Si segnala che, considerata la tipologia di prodotti e servizi offerti, l’area geografica di operatività, le categorie di personale impiegate e le tipologie di forniture, il Gruppo non ha ritenuto significativo il rischio di violazione dei diritti umani (ad eccezione della tematica relativa alla libertà di espressione), pertanto il tema dei diritti umani non risulta rilevante al fine di assicurare la comprensione dell’attività di impresa.

Il presente Bilancio di Sostenibilità è redatto in conformità ai **“Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards”** definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative, secondo l’opzione “in accordance Core”.

Con riferimento ai **dati economici**, il perimetro di rendicontazione risulta essere lo stesso del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2018 del Gruppo Monrif.

Relativamente alle informazioni qualitative e ai dati quantitativi degli **aspetti sociali e ambientali**, sono state incluse nel perimetro di rendicontazione le società consolidate con il metodo integrale all’interno del Bilancio Consolidato al 31 dicembre 2018 del Gruppo Monrif<sup>1</sup>.

Eventuali variazioni al perimetro sopra indicato sono opportunamente segnalate nel documento e, laddove presenti, non compromettono l’adeguata rappresentazione dell’attività di impresa.

Con riferimento alle **variazioni della struttura organizzativa del Gruppo intervenute nel corso del 2018** si segnala che la società Editrice Il Giorno S.r.l. è stata fusa per incorporazione a Poligrafici Editoriale S.p.A. Questa variazione non ha impatti sui dati sociali e ambientali del Gruppo.

Si precisa che all’interno del documento è utilizzato il termine **“Gruppo Poligrafici”** per indicare Poligrafici Editoriale S.p.A. e le sue controllate e il termine **“EGA”** per indicare E.G.A Emiliana Grandi Alberghi S.r.l.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo è stato inserito, laddove possibile, il confronto con i dati relativi all’anno 2017.

Qualora non fossero stati disponibili dati puntuali, si è proceduto ad una stima conservativa attraverso metodologie di calcolo opportunamente descritte all’interno dei capitoli.

La presente DNF è stata redatta tramite il contributo delle principali funzioni aziendali. I dati e le informazioni riportate nel presente documento si fondano sui principi di *equilibrio, comparabilità, accuratezza, tempestività, affidabilità e chiarezza* che garantiscono la qualità dell’informativa come definito dagli Standard GRI.

<sup>1</sup> Per l’elenco delle società consolidate con il metodo integrale si rimanda all’Allegato 1 “Prospetto riassuntivo delle società del Gruppo” del Bilancio consolidato al 31 dicembre 2018 del Gruppo Monrif, pubblicato nella sezione “Gruppo - Dati finanziari” del sito [www.monrifgroup.net](http://www.monrifgroup.net).

È parte integrante del presente documento la sezione “Allegati” in cui sono riportate le informazioni di dettaglio e le tabelle al fine di dare completa evidenza della copertura degli indicatori GRI associati ad ogni tematica emersa come materiale.

La periodicità della pubblicazione della DNF è impostata secondo una frequenza annuale. Il presente documento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Monrif S.p.A. in data 19 marzo 2019.

Il presente documento è inoltre oggetto di un esame limitato (“limited assurance engagement”, secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Deloitte & Touche S.p.A., secondo le procedure indicate nella “Relazione della Società di Revisione”, inclusa nel presente documento.

La precedente DNF è stata pubblicata sul sito del Gruppo ([www.monrifgroup.net](http://www.monrifgroup.net)) ad aprile 2018.

Il Gruppo Monrif ha previsto un percorso di miglioramento continuo su tutti gli aspetti di sostenibilità al fine di aderire in maniera sempre più virtuosa a quanto previsto alle *best practice* di settore.

Si segnala infatti che nei primi mesi del 2019 è stata approvata dal Comitato Controllo e Rischi la Procedura di rendicontazione della Dichiarazione Consolidata di carattere non finanziario (c.d. procedura di reporting).

Si segnala inoltre che il Gruppo ha intrapreso un percorso di miglioramento continuo nell’ambito dei temi di sostenibilità. Questo includerà anche una maggiore integrazione di tali temi nell’ambito dell’analisi dei principali rischi generati o subiti, anche in tema di investimenti e finanziamenti.

In particolare, con riferimento alle informazioni previste dall’Art 3, comma 2 del D.lgs. 254/16, il Gruppo prevede di approfondire l’analisi dei principali rischi ESG (*Environmental, Social, Governance*) generati o subiti, che derivano dalle attività del Gruppo e di ampliare il sistema di gestione del rischio sviluppando, se necessario, adeguate iniziative di mitigazione.

A seguito di tale analisi il Gruppo prevede l’adozione di una specifica policy che definisca le linee di indirizzo in ambito di sostenibilità o l’integrazione di tali tematiche nelle policy già esistenti, al fine di promuovere lo sviluppo di strategie e obiettivi da parte delle società del Gruppo, relativamente ai temi di sostenibilità ritenuti rilevanti.

Con riferimento ai temi ambientali, il Gruppo presidia i principali ambiti connessi agli impatti ambientali diretti del Gruppo e, in ottica di miglioramento continuo, si impegna ad adottare linee guida di medio-lungo periodo e una policy ambientale al fine di ridurre l’impatto diretto generato in termini di utilizzo di risorse energetiche da fonti non rinnovabili, emissioni di gas ad effetto serra prodotte, consumi idrici e gestione dei rifiuti.

Lo sviluppo e l’implementazione di tale progettualità è previsto entro dicembre 2019.

Per maggiori informazioni sui contenuti del Bilancio di Sostenibilità, contattare:

STEFANIA DAL RIO  
DIRETTORE IMMAGINE E COMUNICAZIONE  
EMAIL: [RELAZIONI.ESTERNE@MONRIF.NET](mailto:RELAZIONI.ESTERNE@MONRIF.NET)  
TEL: +39 - 0516006075

## LA STRUTTURA DEL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Nel **capitolo “Il Gruppo”** viene presentato il Gruppo Monrif attraverso la descrizione degli eventi chiave che hanno segnato la sua storia e delle attività che svolge. In seguito, sono descritte le collaborazioni e le più importanti partnership con associazioni e organizzazioni rilevanti nell’ambito dei principali business in cui opera. Sono inoltre riportati i valori che ispirano il Gruppo Monrif nello svolgimento delle attività. Infine, viene descritto il processo di identificazione degli Stakeholder e la prioritizzazione delle tematiche di sostenibilità per il Gruppo Monrif, attraverso l’analisi di materialità.

Il **capitolo “Gestione responsabile del business”** si concentra sulla responsabilità dell’azienda nella gestione del business. In particolare, sono rappresentati i principali strumenti di Corporate Governance, di gestione dei rischi e della privacy dei quali il Gruppo Monrif si avvale come il Codice Etico, l’adozione del Modello 231 e altri regolamenti interni.

I capitoli **“La responsabilità editoriale”** e **“L’attenzione verso i nostri ospiti”** sono dedicati alla descrizione di come Monrif operi, nel settore dell’editoria e dell’ospitalità. In particolare, nel capitolo **“La responsabilità editoriale”** sono descritti i principi cardine dell’attività editoriale mentre nel capitolo **“L’attenzione verso i nostri ospiti”** sono riportate le caratteristiche e i principi riferite al settore alberghiero.

Nel **capitolo “Responsabilità economica”** sono descritti i risultati economico-finanziari del Gruppo Monrif, la distribuzione del valore generato e l’approccio di Monrif nei rapporti con i Soci ed investitori.

Il **capitolo “Responsabilità sociale”** si incentra sulle caratteristiche dell’organico di Monrif e le politiche aziendali riguardo la salute e sicurezza, la remunerazione dei dipendenti e lo sviluppo di talenti. L’ultima parte del capitolo descrive i principali impatti economici indiretti generati verso l’esterno.

Nel **capitolo “Responsabilità ambientale”** sono riportati i dati che meglio rappresentano l’attenzione del Gruppo verso l’ambiente quali impatti energetici, consumi di gas ad effetto serra e utilizzo delle risorse idriche. Infine, l’approccio alla catena di fornitura è descritto dettagliatamente e fornisce informazioni sui metodi di gestione e sui dati quantitativi dei prodotti acquistati nel capitolo **“Gestione responsabile della catena di fornitura”**.

Alla fine del presente documento sono riportati gli **Allegati**, per fornire un dettaglio maggiore dei dati contenuti nei capitoli “responsabilità economica”, “responsabilità sociale” e “responsabilità ambientale” e il **GRI Content Index** che rappresenta i contenuti dalla DNF in relazione ai GRI Standards a cui corrispondono.





## VISION E MISSION

Crediamo in un'**informazione** indipendente, fedele ai propri lettori, attenta alla realtà del proprio territorio ma aperta ai cambiamenti ed alle contaminazioni esterne. Perché solo attraverso la qualità, la verifica e l'attendibilità delle notizie, nel rispetto dei principi di libertà, correttezza e pluralismo, è possibile contribuire allo sviluppo della società civile, soprattutto in quest'epoca di grande fruibilità favorita dallo sviluppo di Internet.

Siamo da sempre pionieri dello sviluppo tecnologico dell'editoria, abbinando la ricerca e l'innovazione con la grande tradizione dei principi e valori alla base dei quotidiani più antichi d'Italia.

Crediamo in una **ospitalità** di stile ed eleganza per i viaggiatori d'affari e per il tempo libero, nel servizio e nell'attenzione dedicati al nostro ospite, elemento centrale delle nostre scelte.

## LA STORIA

Monrif, ovvero Monti Riffeser, una delle più belle ed affascinanti storie del capitalismo italiano che dal quartier generale di Bologna e nel segno della tradizione imprenditoriale fondata dal Cavaliere del Lavoro Attilio Monti, è diventato un Gruppo leader nel mercato dell'Editoria, Stampa, Nuove Tecnologie e Ospitalità.

La holding del Gruppo Monrif è Monrif S.p.A., società quotata alla Borsa di Milano dal 1986, con sede sociale a Bologna in via Enrico Mattei, 106.

La società è attiva nell'editoria tramite la Poligrafici Editoriale S.p.A. (che controlla per il 64,8%) e, per il tramite delle controllate di quest'ultima, opera nel settore della raccolta pubblicitaria con Società Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A. ("Speed"), nel settore digital tramite Monrif Net S.r.l. e nel settore della stampa poligrafica con Poligrafici Printing S.p.A.

Il Gruppo Monrif opera inoltre nel settore dell'ospitalità tramite E.G.A. Emiliana Grandi Alberghi S.r.l. con hotel a Bologna e Milano.



- 1976** Editoriale (ora Gruppo Monrif) acquista la partecipazione di controllo della società S.A Poligrafici il Resto del Carlino
- 1977** Editoriale assorbe le società editrici dei quotidiani La Nazione e il Resto del Carlino, che facevano capo ad S.A Poligrafici il Resto del Carlino  
S.A Poligrafici il Resto del Carlino viene rinominata Poligrafici Editoriale
- 1986** Il Gruppo e la Società Poligrafici Editoriale vengono quotati in borsa
- 1989** Il Gruppo acquisisce il controllo della Spe (Società Pubblicità Editoriale) ora Speed (Società pubblicità editoriale e Digitale)
- 1996** Il società assume l'attuale denominazione di Monrif S.p.A.
- 1997** Il Gruppo acquista dalla Sogedit (Gruppo ENI) le azioni della Editrice Il Giorno e della Nuova Same (che si occupava dellastampa del quotidiano nazionale Il Giorno)  
Viene scorporato il ramo aziendale della stampa del quotidiano La Nazione a favore della controllata Case Nuove S.r.l. (ora Centro Stampa Poligrafici S.r.l.)
- 2007** Riorganizzazione della produzione di Poligrafici attraverso l'investimento in tre nuove rotative per la stampa full color di quotidiani e di una rotativa per la stampa commerciale
- 2010** Quotazione del Gruppo Poligrafici Printing, attivo nella stampa poligrafica e grafica
- 2014** Acquisto di una rotativa KBA Colora CT per la stampa grafica
- 2015** GoSpeed ha realizzato il nuovo sito corporate del Gruppo Monrif, in due lingue: italiano e inglese e rendendolo più fruibile, intuitivo e moderno
- 2016** Restyling siti internet in tecnologia responsive. Potenziate le App di informazione.
- 2017** Redazione del primo Bilancio di Sostenibilità  
Ripresa delle pubblicazioni del Telegrafo
- 2018** Restyling dei siti ottimizzando la navigazione sul telefono mobile  
Il Gruppo Poligrafici Printing inizia a stampare commesse non captive

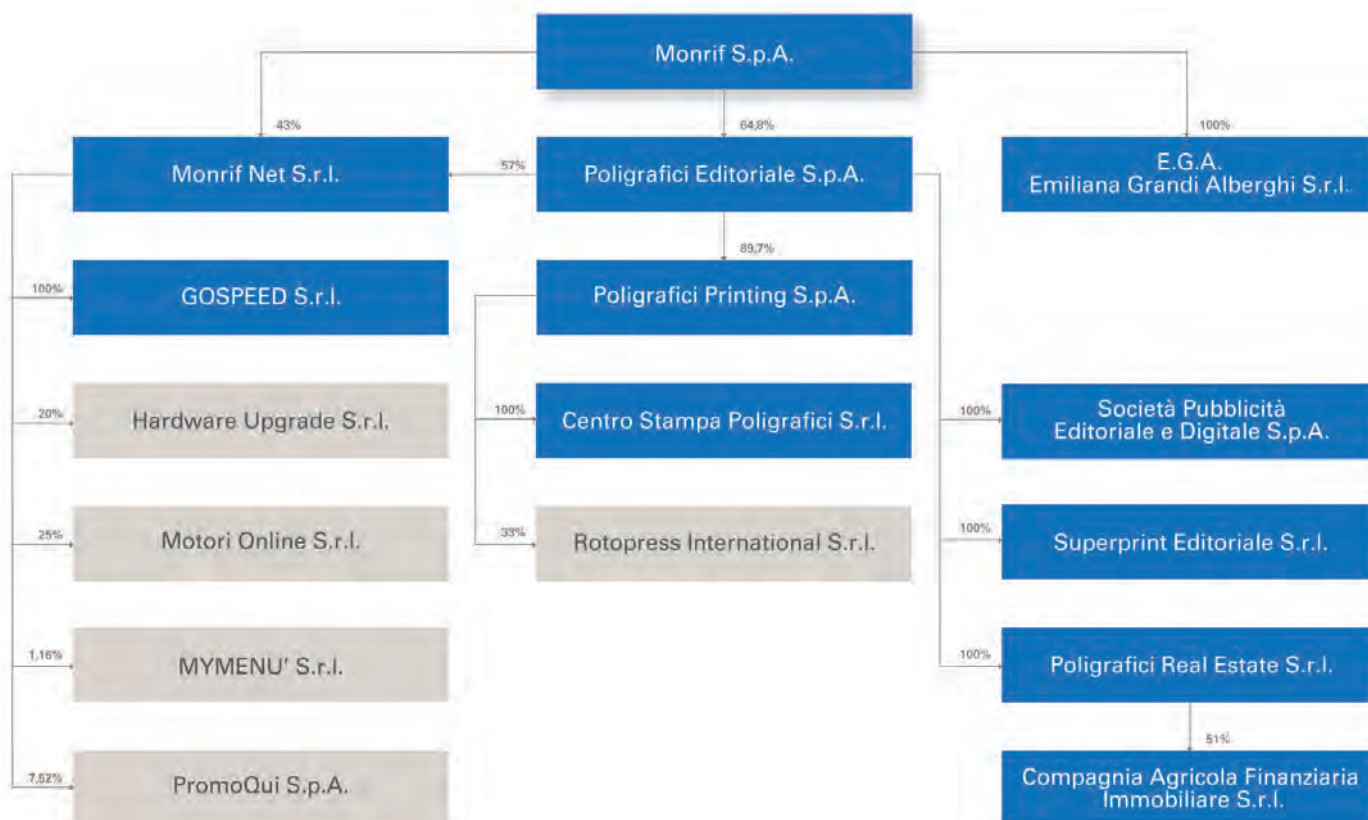
## LA PRESENZA SUL TERRITORIO

Il Gruppo Monrif opera sul territorio italiano con stabilimenti, uffici, redazioni e hotel che si concentrano nell'area centro nord del Paese.

- 1** Uffici Gruppo Monrif, Quotidiano Nazionale e il Resto del Carlino - Bologna
- 2** Royal Hotel Carlton - Bologna
- 3** Hotel Internazionale - Bologna
- 4** Stabilimento produttivo - Bologna
- 5** Redazioni locali
- 6** Royal Garden Hotel - Milano
- 7** Uffici Il Giorno - Milano
- 8** Stabilimento produttivo - Capalle - Campi Bisenzio - Firenze
- 9** Uffici La Nazione - Firenze



## LA STRUTTURA SOCIETARIA DEL GRUPPO<sup>2</sup>



Il Gruppo Monrif, di cui la capogruppo Monrif S.p.A. è la holding finanziaria, opera nei settori editoriale/new media, pubblicitario, stampa, servizi alberghieri e immobiliare, in particolare:

- **5 quotidiani** con le testate QN Quotidiano Nazionale, QN Il Resto del Carlino, QN La Nazione, QN Il Giorno e QN Telegrafo;
- **new media** tramite la società Monrif Net S.r.l. e le società dalla stessa controllata e collegate nel settore editoriale, internet e multimediale;
- **2 periodici** d'intrattenimento con Cavallo Magazine ed Enigmistica;
- **pubblicità** con la concessionaria Società Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A. ("Speed")
- **attività di stampa** tramite Poligrafici Printing S.p.A., holding che controlla Centro Stampa Poligrafici S.r.l. ("CSP") e detiene una quota del 33% nella Rotopress International S.r.l.;
- **servizi alberghieri** tramite EGA Emiliana Grandi Alberghi S.r.l. ("EGA");
- **settore immobiliare** tramite le società Poligrafici Real Estate S.r.l. che detiene la proprietà di alcuni immobili e Compagnia Agricola Finanziaria Immobiliare S.r.l. proprietaria di un'area sita nel Comune di Bologna attualmente destinata a verde agricolo.

<sup>2</sup> La mappa riporta tutte le società controllate e le principali società collegate dal Gruppo Monrif a. In azzurro scuro sono riportate le società consolidate integralmente incluse nel perimetro di rendicontazione della presente DNF.



**EDITORIA**



EDITORIA - POLIGRAFICI EDITORIALE

# Poligrafici Editoriale

Poligrafici Editoriale S.p.A. opera nel settore media off e on line, e tramite le proprie controllate nelle aree della stampa quotidiana e periodica, della raccolta pubblicitaria.

In particolare, Poligrafici Editoriale S.p.A. edita 3 quotidiani fortemente radicati nelle proprie aree di diffusione con un totale di 38 edizioni locali:

**IL GIORNO**

**IL RESTO DEL CARLINO**

**LA NAZIONE**

**IL TELEGRAFO**

*QN Il Resto del Carlino* è il primo quotidiano in Emilia Romagna e nelle Marche ed è diffuso anche nella provincia di Rovigo.

*QN La Nazione* è leader in Toscana, Umbria e viene distribuito anche nella provincia di La Spezia.

*QN Il Giorno* è il quotidiano di Milano e della Lombardia.

Dall'8 luglio 2017, Poligrafici Editoriale ha riportata in edicola *Il Telegrafo*, storica testata della città di Livorno, con un'informazione puntuale e approfondita e con l'ambizione di raccontare la Livorno di oggi e quella del futuro.

Attraverso i quotidiani pubblicati da Poligrafici Editoriale, le aziende offrono i loro prodotti e servizi ai consumatori mettendo a disposizione dei clienti spazi pubblicitari di vari formati, sia tradizionali sia redazionali, per consentire un maggiore impatto in pagina e quindi una più alta memorizzazione della comunicazione pubblicitaria. In questo scenario, la concessionaria Speed ha la funzione di studiare insieme all'inserzionista posizioni, iniziative e prodotti personalizzati in modo da ottenere la massima efficacia dall'investimento.



# IL GIORNO il Resto del Carlino LA NAZIONE IL TELEGRAFO

Quotidiano Nazionale è il fascicolo comune a il Resto del Carlino, La Nazione e Il Giorno e rappresenta all'interno del panorama della stampa quotidiana uno dei primi casi di glocalizzazione editoriale con news dall'Italia e dall'estero, politica, economia, finanza, attualità, sport e approfondimenti tematici (QN Economia & Lavoro, Auto & Motori, Tempo Libero, Moda & Bellezza, Il Piacere della Lettura, Salute).

## I NUMERI DI QN

Il settore dell'editoria ha registrato negli ultimi anni una flessione negativa dovuta all'utilizzo sempre più massivo di formati digitali. Tale fenomeno si ripercuote nell'andamento decrescente delle copie vendute dalle tre testate del Gruppo Monrif.

I dati di riferimento con cui vengono monitorati i risultati di QN Quotidiano Nazionale sono:

- **misurazione delle copie vendute**, fonte ADS (la società che certifica e divulga i dati relativi alla tiratura e alla diffusione e/o distribuzione della stampa quotidiana e periodica di qualunque specie pubblicata in Italia);
- **misurazione delle copie lette**, fonte Audipress (l'indagine monitora le abitudini di lettura in Italia offrendo dati per tracciare il profilo sociodemografico dei lettori e i loro comportamenti di lettura);
- **dati interni** (stime e valutazioni delle copie vendute basate su elaborazioni dei dati ricevuti dagli Uffici Diffusione dei nostri 3 quotidiani).

In termini numerici, le copie vendute dei tre quotidiani sono diminuite dalle 205.849 copie di dicembre 2017 (fonte ADS) alle 200.674 di dicembre 2018<sup>3</sup>. Nonostante questo calo verificatosi negli ultimi anni, nel corso del 2018 QN si conferma uno dei più importanti quotidiani italiani affermandosi per 10 rilevazioni su 12, al primo posto per numero di copie medie vendute in edicola e nella grande distribuzione<sup>4</sup> e al primo posto tra i giornali di informazione generalista più letti, solo formato carta, con una media giornaliera di quasi 2 milioni di lettori<sup>5</sup>.

I quotidiani del Gruppo offrono una copertura e un approfondimento delle realtà nei territori di distribuzione attraverso gli strumenti che negli anni ha saputo creare ed aggiornare quali quotidiani, new media e pubblicità. La forte presenza territoriale nelle aree di diffusione è stata confermata nel corso del 2018, durante il quale QN è stato il primo, tra i competitors locali, per copie vendute in edicola.

L'indagine di Audipress cui si fa riferimento (2018/II) certifica che QN, **sempre nella sua area primaria di diffusione, è il quotidiano d'informazione con la più alta esclusività di lettura**: il 90% dei lettori sono esclusivi, ossia non leggono altri quotidiani di informazione, né Corriere della Sera, né Repubblica.

3 Fonte ADS. Le copie vendute si riferiscono alle vendite tramite canali previsti da disposizione di legge e abbonamenti pagati.  
4 Fonte dati ADS.  
5 Fonte Audipress 2018/II.





## PAROLE INCROCIATE



1 Sala che dovrebbe  
acustica - 9 Riceve  
- 10 Dorme acciam-  
uccherato - 12 Un po'  
Spiazzo nel bosco - 15  
eethoven - 16 Relative  
elli - 17 Si prepara sul  
capo della Serenissima  
erdiana ambientata in  
suberante e irrequieto -  
procedere - 26 Le bilance...  
io - 28 Casa su ruote - 29  
il collo a forma di S - 30  
tissimi - 31 La usa spesso  
o - 32 Ultimo, portato a  
o delle conifere - 35 Ornano  
appeti - 36 Liguria alla religione  
ce... risentita - 38 Ex capitale  
mita - 39 Si aziona con i peda-  
breve - 40 Coda di castoro - 41  
e poetiche - 42 Un lucertolone  
cresta - 44 Punto di partenza - 45  
riale attualmente vietato che era  
to utilizzato in edilizia - 46 Bagna  
ola di Sant'Elena.

**VERTICALE** 1 Giungere... a riva -  
Mezzo uovo - 3 Non soggetto a una  
malattia - 4 Copricapi un tempo usati  
dai papi - 5 Una gradazione di giallo - 6  
È de Janeiro in Brasile - 7 Si dice citan-  
dosi - 8 Un vezzo lezioso - 11 Ha l'Isarco  
tra i suoi affluenti - 12 Comprende  
he Montréal - 14 Il più diretto modo  
dere... in due parole - 15 Né  
agati - 17 Chiamato in

Vanessa Incontrada (l  
giudizio - 19 Aperte e ben v  
stelle e strisce (sigla) - 21 C  
- 22 Ha adoratori pagani -  
insinuazioni - 25 Messo i  
Gesto di intesa - 30 Enz  
Cotta in olio bollente -  
centrale, fulcro - 35 È s  
elabora lo stratega - 38  
Reynolds - 41 Questa r  
Si citano con i ma - 45

# CAVALLI

AZINE

TUTTO NUOV



IN AL  
CON CAV

INDE ANNI

EDITORIA - ENIGMISTICA

# ENIGMISTICA

Il settimanale di giochi Enigmistica, esce ogni martedì, e diffonde in Italia oltre 30.000 copie distribuite in Emilia Romagna, Marche, Toscana, Umbria e Lombardia.

EDITORIA - CAVALLO MAGAZINE

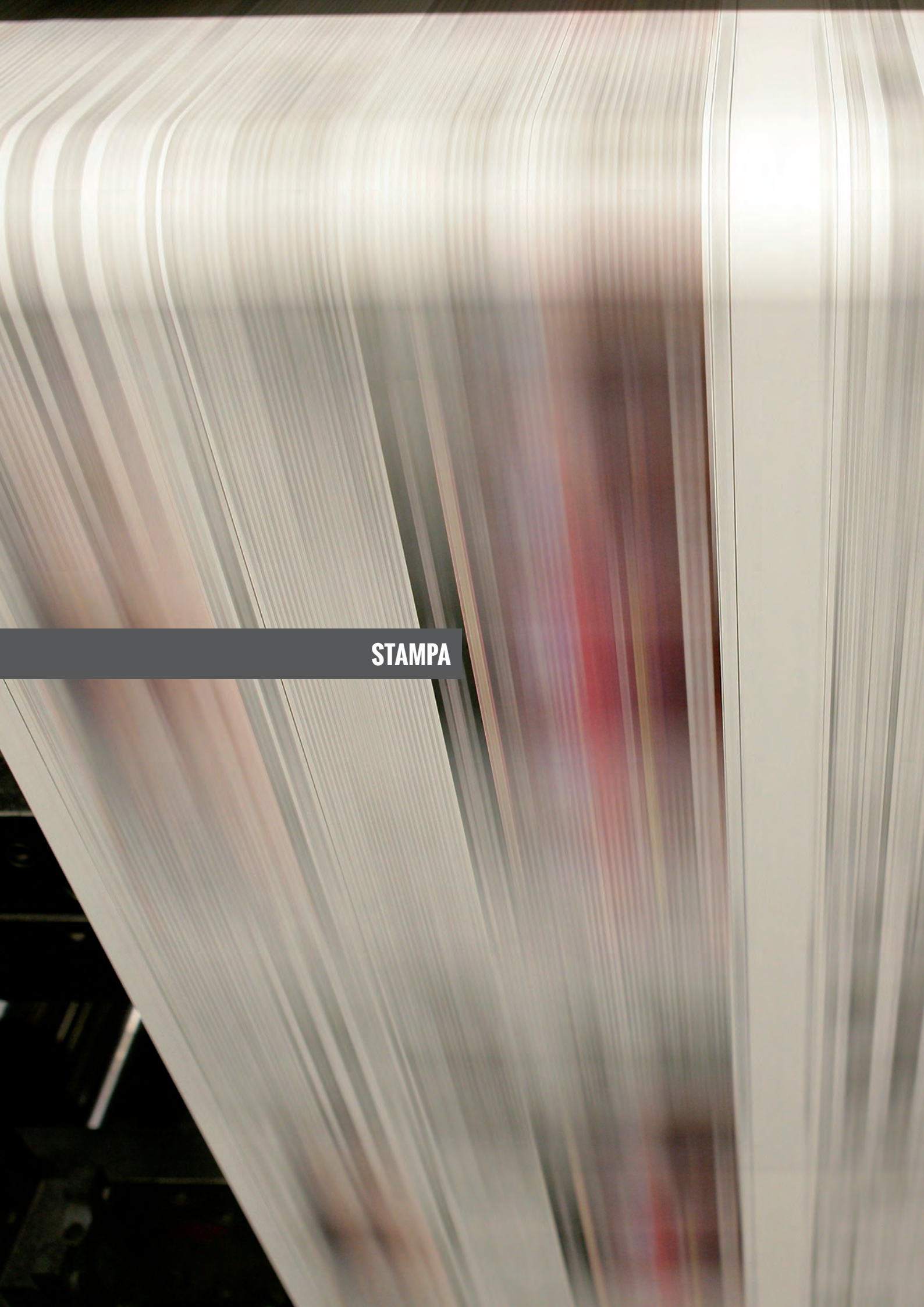
# CAVALLO

MAGAZINE

Cavallo Magazine, in edicola dal 1986, è il mensile leader del settore equitazione.

Al fine di rendere l'informazione quanto più completa e utile possibile, Cavallo Magazine dedica ampio spazio alle informazioni di carattere nazionale e internazionale, senza dimenticare l'attenzione ad una comunicazione sempre più capillare e radicata sul territorio. Così, Cavallo Magazine ha inserito un ottavo centrale dedicato alle cronache regionali, suddivise in tre macro-aree: Nord, Centro e Sud.

Cavallo Magazine offre nuove prospettive su opinioni, inchieste, aggiornamenti, personaggi che animano il mondo dei cavalli. E del resto, proprio i cavalli sono il leitmotif di Cavallo Magazine, una sorta di fil rouge che riunisce tutti i temi trattati e proposti ai lettori.



**STAMPA**



STAMPA - POLIGRAFICI PRINTING

# Poligrafici Printing

Poligrafici Printing S.p.A. è una holding di partecipazioni che detiene la partecipazione totalitaria in Centro Stampa Poligrafici S.r.l.

Inoltre possiede il 33% della Rotopress International S.r.l. società che opera nel mercato della stampa grafico commerciale e, per il tramite del veicolo societario Linfa S.r.l, circa il 3% del Fondo Parchi Agroalimentari Italiani (PAI) gestore del progetto F.I.C.O. Eataly World.

Poligrafici Printing S.p.A. opera sul mercato nazionale della stampa industriale di tipo poligrafico con una capacità produttiva articolata su rotative roto-offset (con e senza forno), operative fino a 24 ore al giorno, localizzate nei centri stampa di Bologna, Firenze, Milano e Loreto.

L'attività Poligrafica è rivolta sia alla stampa dei quotidiani del Gruppo Monrif, a cui la società fa capo che di commesse terze, quali ad esempio La Gazzetta di Parma, Il Tirreno e la Repubblica edizione toscana.

Il *business model* di Poligrafici Printing S.p.A. punta alla valorizzazione delle potenzialità offerte dal posizionamento strategico degli impianti produttivi e dalla capacità produttiva di stampa, che permette di offrire finestre di stampa in un settore caratterizzato da alte barriere all'entrata per la dimensione degli investimenti necessari e per le competenze tecniche che pochi operatori del settore possiedono.

Dal 16 marzo 2010 le azioni ordinarie di Poligrafici Printing S.p.A. sono quotate su AIM Italia. Nomad della società è MPS Capital

**PUBBLICITÀ**



PUBBLICITÀ - SPEED

# Speed

Società Pubblicità Editoriale e Digitale

Fondata nel 1954, la SPE Società Pubblicità Editoriale è la concessionaria di pubblicità del Gruppo Monrif. La professionalità e l'efficienza di questa struttura sono state rapidamente messe a disposizione anche di testate esterne. Dal 2015 SPE cambia nome in Speed e offre nuove soluzioni, adattandosi completamente all'evoluzione della comunicazione.

Speed si occupa della raccolta pubblicitaria off-line (testate cartacee) ed online (siti internet) della clientela locale e nazionale dei quotidiani "QN-Quotidiano Nazionale" (Il Resto del Carlino, La Nazione, Il Giorno, Il Telegrafo), e di "Quotidiano.net" (ilrestodelcarlino.it, lanazione.it, ilgiorno.it) e del periodico "Cavallo Magazine". Pur essendo un'organizzazione prevalentemente "captive", Speed si occupa anche della raccolta pubblicitaria di testate off e on line facenti capo ad editori terzi.

Con l'evoluzione del digital, Speed ha progressivamente sviluppato soluzioni pubblicitarie digitali sempre più articolate, che oggi spaziano dal display adv alle directories, al formato native, dal couponing al keyword advertising evolvendo il focus sui nuovi formati video.

Speed può contare su una struttura commerciale composta da: 3 Succursali, 44 agenzie sul territorio e più di 100 agenti per gli oltre 17.000 clienti attivi di ogni dimensione e settore merceologico, cui è oggi in grado di offrire "progetti di comunicazione integrata" attraverso un articolato portafoglio prodotti costituito dai diversi media: Stampa (quotidiani e periodici), Internet, Radio e Tv Locali, Eventi e Sponsorizzazioni.

	AGENTI	CLIENTI	FATTURATO (IN MILA EURO)
<b>2017</b>	117	19.262	53.433€
<b>2018</b>	104	17.785	54.985€

La concessionaria si occupa anche del reperimento di investitori (sponsor) all'interno di eventi (sportivi, economici e culturali) facenti capo allo stesso Gruppo Monrif o ad organizzazioni terze/ partecipate.

Speed svolge la sua attività attraverso filiali ed agenti presenti sul territorio nazionale. La clientela è quasi esclusivamente costituita da aziende residenti sul territorio italiano, ma - soprattutto in riferimento al mercato online ed alle cosiddette "piattaforme commerciali digitali" - intrattiene rapporti anche con una clientela internazionale (paesi dell'area Central Eastern Europe - CEE).

Speed offre i propri servizi pubblicitari ad una variegata tipologia di aziende, dalla multinazionale multibusiness alla piccola azienda unipersonale, coprendo i diversi settori merceologici (beni durevoli, semidurevoli, largo consumo).





**DIGITALE**



Accanto all'informazione sui media tradizionali (stampa quotidiana) il Gruppo Monrif ha sviluppato la gestione dell'informazione nel settore internet e multimediale (internet, smartphone e tablet) attraverso la società Monrif.Net S.r.l. che segue dal punto di vista tecnologico, di marketing e di sviluppo il sito di informazione nazionale [www.quotidiano.net](http://www.quotidiano.net) ed i correlati siti di informazione locali inerenti le testate de Il Resto del Carlino, La Nazione, il Giorno ed il Telegrafo.

L'ambizione del Gruppo è quella di combinare tradizione e innovazione, mestiere giornalistico e nuove tecnologie, per offrire ai lettori di ieri e di oggi i servizi di informazione di domani. In termini di audience, l'obiettivo primario è sempre stato quello di fidelizzare il lettore del quotidiano coinvolgendolo in un percorso che inizia la mattina in edicola e continua durante la giornata su un PC o su un device mobile.

Il 17 ottobre 2018 le versioni digitali delle testate giornalistiche Quotidiano.net, Il resto del Carlino, La Nazione, Il Giorno e Il Telegrafo hanno cambiato veste grafica.

Il restyling è stato sviluppato seguendo il principio della semplicità e della fluidità del contenuto: nelle home page non ci sono posizioni fisse, le redazioni gestiscono l'ordine delle news che di default valorizzano i contenuti più recenti.

Le caratteristiche grafiche sono state identificate raccogliendo l'esperienza di siti ad alto grado di performance e di natura anche non prettamente giornalistica, ma che forniscono un'esperienza utente positiva.

Il driver adottato è stato quello di soddisfare la fruizione dei contenuti da parte degli utenti mobile, che sono oramai il 73% degli utenti hanno permesso già da subito di aumentare il numero delle visite dei siti.

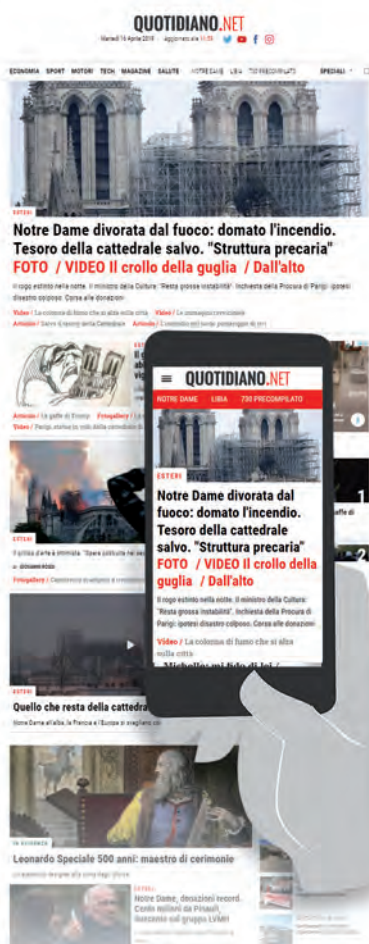
# QUOTIDIANO.NET

Fondato a Firenze nel 1999, quasi come esperimento da una piccola redazione, Quotidiano.net, portale sinergico di QN Quotidiano Nazionale, Il Resto del Carlino, La Nazione e Il Giorno, è stato tra i primi quotidiani italiani a sbarcare sulla Rete. Nel 2001 vantava già una grande redazione ed era il terzo quotidiano nazionale online per numero di utenti.

Nel 2002 la sede centrale fu spostata a Bologna, dove si trova tuttora e dalla quale vengono diretti i 17 portali cittadini de Il Resto del Carlino.it. A Firenze e Milano, invece, convergono le notizie dei 16 portali cittadini de LaNazione.it e dei 17 portali de IlGiorno.it. Ad essi si aggiunge il portale de Il Telegrafo.

## Statistiche di Quotidiano.net medie al mese (in milioni all'anno per il 2018 ed il 2017)<sup>6</sup>

	VISITE MEDIE MESE	PAGINE VISITATE MEDIE MESE SENZA SFOGLIO GALLERY	UTENTI UNICI MEDIE MESE
<b>2018</b>	28,9 MLN	61,4 MLN	18,8 MLN
<b>2017</b>	23,8 MLN	53,1 MLN	15,4 MLN
<b>VARIAZIONE 2017-2018</b>	+5,1 MLN	+8,3 MLN	+3,4 MLN





**OSPITALITÀ**







La Società EGA (Emiliana Grandi Alberghi), controllata al 100% da Monrif S.p.A., si occupa di gestire hotel presenti a Milano e Bologna con un'offerta personalizzata dedicata al mondo degli affari e del tempo libero. Una tradizione di ospitalità, stile ed eleganza, ideale per il viaggiatore business e il cliente leisure. EGA svolge la propria attività nei seguenti alberghi:

### ROYAL HOTEL CARLTON A BOLOGNA

Il Royal Hotel Carlton si trova accanto all'area pedonale nel cuore di Bologna e si pone al più alto livello tra gli hotel bolognesi. È riconosciuto come un City Resort che fonde in perfetta armonia le esigenze dell'uomo d'affari ed un'atmosfera rilassata.

Costruito negli anni Settanta, dopo la demolizione del vecchio edificio de "Il Resto del Carlino", dall'Architetto Enzo Zacchioli, le cui prestigiose opere architettoniche, quali l'Università Johns Hopkins e l'Ospedale Malpighi, arricchiscono la città di Bologna. L'hotel è composto da 236 camere (tra cui 9 Junior Suite, 20 Suite ed una lussuosa Presidential Suite di 145 mq con sala meeting privata e delle rifiniture di altissima qualità), un centro congressi con ampi spazi, un'esclusiva Monrif SPA by Clarins, una grande palestra targata Technogym ed un garage coperto con 200 posti auto, il tutto circondato da un vasto giardino.

Il foyer, caratterizzato da raffinate ed eleganti decorazioni, offre salottini riservati, posti ideali per rilassarsi o parlare d'affari in privato, a metà strada tra il cocktail bar ed il Ristorante "The Spoon"

Il Business centre e la connessione Wi-Fi in tutte le camere ed aree comuni sono le caratteristiche di spicco che contraddistinguono l'efficienza e professionalità dei Monrif Hotels.

### ROYAL GARDEN HOTEL A MILANO

(di proprietà della controllante Monrif S.p.A.)

L'hotel sorge accanto al Forum di Assago, sede di concerti ed eventi sportivi, a due passi dal Centro Direzionale Milanofiori e dalla nuova area commerciale con cinema, la Virgin Active Gym & SPA e negozi. È una combinazione di tradizione e modernità e si presenta come un piacevole e rilassante resort urbano.

La lobby, alta 30 metri, presenta corridoi sospesi ed un'immensa vetrata panoramica che funge da soffitto al Blue Crab Restaurant.

L'area intera ricorda un giardino invernale con scale mobili, fontane e spettacolari candelieri.

Un centro congressi con 9 sale ed una capienza massima di 200 persone, Wi-Fi gratuito in tutte le aree comuni, un'area business, una sala fitness targata Technogym e garage privato completano l'offerta, combinando comfort, ospitalità e professionalità al servizio di coloro che soggiornano a Milano per affari o per svago.

Il Royal Garden Hotel offre 153 camere elegantemente arredate, tra cui 39 Junior Suite e 3 eleganti Suite con Jacuzzi.



Royal Hotel Carlton



Royal Garden Hotel





Hotel Internazionale

## NUMERO DI PRESENZE DEGLI ALBERGHI

2018

149.019

2017

148.336

Nel 2018 è stato registrato un lieve incremento dello 0,5% nel numero di presenze degli alberghi.

## HOTEL INTERNAZIONALE A BOLOGNA

L'Hotel internazionale si trova in un edificio storico in Via Indipendenza, nel cuore di Bologna, vicino alla stazione ferroviaria e a due passi da tutti i principali negozi, ristoranti e musei.

La parte antica del palazzo, su Via Indipendenza, precedentemente ospitava l'Hotel San Marco, danneggiato durante la 2° Guerra Mondiale e ricostruito nel 1969 con la supervisione dell'Architetto Melchiorre Bega, il quale aggiunse alla struttura anche lo storico edificio degli anni 70 di Via Dei Mille. Una recente ristrutturazione ha ulteriormente migliorato la qualità delle rifiniture che contraddistinguono le sue decorazioni, consolidando un'atmosfera riservata ed elegante in cui gli Ospiti si sentono "a casa". E' dotato di una sala meeting con luce naturale, ed offre inoltre la possibilità di organizzare servizi catering per piccoli gruppi o singoli Clienti.

L'Hotel Internazionale offre una scelta di 4 tipologie di camere, arredate con cura in stile classico ed insonorizzate: 80 camere doppie, 12 camere singole, 12 superior e 12 deluxe, per soddisfare ogni tipo di clientela.



## COLLABORAZIONI E PARTNERSHIP

Le società del Gruppo Monrif interagiscono costantemente con collaboratori esterni in un processo di aggiornamento continuo permettendo all'organizzazione di mantenere coerenza tra performance e strategie anche quando si richiede la necessità di prendere decisioni complicate in un mercato mutevole come quello dei media. Aspetti fondamentali sono la tutela della libertà di informazione e la tutela dell'economicità delle aziende editrici quale condizione essenziale per l'esercizio dell'attività editoriale.

Allo scopo di perseguire i suddetti obiettivi, Poligrafici Editoriale S.p.A. aderisce alla Federazione Italiana Editori Giornali (FIEG). Inoltre, **Gruppo Poligrafici** si impegna a contribuire alla raccolta e trasmissione di notizie sui principali avvenimenti italiani e mondiali attraverso l'Agenzia ANSA (Agenzia Nazionale Stampa Associata), prima agenzia di informazione multimediale in Italia, di cui il Gruppo Monrif è appunto socio editore.

Monrif è un'importante partner dell'Osservatorio Permanente Giovani-Editori nella sfida civile e sociale che l'associazione si prefigge con la collaborazione dei più importanti quotidiani italiani.

L'Osservatorio si impegna per rendere le nuove generazioni più padrone di sé stesse attraverso la promozione di due grandi progetti strategici: uno teso ad allenare la padronanza della propria testa, "Il Quotidiano in Classe", e l'altro diretto ad esercitare la padronanza dei propri mezzi economico-finanziari, "Young Factor".

Inoltre, Monrif collabora attivamente con società dedite alla raccolta e alla pubblicazione di dati sulla diffusione della stampa italiana quali ADS, Audipress e Audiweb attraverso Monrif.net. Nell'ambito del comitato tecnico Audipress, società che rileva la readership delle testate quotidiane e periodiche nazionali, è presente un delegato del Gruppo Monrif. Le informazioni raccolte consentono di elaborare dati sui lettori delle varie testate che servono agli editori, agli inserzionisti delle varie campagne pubblicitarie, a giornalisti e studiosi, per essere informati sul numero di lettori dei singoli quotidiani e periodici e sulle loro caratteristiche. Il Gruppo Monrif (per il tramite di Speed S.p.A.) è inoltre associata a FCP (Federazione Concessionarie di Pubblicità) – a cui dichiara mensilmente i propri fatturati pubblicitari – e aderisce ad Assonime, l'associazione delle società per azioni italiane.

Nel settore della stampa, Monrif, attraverso Superprint Editoriale, aderisce a Assografici, associazione che riunisce le industrie grafiche, cartotecniche e trasformatrici di carta e cartone.

Attraverso CSP, invece, il Gruppo Monrif aderisce a ASIG (Associazione Stampatori Italiana Giornali), di cui fanno parte aziende nazionali editrici e stampatrici di giornali, e le agenzie di stampa.

Il Gruppo Monrif aderisce all'Osservatorio Tecnico Carlo Lombardi, costituito in fase di rinnovo del CCNL per i dipendenti delle imprese di stampa ed editoria e deputato alla raccolta e diffusione di dati sull'editoria italiana.

Nel settore dell'ospitalità Monrif (per il tramite della controllata EGA) aderisce a Federalberghi e a Confcommercio – Associazione Albergatori.

25 MAGGIO 2018

«CRESCERE TRA LE RIGHE» OSSERVATORIO PERMANENTE GIOVANI EDITORI - BAGNAIA



## LA SOSTENIBILITÀ PER MONRIF



Competitività e sviluppo sostenibile per il territorio di riferimento sono alla base del Gruppo Monrif in materia di responsabilità sociale d'impresa e di sostenibilità.

La costante creazione di valore per tutti gli Stakeholder è l'obiettivo che accomuna tutte le società del Gruppo Monrif. L'attenzione alla qualità dei servizi offerti, al rispetto dell'ambiente e delle risorse umane sono gli aspetti che, insieme all'equilibrio economico, costituiscono gli elementi fondamentali per una gestione responsabile dell'attività.

Al fine di garantire la creazione di valore, il Gruppo Monrif mira ad accrescere la solidità dell'impresa in un'ottica di sostenibilità di medio-lungo termine secondo le regole del mercato e nel rispetto dei principi di correttezza e trasparenza. In questa ottica Monrif vuole assicurare la piena trasparenza delle scelte effettuate e si assume quale proprio obiettivo quello di mantenere e sviluppare un dialogo costruttivo tra i Soci.

In aggiunta ai principi etici, sociali e culturali che devono caratterizzare i mezzi di comunicazione, il Gruppo Monrif afferma l'importanza del conseguimento della soddisfazione dei clienti. Per il raggiungimento di tale obiettivo, Monrif persegue la definizione ed il mantenimento di elevati standard di qualità dell'informazione; l'impegno costante per l'innovazione di processi e prodotti; il monitoraggio della soddisfazione dei clienti per i settori di attività in cui opera, con l'obiettivo di intuire l'evoluzione delle richieste del mercato per un miglioramento continuo dell'offerta.

## GLI STAKEHOLDER DEL GRUPPO E IL LORO COINVOLGIMENTO

Gli Stakeholder del Gruppo Monrif assumono un ruolo centrale nella creazione e definizione degli obiettivi e nel perseguimento degli stessi. Essere in grado di anticipare le aspettative dei soggetti portatori di interesse – sia interni che esterni all'azienda – è di fondamentale importanza per definire una strategia che miri alla creazione di valore. In questo scenario, il Gruppo Monrif ha sviluppato un processo di identificazione degli Stakeholder più rilevanti, individuando nove categorie di portatori di interesse.

Nel 2018, attraverso un workshop interno che ha coinvolto le principali funzioni aziendali, il Gruppo Monrif ha revisionato la mappatura degli Stakeholder ridefinendo la lista di portatori di interesse prioritari per il Gruppo. In particolare si è proceduto a raggruppare le categorie di Clienti e Audience sotto una stessa voce.



Per fronteggiare la crescente complessità del business in cui opera (editoria/media, stampa e ospitalità), il Gruppo Monrif sviluppa forme di comunicazione e dialogo costanti con gli Stakeholder al fine di comprendere e anticipare le nuove tendenze ed esigenze. Oltre a dare una risposta precisa e puntuale alle aspettative emerse durante i metodi di ingaggio tradizionali degli Stakeholder, il Gruppo Monrif si impegna, con il presente Bilancio di Sostenibilità, a rispondere alle tematiche materiali identificate e relative ad ognuno dei nove portatori di interesse.





La seguente tabella indica i principali metodi di engagement utilizzati dal Gruppo Monrif e riferiti ad ogni Stakeholder individuato. Gli stakeholder di seguito riportati non sono elencati secondo criteri di priorità.

STAKEHOLDER	STRUMENTI DI ENGAGEMENT E COMUNICAZIONE
<b>COLLABORATORI E RISORSE UMANE</b>	Portale Intranet Riunioni periodiche Comunicazioni dal vertice aziendale Comunicati affissi in bacheca
<b>SINDACATI</b>	Contrattazioni di primo e secondo livello Riunioni periodiche
<b>AZIONISTI</b>	Sito del Gruppo Documentazione annuale (Bilancio Consolidato, Relazioni sulla Corporate Governance, etc.) Assemblee degli azionisti
<b>FINANZIATORI</b>	Sito del Gruppo Meeting periodici attraverso conference call, meeting one to one, etc. Comunicati stampa
<b>ISTITUZIONI E REGOLATORI</b>	Sito del Gruppo Meeting con istituzioni e/o enti locali Meeting con istituzioni nazionali Tavoli tecnici
<b>INVESTITORI PUBBLICITARI</b>	Sito del Gruppo Meeting periodici attraverso conference call, meeting one to one, etc. Comunicati stampa
<b>COLLETTIVITÀ</b>	Sito del Gruppo Comunicati stampa Meeting con istituzioni e/o enti locali
<b>FORNITORI</b>	Sito del Gruppo Meeting periodici
<b>AMBIENTE</b>	Meeting interni su tematiche ambientali Meeting con istituzioni e/o enti locali
<b>CLIENTI E AUDIENCE</b>	Interviste Sito del Gruppo Comunicati stampa Focus group Social network Questionari di soddisfazione

## L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Al fine della pubblicazione del presente Bilancio di Sostenibilità, l'analisi di materialità definisce le tematiche prioritarie per il Gruppo e i suoi Stakeholder e rappresenta graficamente le tematiche rilevanti e la loro macro-area di appartenenza.

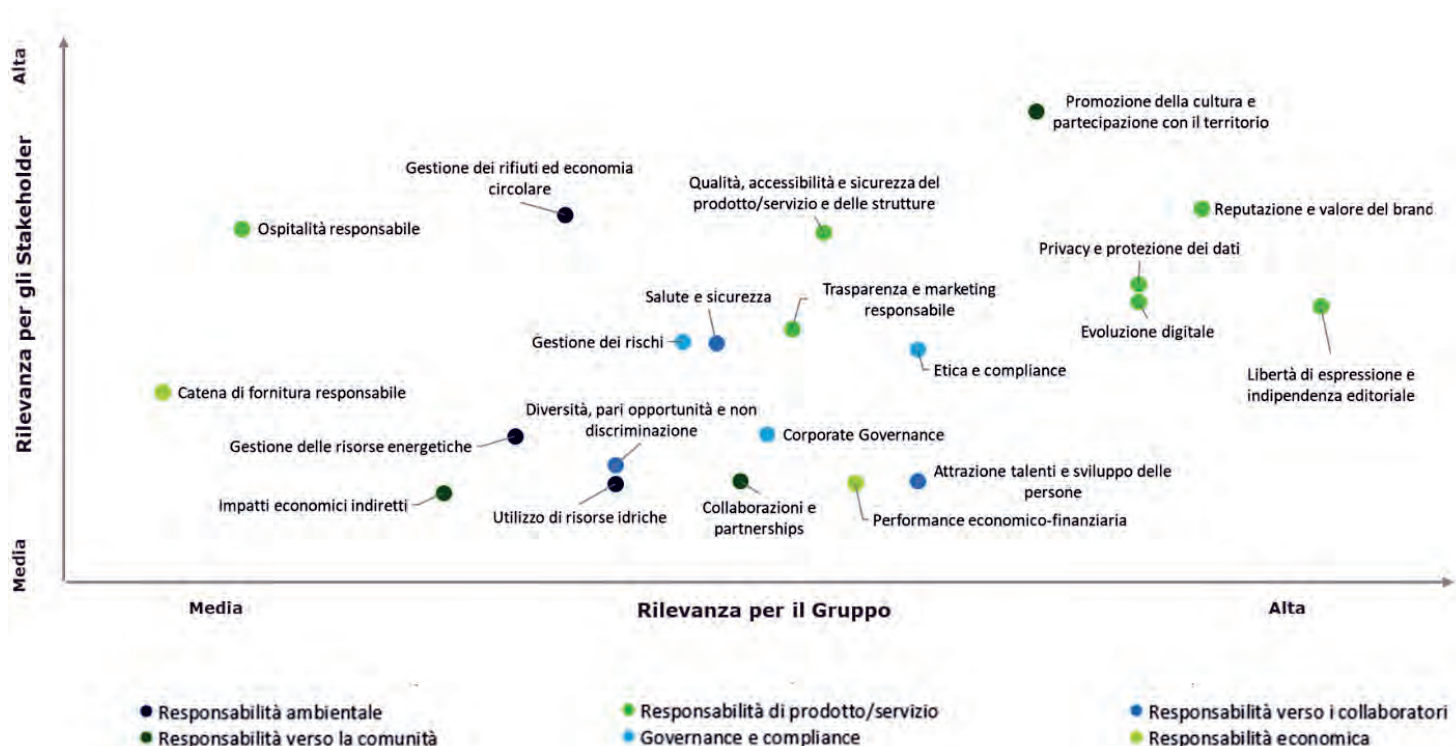
Nel 2018, Il Gruppo Monrif ha aggiornato la propria analisi di materialità conducendo un'analisi strutturata e suddivisa in diversi momenti di ingaggio degli Stakeholder:

- workshop interno che coinvolge le principali funzioni aziendali, con il fine di identificare le tematiche più rilevanti per il Gruppo;
- distribuzione di questionari agli Stakeholder (sia interni che esterni). Il Gruppo ha inviato un questionario online ai propri dipendenti e lettori e un questionario cartaceo ai clienti degli hotel. Gli stakeholder sono stati chiamati ad esprimere il loro parere nel processo di valutazione e prioritizzazione degli aspetti materiali.

Rispetto alle tematiche emerse nella matrice di materialità pubblicata nella DNF 2017, si segnala che sono risultate le seguenti nuove tematiche materiali: "promozione della cultura e partecipazione con il territorio", "reputazione e valore del brand", "gestione dei rischi", "ospitalità responsabile" e "impatti economici indiretti". È stata inoltre ampliata la tematica "qualità e accessibilità del prodotto/servizio" che ora comprende anche il riferimento agli alberghi ed è quindi stata rinominata in: "qualità, accessibilità e sicurezza del prodotto/servizio e delle strutture". In aggiunta, è stata ampliata la tematica dei rifiuti inserendo il riferimento all'economia circolare e quindi risultante nella dicitura: "gestione dei rifiuti ed economia circolare". Si segnala infine che la tematica di "etica e compliance" comprende ora anche il riferimento alla tematica dell'"anti-corrruzione" - che è stata rimossa come tematica a sé stante.

La matrice di materialità è stata approvata dal Comitato Controllo Rischi a marzo 2019.

## MATRICE DI MATERIALITÀ DEL GRUPPO MONRIF





DAL 24 NOVEMBRE 2017 AL 6 MAGGIO 2018

“THE WALL”, LA MOSTRA A PALAZZO BELLONI - BOLOGNA

### CORPORATE GOVERNANCE

Monrif adotta un sistema di Corporate Governance conforme alle disposizioni vigenti ed alle raccomandazioni ed alle norme indicate dal Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana S.p.A. per le società quotate, nonché alle best practice nazionali e internazionali in materia. La Corporate Governance definisce i principi di buona gestione al fine di accrescere l'affidabilità del Gruppo, a tutela di tutti i suoi soci, azionisti e delle altre parti interessate.

Il sistema di governo societario del Gruppo Monrif è regolamentato da strumenti quali lo Statuto, il Codice di Autodisciplina, il Codice di Comportamento in Materia di Internal Dealing, il Modello 231 e i relativi allegati (Codice Etico, Statuto dell'Organismo di Vigilanza, Sistema disciplinare e Regolamento dell'Organismo di Vigilanza), il sistema di deleghe e procure nonché le procedure operative redatte dalle singole funzioni.

Gli organi collegiali che formano il sistema di Governance del Gruppo Monrif sono: il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e l'Assemblea dei Soci.

Possono partecipare all'Assemblea con diritto di intervento e di voto coloro che sono a ciò legittimati ai sensi della disciplina applicabile, e, con le modalità determinate dal Presidente, possono inoltre partecipare, dirigenti, dipendenti della Società o delle società del Gruppo e altri soggetti la cui presenza sia ritenuta utile in relazione agli argomenti da trattare. Con il consenso del Presidente e le modalità dallo stesso determinate, possono seguire i lavori anche professionisti, consulenti, esperti, analisti finanziari e giornalisti qualificati, accreditati per la singola Assemblea.

Monrif S.p.A. ha aderito alle raccomandazioni contenute nella versione del Codice di Autodisciplina predisposto dal comitato per la Corporate Governance delle società quotate, ed approvato da Borsa Italiana S.p.A. nel luglio 2015, che recepisce le *best practices* nazionali ed internazionali elaborate in materia di governo societario degli emittenti quotati, adeguando il proprio sistema di Corporate Governance in linea con le nuove prescrizioni.



## STRUTTURA DEL CAPITALE SOCIALE

Il capitale sociale sottoscritto e versato di Monrif S.p.A. al 31 dicembre 2018 è pari a Euro 78.000.000 ed è così composto:

	NUMERO AZIONI	% VS.CAP.SOC.	QUOTATO	DIRITTI E OBBLIGHI
<b>AZIONI ORDINARIE</b>	150.000.000	100 %	MTA	-

## PARTECIPAZIONI RILEVANTI NEL CAPITALE SOCIALE AL 31/12/2018

Dalle risultanze del Libro dei Soci, dalle comunicazioni ricevute ai sensi di legge e dalle altre informazioni disponibili alla data del 31 gennaio 2018 gli Azionisti che detengono, direttamente o indirettamente, anche per interposta persona, società fiduciarie e controllate, partecipazioni superiori al 3% del capitale con diritto di voto sono i seguenti:

DICHIARANTE	AZIONISTA DIRETTO	QUOTA % SUL CAPITALE ORDINARIO	QUOTA % SUL CAPITALE VOTANTE
<b>Maria Luisa Monti Riffeser<sup>7</sup></b>	Monti Riffeser S.r.l.	51,327 %	51,327 %
<b>Maria Luisa Monti Riffeser<sup>7</sup></b>	INFI Monti S.p.A.	6,995 %	6,995 %
<b>Tamburi Investment Partners S.p.A.</b>	Tamburi Investment Partners S.p.A.	8,44 %	8,44 %
<b>Andrea Riffeser Monti</b>	Solitaire S.r.l.	7,525 %	7,525 %
<b>Giorgio Giatti</b>	Future S.r.l.	6,00 %	6,00 %

<sup>7</sup> Deceduta nel mese di febbraio 2019; i soggetti chiamati all'eredità sono ancora in fase di individuazione



## COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Lo Statuto prevede che il Consiglio di Amministrazione sia composto da non meno di tre e non più di quindici membri esecutivi e non esecutivi eletti dall'Assemblea. Il Consiglio attualmente in carica è composto da 9 membri, di cui sette non esecutivi, nominati dall'Assemblea Ordinaria degli Azionisti l'11 maggio 2017 per il triennio 2017, 2018 e 2019. La nomina degli Amministratori avviene ai sensi di legge, sulla base di proposte avanzate dagli Azionisti.

CARICA	MEMBRO	FUNZIONI
Presidente e Amministratore Delegato	<b>Andrea Riffeser Monti</b>	Amministratore esecutivo
Vice Presidente	<b>Maria Luisa Monti Riffeser<sup>8</sup></b>	Amministratore esecutivo
Consigliere	<b>Giorgio Giatti</b>	Amministratore non esecutivo ed indipendente
Consigliere	<b>Giorgio Cefis</b>	Amministratore non esecutivo
Consigliere	<b>Matteo Riffeser Monti</b>	Amministratore non esecutivo
Consigliere	<b>Sara Riffeser Monti</b>	Amministratore non esecutivo
Consigliere	<b>Andrea Ceccherini</b>	Amministratore non esecutivo
Consigliere	<b>Claudio Berretti</b>	Amministratore non esecutivo ed indipendente
Consigliere	<b>Stefania Pellizzari</b>	Amministratore non esecutivo ed indipendente

<sup>8</sup> Deceduta nel mese di febbraio 2019; i soggetti chiamati all'eredità sono ancora in fase di individuazione

## COMPOSIZIONE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE PER GENERE E FASCE D'ETÀ

FASCIA D'ETÀ	UOMINI	%	DONNE	%	TOTALE	%
< 30 anni	-	-	-	-	-	-
31-50 anni	<b>3</b>	33%	<b>1</b>	11%	<b>4</b>	44%
> 50 anni	<b>3</b>	33%	<b>2</b>	22%	<b>5</b>	56%

Il Consiglio di Amministrazione si riunisce con regolare cadenza e si organizza per garantire un efficace svolgimento delle proprie funzioni. Gli amministratori agiscono e deliberano con cognizione di causa ed in autonomia, perseguendo l'obiettivo della creazione di valore per i Soci in un orizzonte di medio - lungo periodo.

## I COMITATI INTERNI

I comitati interni al Consiglio di Amministrazione sono composti da non meno di tre membri ad eccezione del caso in cui i membri del Consiglio di Amministrazione siano inferiori ad otto, nel qual caso i comitati possono essere composti da soli due consiglieri. I lavori dei comitati sono coordinati da un presidente.

Il consiglio di amministrazione ha costituito al suo interno i seguenti comitati:

- Comitato per il controllo e rischi
- Comitato per le operazioni con le parti correlate
- Comitato per la remunerazione

Per ulteriori dettagli ed informazioni si prega di fare riferimento alla Relazione Governo Societario e gli assetti proprietari disponibile sul sito del Gruppo Monrif<sup>9</sup>.

## LA REMUNERAZIONE DEGLI ORGANI DI GOVERNO E DI CONTROLLO

Il Consiglio di Amministrazione determina la remunerazione degli amministratori investiti di particolari cariche e definisce la Politica generale per la remunerazione degli Amministratori Esecutivi, degli altri Amministratori investiti di particolari cariche e dei Dirigenti con responsabilità strategiche su proposta del Comitato per la Remunerazione.

I componenti del Comitato per la Remunerazione sono nominati dal Consiglio di Amministrazione e svolgono funzioni di natura istruttoria, consultiva e propositiva.

In materia di remunerazione il Collegio Sindacale svolge un ruolo consultivo nel contesto del quale formula i pareri richiesti dalla normativa vigente ed esprime in particolare, il proprio parere con riferimento alle proposte di remunerazione degli Amministratori investiti di particolari cariche; nell'esprimere il parere verifica la coerenza delle proposte formulate dal Comitato per la Remunerazione al Consiglio di Amministrazione con la politica generale sulle remunerazioni.

Infine, il compito principale dell'Assemblea dei Soci è determinare la remunerazione dei componenti degli organi di amministrazione nonché degli organi di controllo. Per ulteriori dettagli sulle politiche di remunerazione del Gruppo si prega di fare riferimento alla Relazione sulla Remunerazione disponibile sul sito del Gruppo Monrif<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> [www.monrifgroup.net/governance/monrif-s-p-a/](http://www.monrifgroup.net/governance/monrif-s-p-a/) - Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari

<sup>10</sup> [www.monrifgroup.net/governance/monrif-s-p-a/](http://www.monrifgroup.net/governance/monrif-s-p-a/) - Relazione sulla Remunerazione



**GESTIONE DEI RISCHI E COMPLIANCE**



In aggiunta ai rischi economici che caratterizzano le aziende (rischi connessi alle condizioni generali dell'economia, alla continuità aziendale, al fabbisogno di mezzi finanziari, alla fluttuazione dei tassi di cambio e tassi di interesse e di credito)<sup>1</sup> il Gruppo Monrif tiene in considerazione anche altri rischi di natura non finanziaria.

In particolare si riportano di seguito i principali rischi generati o subiti, e le relative politiche a presidio, connessi alle attività del Gruppo rispetto ai temi previsti dagli art. 3 e 4 del D.Lgs. 254/2016.

## RISCHI CONNESSI ALLA POLITICA AMBIENTALE

I prodotti e le attività del Gruppo Monrif sono soggetti a norme e regolamenti (locali, nazionali e sovranazionali) in materia ambientale. Inoltre, il Gruppo individua all'interno del Codice Etico il proprio impegno, oltre alla compliance normativa, verso una gestione responsabile della tematica e identifica l'ambiente come risorsa da tutelare, a beneficio della collettività e delle generazioni future. Nel rispetto delle normative vigenti, il Gruppo adotta le misure più idonee a preservare l'ambiente, promuovendo e programmando lo sviluppo delle attività in coerenza con tale obiettivo e promuovendo iniziative di sensibilizzazione. Inoltre, il Gruppo è impegnato nell'utilizzo responsabile di materie prime quali la carta e lastre di alluminio. Entrambe vengono infatti acquistate, ogni qualvolta possibile, da materiale riciclato<sup>1</sup>.

## RISCHI CONNESSI ALLA SALUTE E SICUREZZA DEI DIPENDENTI

Il rischio sulla salute e sicurezza dei dipendenti del Gruppo è strettamente connesso alla possibilità che le norme in materia non vengano correttamente applicate e rispettate. Il mancato rispetto delle leggi porterebbe a un aumento del rischio di incidenti, con probabilità maggiori per i dipendenti che lavorano nella produzione. Per ovviare a tale rischio, il Gruppo si è dotato delle necessarie procedure interne per definire il comportamento da adottare. Ogni società del Gruppo è dotata di un Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione che si occupa di gestire le tematiche legate alla sicurezza. Il Gruppo inoltre ha sviluppato un Documento di Valutazione dei Rischi che analizza i possibili rischi e ne identifica il livello. La tematica è coperta anche all'interno della parte speciale del Modello organizzativo ai sensi del D.Lgs. 231/2001 delle società del Gruppo. Inoltre, il Codice Etico presenta l'impegno del Gruppo al rispetto della normativa vigente, adottando tutte le misure necessarie per tutelare l'integrità fisica e morale dei propri lavoratori.

## RISCHI CONNESSI ALLA GESTIONE DEL PERSONALE

I rischi potenziali connessi alla gestione del personale sono principalmente legati alla discriminazione sul luogo di lavoro e alle modalità di assunzione. Per ovviare a questi rischi il Gruppo si impegna, all'interno del proprio Codice Etico, a garantire pari opportunità e a favorire la crescita professionale di tutti i dipendenti. Il Gruppo ha inoltre definito procedure interne per la corretta gestione dei processi di assunzione.

## RISCHI CONNESSI ALLA CORRUZIONE

Con riferimento al potenziale rischio di corruzione, il Gruppo si è dotato del Modello organizzativo ex D.Lgs. 231/2001. Il Gruppo è quindi impegnato nella lotta alla corruzione e ha definito le procedure interne che coprono reati legati alla corruzione tra privati, abusi di mercato e corrispondenti illeciti amministrativi, ricettazione e riciclaggio e reati contro la pubblica amministrazione.

---

<sup>11</sup> Per maggiori dettagli su tali rischi si rimanda al paragrafo "Principali rischi e incertezze cui Monrif S.p.A. e il Gruppo sono esposti" all'interno della Relazione finanziaria annuale al 31.12.2018.

<sup>12</sup> Per maggiori informazioni sulle politiche di acquisto delle materie prime fare riferimento al paragrafo "Catena di fornitura responsabile", all'interno del capitolo "Responsabilità ambientale" del presente documento.

## RISCHI CONNESSI ALLA GESTIONE DELLA PRIVACY DEI DATI

Il Gruppo Monrif, per la numerosità dei dipendenti facenti capo al Gruppo e per le tipologie di business che lo caratterizzano, è fortemente impattato del Regolamento EU 2016/679 (“Regolamento”) e dal D.Lgs. 196/2003 come modificato dal D.Lgs. 101/2018.

Il Gruppo, con particolare riferimento al settore dell’editoria e dell’ospitalità, tratta innumerevoli dati personali (così come definiti dall’art. 4 del Regolamento), a titolo esemplificativo e non esaustivo, quelli di dipendenti, di abbonati cartacei ed on-line, ospiti di eventi, clienti di hotel etc. Per il Gruppo Monrif, la privacy dei dati personali è molto importante e per questo il Gruppo è fortemente attivo nel processo di gestione degli aspetti di sicurezza dei dati. Il Gruppo ha provveduto a nominare tutti i dipendenti quali “*persone autorizzate*” al trattamento dei dati, ha altresì nominato dei Referenti Interni quali responsabili di riferimento in materia di privacy degli autorizzati scelti in relazione alla specifica preparazione professionale e all’esperienza acquisita, nonché per le capacità e l’affidabilità dimostrata nello svolgimento delle mansioni affidate. È stato inoltre pubblicato sul Portale dipendente il Funzionigramma privacy che definisce i nominativi dei referenti in ambito privacy.

In termini di privacy il rischio ritenuto maggiormente significativo è quello relativo al data breach. Con il termine data breach si intende indicare un possibile incidente di sicurezza in cui dati sensibili, protetti e riservati vengono consultati, copiati, trasmessi, rubati o utilizzati da un soggetto non autorizzato. Solitamente il data breach si realizza con una divulgazione di dati riservati o confidenziali all’interno di un ambiente privo di misure di sicurezza (ad esempio, sul web) in maniera involontaria o volontaria. Tale divulgazione può avvenire in seguito a: perdita accidentale, infedeltà aziendale, accesso abusivo.

Il Gruppo Monrif si è dotato di un sistema di procedure e strutture organizzative dedicate alla gestione degli aspetti di sicurezza dei dati; in particolare la divisione IT del Gruppo ha svolto nel corso del 2018 corsi mirati sul rischio di data breach al fine porre in essere eventuali ulteriori potenziamenti nel sistema di controllo se ritenuti necessari.

## RISCHI CONNESSI AI DIRITTI UMANI

Il Gruppo Monrif non ha rilevato rischi rilevanti con riferimento alle tematiche sui diritti umani connesse al rischio di lavoro minorili, lavoro forzato, o limitazione della libertà di associazione nelle proprie operations, considerata la tipologia e la localizzazione geografica del business, né presso i fornitori diretti, considerate le tipologie merceologiche delle forniture del Gruppo.



DAL 24 NOVEMBRE 2017 AL 6 MAGGIO 2018

“THE WALL EXHIBITION” - PALAZZO BELLONI - BOLOGNA

L'INSTALLAZIONE INTERATTIVA DELLA GIOVANE ARTISTA GIAPPONESE HITOMI SATO



## **IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO<sup>13</sup>**

<sup>13</sup> Per ulteriori dettagli si prega di fare riferimento al sito del Gruppo [www.monrifgroup.net/governance/monrif-s-p-a/](http://www.monrifgroup.net/governance/monrif-s-p-a/)

Il Sistema di Controllo Interno è l'insieme dei processi diretti a monitorare l'efficienza delle operazioni aziendali, il rispetto di leggi e regolamenti, la salvaguardia dei beni aziendali e l'affidabilità delle informazioni, anche finanziarie, fornite agli organi sociali ed al mercato. Il Consiglio di Amministrazione ha la responsabilità del sistema di controllo interno, del quale fissa le linee di indirizzo e verifica periodicamente l'adeguatezza e l'effettivo funzionamento in un'ottica di sostenibilità nel medio-lungo periodo dell'attività svolta.

Ai fini dell'art. 123-bis TUF si segnala che il Gruppo Monrif ha integrato il Sistema di Controllo Interno con una gestione dei rischi esistenti in relazione al processo di informativa finanziaria. Tale gestione è finalizzata a garantire l'attendibilità, l'accuratezza, l'affidabilità e la tempestività dell'informativa finanziaria stessa. L'applicazione del dettato normativo ex legge 262/2005 (e successive modifiche) al monitoraggio del Sistema di Controllo Interno contabile, ha consentito di costruire un sistema di controllo anche basandosi sulle best practices internazionali in materia.

## MODELLO ORGANIZZATIVO EX D.LGS. 231/2001

Parte integrante del sistema di controllo interno è il Modello di organizzazione e gestione ai sensi del D.Lgs. 231/2001 di Monrif S.p.A. (il "Modello") - approvato nella sua ultima versione dal Consiglio di Amministrazione del 15 marzo 2016 - e l'Organismo di Vigilanza, previsto dal medesimo decreto, è l'organo deputato a verificarne l'applicazione. L'Organismo di Vigilanza è nominato dal Consiglio di Amministrazione, sentito il parere del Collegio Sindacale, sulla base dei requisiti di professionalità e competenza, onorabilità, autonomia ed indipendenza. Il Modello 231 è stato adottato anche da tutte le società controllate, fatta eccezione per GoSpeed S.r.l. e Compagnia Agricola Finanziaria Immobiliare S.r.l. ("C.A.F.I.").

Il Modello adottato è un insieme di principi generali, regole di condotta, strumenti di controllo e procedure organizzative, attività formativa e informativa e sistema disciplinare, finalizzato ad assicurare, per quanto possibile, la prevenzione delle condotte penalmente rilevanti ai sensi del Decreto.

Il Gruppo, ha quindi definito procedure interne formalizzate con riferimento a tematiche che rilevano ai fini del D.Lgs. 231/2001, in particolare: reati contro la Pubblica Amministrazione, reati societari, abusi di mercato, reati in materia di violazione del diritto di autore, impiego di lavoratori irregolari e reati ambientali.

## **Anti-corruzione**

La tematica della corruzione è presidiata attraverso l'adozione da parte delle società del Gruppo del Modello 231/2001<sup>14</sup>.

Il Modello è composto da una Parte Generale, che contiene i principi e le regole generali e da una Parte Speciale, che costituisce il cuore del Modello e si occupa di individuare le fattispecie di reato che debbono essere prevenute, e le attività "sensibili" (quelle cioè dove è teoricamente possibile la commissione del reato).

In particolare, le iniziative di anticorruzione prendono forma attraverso il Modello che include, tra le otto categorie di reati che possono essere rilevati dalla Società, quelli derivanti da corruzione tra privati, pubblica amministrazione e amministrazione della giustizia.

Per ciascuna tipologia di reato, la Parte Speciale contiene una descrizione delle fattispecie penali, individua le attività sensibili e definisce i principi generali che devono guidare la Società nella individuazione dei reati.

Nel portale aziendale a cui tutti i dipendenti hanno accesso è disponibile il Modello 231/2001 (parte generale e parte speciale) e i relativi allegati:

- Codice Etico;
- Sistema disciplinare;
- Statuto dell'Organismo di Vigilanza;
- Regolamento dell'Organismo di Vigilanza.

Il Codice Etico del Gruppo richiama dipendenti e collaboratori a tenere una condotta corretta e trasparente contribuendo al rispetto delle norme e ad assicurare un comportamento in linea con gli interessi del Gruppo evitando decisioni che possano essere influenzate da un conflitto di interessi. È inoltre richiesta una particolare attenzione ad atti di cortesia commerciale consentiti solo in conformità alle procedure aziendali definite. Ogni operazione ed attività svolta a nome del Gruppo deve essere lecita, autorizzata, coerente, documentata, verificabile, in conformità al principio di tracciabilità, alle procedure aziendali, secondo criteri di prudenza e a tutela degli interessi del Gruppo.

Nel 2018, non sono stati rilevati incidenti di corruzione confermati o fondati.

## **Comunicazione e programmi di formazione**

Le politiche e le procedure con riferimento al Modello 231 e alla tematica dell'anticorruzione sono state comunicate anche nel 2018 a tutti i membri del Consiglio di Amministrazione attraverso una relazione annuale fatta dall'Organismo di vigilanza. I dipendenti possono accedere sul portale interno dove sono presenti le politiche da poter visionare.

La Società prevede l'attuazione di programmi di formazione, con lo scopo di garantire l'effettiva conoscenza del Decreto, del Codice Etico di Gruppo e del Modello da parte del personale della Società (dirigenti, dipendenti, componenti degli organi sociali). La partecipazione ai suddetti programmi di formazione è tracciata e obbligatoria. Il livello di formazione è caratterizzato da un diverso approccio e grado di approfondimento, in relazione alla qualifica dei soggetti interessati, al grado di coinvolgimento degli stessi nelle attività sensibili indicate nel Modello e allo svolgimento di mansioni che possono influenzare la salute e sicurezza sul lavoro.

L'Organismo di Vigilanza si assicura, d'intesa con la Direzione Risorse Umane, che il programma di formazione sia adeguato ed efficacemente attuato. Le iniziative di formazione possono svolgersi anche a distanza o mediante l'utilizzo di sistemi informatici. La formazione del personale, ai fini dell'attuazione del Modello, è gestita dalla Direzione Risorse Umane, in stretta cooperazione con l'Organismo di Vigilanza.

Nel corso del 2018, per tutte le società del Gruppo nelle quali è stato adottato il Modello 231, è stato distribuito un corso in modalità e-learning sulle tematiche 231, che ha coinvolto la quasi totalità dei dipendenti. A 31 dicembre 2018 circa l'88% delle persone coinvolte avevano portato a termine la formazione in materia di compliance D.Lgs. 231/2001.

---

<sup>14</sup> Le politiche anticorruzione sono presenti sul sito del Gruppo Monrif e sono accessibili da parte di tutti i dipendenti

## FORMAZIONE IN TEMA D.LGS. 231/2001 NEL 2018

CATEGORIA PROFESSIONALE	NUMERO DI PARTECIPANTI	% PER CATEGORIA PROFESSIONALE
Dirigenti	14	50,00%
Quadri	30	88,24%
Giornalisti	330	79,90%
Impiegati	315	86,30%
Operai	8	6,40%
TOTALE	697	72,23%

All'interno della formazione in tema D.Lgs. 231/2001 è inclusa la formazione in ambito anticorruzione.





**ETICA ED INTEGRITÀ DI BUSINESS**



Il Gruppo Monrif ispira la propria attività, oltre che all'imprescindibile rispetto delle leggi, ai contenuti presenti nel Codice Etico. Il Codice costituisce infatti l'insieme di principi che, enunciati in via generale, trovano poi necessaria applicazione nelle regole, nelle norme e nelle procedure che disciplinano le specifiche attività delle società del Gruppo Monrif. Attraverso il Codice Etico viene quindi presentato lo standard di comportamento che tutti i collaboratori, intesi come gli amministratori, i dipendenti e coloro i quali, indipendentemente dalla qualificazione giuridica del rapporto, operano sotto la direzione o vigilanza delle Società del Gruppo, sono tenuti a rispettare e far osservare.

Le norme del Codice, inoltre, si configurano come strumento posto a tutela dell'affidabilità, del patrimonio e della reputazione aziendale, nel rispetto di tutti gli interlocutori di riferimento.

Il Codice Etico è suddiviso in tre sezioni:

- 1. *Missione e valori*:** formalizza i principali fondamenti della cultura aziendale del Gruppo Monrif, affinché siano create le condizioni per la corretta applicazione di politiche e procedure specifiche;
- 2. *Regole di condotta*:** evidenzia le aree di responsabilità e i comportamenti da tenere per essere conformi ai valori del Gruppo e ribadisce il rispetto delle norme di legge. Tali regole sono suddivise in relazione ai soggetti con i quali il Gruppo Monrif si relaziona nello svolgimento delle proprie attività;
- 3. *Attuazione, controllo e aggiornamento*:** identifica i responsabili del Codice Etico e spiega come applicare concretamente i valori e le regole definite, affinché diventino prassi quotidiana.

Nell'ambito della concorrenza leale il Gruppo Monrif non viola consapevolmente diritti di proprietà industriale o intellettuale di terzi. Come stabilito dal Codice Etico, i collaboratori (intesi come gli amministratori, i dipendenti e coloro i quali, indipendentemente dalla qualificazione giuridica del rapporto, operano sotto la direzione o vigilanza del Gruppo) devono osservare una condotta corretta e trasparente nello svolgimento della propria funzione, contribuendo così all'efficacia del sistema di controllo interno, a tutela del valore del Gruppo.

Ogni operazione e/o attività deve essere lecita, autorizzata, coerente, documentata, verificabile, in conformità al principio di tracciabilità, alle procedure aziendali, secondo criteri di prudenza e a tutela degli interessi di Monrif:

- le procedure aziendali devono consentire l'effettuazione di controlli sulle operazioni, sui processi autorizzativi e sull'esecuzione delle operazioni medesime;
- ogni collaboratore che effettui operazioni aventi ad oggetto somme di denaro, beni o altre utilità economicamente valutabili appartenenti alla Società, deve fornire ragionevolmente le opportune evidenze per consentire la verifica delle suddette operazioni.

## MARKET ABUSE

Il Gruppo Monrif si avvale di due strumenti interni con l'intento di implementare i principi definiti dalla regolamentazione europea sul market abuse: il Codice di Comportamento (Internal Dealing) e la Procedura in materia di Monitoraggio, circolazione interna e comunicazione al pubblico delle informazioni privilegiate.

### ***Codice di Comportamento (Internal Dealing)***

Il Codice di Comportamento Internal dealing è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di Monrif S.p.A. in data 14 novembre 2016 al fine di disciplinare gli obblighi e le modalità di comunicazione nonché le limitazioni sulle operazioni sugli strumenti finanziari della Società effettuate dai soggetti che svolgono funzioni amministrative, di direzione e di controllo ("Soggetti Rilevanti") e dalle persone ad esse strettamente legate ("Persone strettamente legate"). La versione recepisce la nuova disciplina del "Market Abuse" in particolare il Regolamento (UE) 596/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 16 aprile 2014 relativo agli abusi di mercato (il "Regolamento MAR"), il relativo regolamento di esecuzione UE 2016/523 del 10 marzo 2016 (il "Regolamento di Esecuzione") ed il regolamento delegato UE 522/2016.

Gli obblighi di comunicazione si applicano alle operazioni (le "Operazioni") condotte dai Soggetti Rilevanti e dalle Persone strettamente legate concernenti gli strumenti finanziari di debito e gli altri strumenti finanziari.

La Società ha individuato la persona del Direttore Amministrativo (il "Soggetto preposto") al ricevimento, alla gestione ed alla diffusione al mercato delle informazioni sopra previste.

### ***Procedura in materia di Monitoraggio, circolazione interna e comunicazione al pubblico delle informazioni privilegiate***

La procedura per il trattamento delle informazioni privilegiate viene emanata da Monrif S.p.A., con efficacia cogente, in applicazione della disciplina normativa e regolamentare vigente in materia di informazione societaria, nello specifico: Regolamento UE 596/2014 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 16 aprile 2014 relativo agli abusi di mercato (il "Regolamento MAR"), il relativo regolamento di esecuzione UE 2016/347 del 10 marzo 2016 (il "Regolamento di Esecuzione"), gli artt. 114 e ss del D.Lgs. 58/1998 come integrati e modificati dal D.Lgs. 10 agosto 2018 n.107, il regolamento adottato da Consob con delibera n. 11971 del 14 maggio 1999 e le linee guida di Consob per la gestione delle informazioni privilegiate n. 1 dell'ottobre 2017. L'ultima versione è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione il 23 marzo 2018.

La Procedura disciplina la gestione e il trattamento delle informazioni nonché le procedure da osservare per la comunicazione interna ed esterna di documenti ed informazioni riguardanti la Società e il Gruppo Monrif al riguardo delle informazioni privilegiate (le "Informazioni Privilegiate").

La Procedura non pregiudica la disciplina contenuta nel Codice di Comportamento in materia di *internal dealing*, ma vi si aggiunge.



26 MAGGIO 2018

PREMIO ARTE E CULTURA LA BAGNAIA  
MARISA MONTI RIFFESER PREMIA IL VOLO

**PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI**



Le tematiche di privacy e protezione dei dati sono particolarmente rilevanti per il Gruppo in riferimento ai settori in cui opera. In particolare, nel settore dell'editoria, la diffusione delle informazioni rappresenta le fondamenta dello svolgimento delle attività.

Attenendosi al Codice in materia di protezione dei dati personali D.Lgs. 196/2003 come modificato dal D.Lgs. 101/2018 ed al Regolamento EU 2016/679 (il "Regolamento"), – il Gruppo Monrif è tenuto a preservare la protezione dei dati personali e la privacy di coloro che accedono ai siti web del Gruppo e che vi comunicano informazioni riservate registrandosi alle aree di accesso (per usufruire dei servizi offerti).

In tema di adeguamento alla normativa privacy il Gruppo ha scelto di nominare un Data Protection Officer ("DPO") con la funzione di sorvegliare l'osservanza del regolamento, valutando i rischi di ogni trattamento alla luce della natura, dell'ambito di applicazione, del contesto e delle finalità.

Ha inoltre l'onere di collaborare con il Titolare/Responsabile, laddove necessario, nel condurre una valutazione di impatto sulla protezione dei dati (DPIA); informare e sensibilizzare il Titolare o il Responsabile del trattamento, nonché i dipendenti di questi ultimi, riguardo agli obblighi derivanti dal Regolamento e da altre disposizioni in materia di protezione dei dati; cooperare con il Garante e fungere da punto di contatto per il Garante su ogni questione connessa al trattamento e supportare il Titolare o il responsabile in ogni attività connessa al trattamento di dati personali, anche con riguardo alla tenuta di un registro delle attività di trattamento.

Il Gruppo possiede diversi siti internet visitati da clienti, investitori, dipendenti, fornitori attuali o potenziali a cui è necessario garantire il rispetto della privacy. Con lo scopo di proteggere la privacy dei dati di coloro che accedono ai siti del Gruppo Monrif, sono state sviluppate diverse policy "ad hoc" in cui sono descritte le procedure che regolano la raccolta ed il trattamento dei dati personali adottate dal Gruppo.

In relazione agli hotel, sui siti è possibile accedere a prenotazioni online dove è cruciale che venga offerto un servizio sicuro che impedisca la diffusione di dati personali. Inoltre, in linea con l'articolo 122 del decreto di cui sopra tutti i siti del Gruppo riportano l'avviso sull'utilizzo di cookie da parte del sito. Con riferimento all'attività alberghiera, nel corso del 2018, non sono pervenuti reclami e/o sanzioni in materia di privacy e/o altri codici volontari.

Inoltre, con riferimento alle banche dati in cui sono raccolte informazioni riguardo clienti, abbonati, partner e collaboratori, il Gruppo adotta tutte le misure necessarie al fine di proteggere la sicurezza delle banche dati e relative informazioni ivi contenute.

Il Gruppo, con particolare riferimento al settore dell'editoria, ritiene la tematica della privacy particolarmente delicata e rilevante. Il rapporto tra diritto di cronaca e diritto di privacy è infatti molto complesso. Pertanto è stato adottato un sistema di procedure e strutture organizzative dedicate alla gestione degli aspetti di sicurezza dei dati (anche ai fini della normativa sulla Privacy).

In particolare, le testate giornalistiche del Gruppo Monrif seguono il Codice deontologico sulla privacy – che contiene le norme relative al trattamento dei dati personali che devono essere osservate da chi è impegnato nell'esercizio dell'attività giornalistica in Italia – approvato dal Garante per la protezione dei dati personali nel 1998.

## RECLAMI CONFERMATI RIGUARDANTI VIOLAZIONI E PERDITE DI INFORMAZIONI DEI CLIENTI

NUMERO DI RECLAMI <sup>15</sup>	2018	2017
<b>Ricevuti da parti esterne e provati dall'organizzazione</b>	-	-
<b>Ricevuti da enti regolatori</b>	-	4
<b>Perdite, furti e dispersioni di informazione dei clienti</b>	-	-

Si specifica che nessuna procedura ha portato all'erogazioni di sanzioni a carico di Poligrafici Editoriale S.p.A. nel 2017 e nel 2018.

<sup>15</sup> Con riferimento ai reclami si intende istanze di chiarimenti da parte del Garante della Privacy, IAP, UNAR per competenza pubblicazioni giornalistiche o pubblicitarie sui Quotidiani del Gruppo Monrif.



## LIBERTÀ DI ESPRESSIONE E INDIPENDENZA EDITORIALE

Monrif crede in un'informazione veritiera e corretta, informazione intesa come libera e non influenzata da interessi non pertinenti a quelli che riguardano l'attività giornalistica, i cui contenuti si contraddistinguono per qualità ed indipendenza. Per garantire la libertà di espressione e la massima autonomia ed indipendenza, Monrif considera di fondamentale importanza i vantaggi di lavorare in gruppo per creare un ambiente che permetta ai dipendenti di esprimere il loro pieno potenziale nel pieno rispetto dei loro diritti e doveri.

Qualità e informazione diversificata sono gli strumenti che permettono al Gruppo Monrif di creare una visione multidimensionale e multi-contenuto in grado di soddisfare i bisogni della collettività incoraggiando il confronto tra i diversi punti di vista.

Monrif, attraverso Poligrafici Editoriale S.p.A., aderisce alla FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), i cui obiettivi sono la tutela della libertà di informazione, la tutela dell'economicità delle aziende editrici quale condizione essenziale per l'esercizio della libertà di informazione, lo sviluppo della diffusione dei mezzi di comunicazione come strumenti di informazione e veicoli di pubblicità e la difesa dei diritti e degli interessi morali e materiali delle imprese associate.

## PUBBLICITÀ E MARKETING RESPONSABILE

Monrif opera nel rispetto del Codice Etico del Gruppo in cui sono definiti i parametri di marketing responsabile. In particolare, "la pubblicità deve essere leale, onesta, veritiera e corretta e riconoscibile come tale e non ingannevole, non deve contenere elementi suscettibile di offendere le convinzioni morali, civili, religiose e politiche ovvero il sentimento di appartenenza a gruppi etnici, razze, nazionalità."

In aggiunta al Codice Etico, nel settore della pubblicità il Gruppo si impegna ad operare in conformità al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, codice definito dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (I.A.P.). Questo organo garante verifica costantemente - anche tramite meccanismi coercitivi ed attraverso l'organo giudicante (il Giuri) - che le diverse attività pubblicitarie siano conformi a regole prestabilite ed in linea con la deontologia professionale di settore.

Il Gruppo, nel 2018 non ha riportato nessun caso di non conformità a regolamenti e/o codici volontari riferiti all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione. Ugualmente, nel corso dell'anno, non sono pervenute sanzioni relative a quanto sopra indicato nel settore della pubblicità.

## EVOLUZIONE DIGITALE

La strategia del Gruppo negli ultimi anni si è focalizzata sull'ulteriore accelerazione del processo di valorizzazione della multicanalità e dell'integrazione tra diversi mezzi di informazione. Mantenendo il valore simbolico sempre riconosciuto al formato cartaceo, è considerata necessaria una spinta più specifica e diretta del canale digitale che offre una serie nutrita di mezzi di diffusione dell'informazione complementari ai mezzi tradizionali.

In una economia sempre più orientata alla digitalizzazione, il Gruppo deve essere in grado di rispondere ai criteri di semplicità e velocità richiesti dagli utenti delle testate e dai fruitori dei contenuti digitali disponibili tramite una serie di mezzi diversi (es. Facebook, Apple News, ...). Gli utenti, principalmente di fasce più giovani rispetto ai lettori del quotidiano stampato, danno per scontato il fatto che i contenuti siano disponibili in maniera immediata, aggiornata e facilmente comprensibile e reperibile.

«L'obiettivo del Gruppo Monrif nell'area digital è quello di replicare la posizione competitiva che Poligrafici Editoriale ha sulla carta con QN Quotidiano Nazionale, fascicolo di informazione nazionale sinergico a Il Resto del Carlino, La Nazione, Il Giorno e Il Telegrafo», ha dichiarato Matteo Riffeser Monti, Presidente di Monrif Net, la società che edita Quotidiano.net.

Il contributo dei lettori risulta centrale, poiché, attraverso nuove forme di comunicazione, essi sono in grado di collaborare attivamente con la testata favorendo l'interazione e il miglioramento dei servizi.

Allo stesso tempo prosegue un processo di crescita costante, che parte dalle opinioni dei clienti. In seguito a quanto emerso nelle più recenti indagini di mercato, la società svilupperà il potenziamento della dimensione dell'utilità e dell'informazione di servizio come ulteriore miglioramento del taglio locale e completerà l'offerta attuale con un maggiore approfondimento sul piano dell'informazione nazionale ed internazionale.

## L'OPINIONE DEI NOSTRI LETTORI

Nello svolgimento delle attività gestite dal Gruppo Monrif assume grandissima importanza il cliente, inteso sia come consumatore finale che come punto di partenza per lo sviluppo di nuove strategie e cambiamenti.

Di conseguenza, l'individuazione di strategie e aggiornamenti avviene, prima di tutto, in accordo con le opinioni e le sensazioni dei clienti. Per questo motivo nasce all'interno del Gruppo l'esigenza di tracciare un chiaro profilo dei lettori attuali e potenziali con il fine di definire e attuare nuove strategie, piani di marketing nonché di nuovi inserti o supplementi ai quotidiani, che si è attuato con la realizzazione nel 2018 di una nuova ricerca di mercato per conoscere i gusti e le esigenze dei propri lettori.

La ricerca di mercato realizzata da GFK Italia a dicembre 2018, è stata condotta sugli acquirenti di quotidiani di informazione, tramite interviste personali (CAPI) di fronte alle edicole dislocate su tutto il territorio di diffusione dei quotidiani del Gruppo.

La ricerca verteva principalmente sul gradimento del supplemento "Storie d'Estate" che è stato venduto in abbinamento obbligatorio (€ 1,80) con i quotidiani per 7 sabati consecutivi a partite dal 1 luglio 2018. La ricerca ha dimostrato che i lettori hanno apprezzato l'inserto (il 40% circa lo ha letto e sfogliato anche con buona ripetizione di lettura). L'apprezzamento dei lettori si è dimostrato più che buono; i lettori hanno apprezzato in particolare la parte narrativa che hanno giudicato ben fatta. Con l'occasione sono stati intervistati i lettori anche su un abbinamento ormai "storico" per le testate del Gruppo: l'abbinamento con il settimanale Grazia, che risulta essere ben percepito, molto apprezzati e che raccoglie buone intenzioni di continuità in futuro.

Le verifiche fatte sui possibili nuovi supplementi di QN raccolgono discrete intenzioni di acquisto per la proposta sulla "cronaca locale" che viene ampiamente apprezzata fra tutti gli acquirenti dei quotidiani del Gruppo.

Un discreto interesse (circa il 40%) è stato dimostrato nei confronti dell'iniziativa "appuntamento locali". Quest'ultima iniziativa insieme alle rubriche "Viaggi" e "Lifestyle" raccolgono un interesse accentuato verso le fasce di acquirenti più "giovani" (under 55).

La ricerca di mercato ha evidenziato che i lettori di QN nei confronti dei supplementi a pagamento non è particolarmente spiccato (il 41% degli acquirenti nel giorno medio è contrario a queste iniziative).

La valutazione cambia radicalmente nei confronti dei supplementi gratuiti, con ben il 57% del pubblico che esprime valutazioni entusiastiche.







Attraverso la società EGA, il Gruppo offre ai suoi clienti hotel di prestigio in aree centrali e strategiche. Ciascun hotel possiede un proprio sito web tramite il quale è possibile accedere con facilità alla disponibilità delle camere e al listino dei prezzi. I pagamenti online e i dati trasferiti tramite il sito sono inoltre criptati per garantire agli ospiti la massima protezione e serenità.

Le strutture sono inoltre dotate di servizi aggiuntivi come centri SPA, piscine e palestre combinando comfort, ospitalità e professionalità al servizio offerto.

Il Gruppo Monrif si propone di monitorare la soddisfazione dei suoi ospiti attraverso questionari dedicati in cui è richiesto al cliente di indicare il livello di soddisfazione in relazione a diversi aspetti. Gli ospiti valutano la qualità del servizio ricevuto, delle condizioni delle camere e della struttura, la facilità nel raggiungere l'albergo e il servizio ristorante.

Nel settore dell'ospitalità, l'attenzione all'ambiente risulta più critica poiché molti degli impatti prodotti dalla normale attività degli hotel sono il risultato delle azioni degli ospiti delle strutture.

A tal proposito, EGA ha avviato una serie di attività che definiscono due filoni importanti:

- il primo rivolto ai comportamenti dello staff e all'attuazione di una gestione responsabile e sensibile alle tematiche in oggetto;
- l'altro rivolto alla sensibilizzazione del cliente che attraverso una serie di attività di comunicazione viene indirizzato in maniera consapevole a tenere comportamenti più responsabili per ridurre l'impatto ambientale ed etico della sua permanenza.

Le prime riguardano principalmente attività interne come una capillare raccolta differenziata dalle camere a tutti i servizi di food and beverage, utilizzo di led a basso consumo, utilizzo di fotocellule per le rubinetterie nelle zone comuni che limitano il consumo di acqua, utilizzo di materie prime prevalentemente a kilometro zero, o comunque del territorio, utilizzo di prodotti per celiaci e proposte menù per intolleranti, utilizzo di carta riciclata per l'uso interno tra gli uffici.

Con riferimento alle iniziative rivolte ai clienti, EGA ha predisposto diverse comunicazioni che invitano a non richiedere quotidianamente il cambio della biancheria bagno e letto.

Monrif ritiene però che sia anche suo compito provvedere alla responsabilizzazione del cliente in un utilizzo più responsabile delle risorse. Per esempio, all'interno di ogni camera gli ospiti sono invitati a richiedere nuovi asciugamani solo quando ritenuto necessario, in modo da ridurre il consumo di acqua richiesto per il lavaggio degli stessi.

Con riferimento ad altre iniziative promosse dal Gruppo, il Royal Garden Hotel di Assago ha deciso di entrare a far parte, da fine 2016, del Programma Destination Charging di Tesla. È quindi da ora possibile, per i proprietari di Tesla, fermarsi presso il Royal Garden Hotel per effettuare la ricarica della vettura. I proprietari di una Tesla troveranno a disposizione due connettori che consentono la ricarica fino a 100km in un'ora.

Infine, con riguardo ad iniziative volte a supportare lo sviluppo delle aree circostanti agli hotel, tutte le strutture adottano tariffe promozionali in occasione di eventi culturali (mostre, rassegne, ecc.) e ricreativi (concerti o eventi sportivi, in particolare il Garden si trova a fianco del Forum di Assago).



**monrif**  
gro

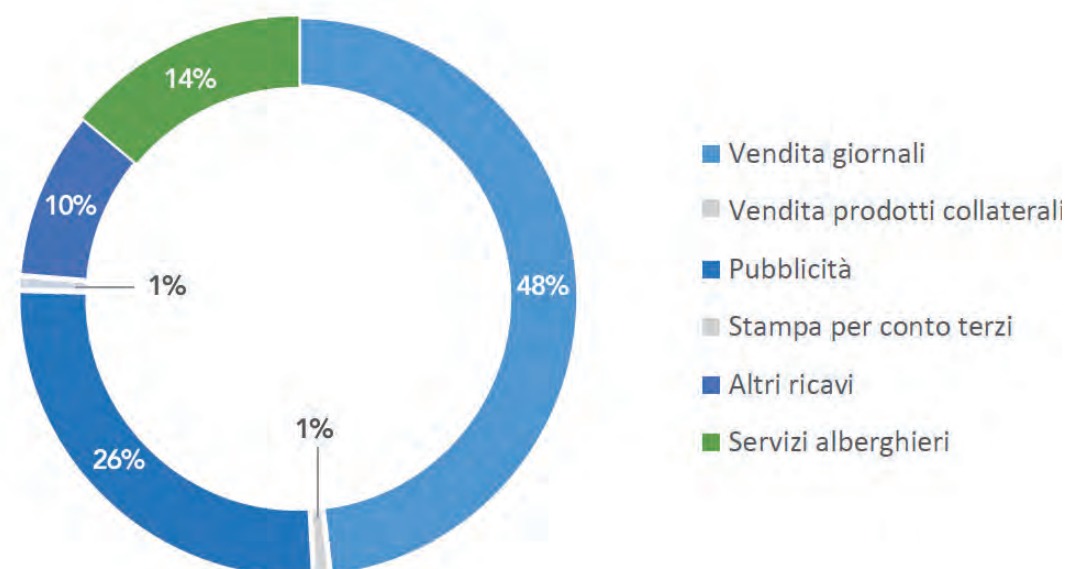
IP

## PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIA

Il Gruppo Monrif ha registrato nell'esercizio 2018 Ricavi consolidati per € 200,1 milioni, di cui € 20,8 milioni relativi alle plusvalenze realizzate con la cessione dell'immobile di Bologna ove viene esercitata l'attività alberghiera sotto il marchio Royal Hotel Carlton e di alcuni terreni edificabili situati a Campi Bisenzio (FI), contro € 182 milioni del precedente esercizio.

Il Margine operativo lordo consolidato (IAP per la cui descrizione si rimanda alla definizione descritta in precedenza), escludendo i proventi non ricorrenti sopracitati (plusvalenze immobiliari e relativi costi accessori) è pari ad € 11,6 milioni rispetto il valore di € 13,4 milioni del 2017. L'Ebitda margin risulta pari al 6,5% rispetto al 7,4% dell'esercizio 2017 (IAP calcolato come rapporto tra il Margine Operativo Lordo e la voce di conto economico "Ricavi netti").

## PERCENTUALE DEI RICAVI CONSOLIDATI DI GRUPPO PER TIPOLOGIA NEL 2018



I dati al 31 dicembre 2017 sono stati riclassificati al fine di considerare gli effetti derivanti dall'applicazione del nuovo principio contabile IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers, che ha introdotto un diverso metodo di rilevazione dei ricavi, che ha comportato principalmente:

- l'iscrizione dei ricavi editoriali sulla base del prezzo di copertina (e comunque al prezzo effettivamente pagato dall'acquirente finale) al lordo degli aggi corrisposti, che sono stati rilevati separatamente come costo di distribuzione e pertanto non portati a riduzione dei ricavi;
- la rilevazione dei ricavi pubblicitari al netto dei canoni editore relativi alle concessioni terze, precedentemente iscritti come costo acquisto spazi nella voce costi operativi.

Le riclassifiche effettuate non hanno determinato effetti sul risultato operativo, né sul risultato d'esercizio né sul totale del patrimonio netto.

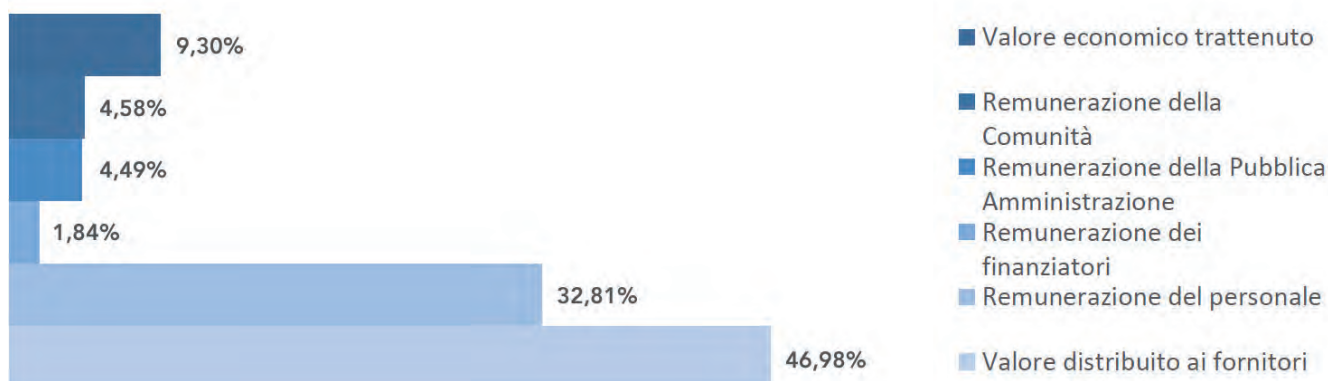
## VALORE GENERATO E DISTRIBUITO

Il valore economico generato dal Gruppo nel 2018 risulta pari a € 200.127 migliaia, di cui circa il 90,7% è distribuito mentre il 9,3% risulta trattenuto in azienda. In particolare, il valore generato dal Gruppo nel corso del 2018 è stato distribuito principalmente ai collaboratori e ai fornitori. Il personale dipendente del Gruppo Monrif ha infatti beneficiato del 32,8% del valore generato mentre, ai fornitori è stato distribuito il 47% del valore, parte del quale include la remunerazione dei collaboratori esterni (giornalisti, agenzie, ecc.) che ricoprono un ruolo rilevante nello sviluppo delle attività del Gruppo Monrif.

La restante parte del valore generato è stata distribuita ai finanziatori (attraverso il pagamento dei tassi di interesse) e comunità (attraverso liberalità comprensive di sponsorizzazioni a fini non commerciali).

Il prospetto di valore aggiunto riportato è stato calcolato sulla base del conto economico consolidato del Gruppo in data 31.12.2018.

## PROSPETTO DEL VALORE ECONOMICO GENERATO DISTRIBUITO DAL GRUPPO AL 2018



## RAPPORTI CON GLI AZIONISTI

Il Gruppo Monrif assicura la piena trasparenza delle scelte effettuate e assume quale proprio obiettivo quello di mantenere e sviluppare un dialogo costruttivo con soci e azionisti. Pertanto, in coerenza alle procedure definite, fornisce tempestivamente ai soci e agli azionisti tutte le informazioni che possono influire sulla decisione di investimento, affinché sia possibile operare scelte informate e consapevoli.

La Società ha individuato la sig.ra **Stefania Dal Rio** ed il dottor **Nicola Natali** quali rappresentanti delle relazioni con la generalità degli Azionisti e con gli Investitori istituzionali. L'informativa agli Investitori, al Mercato e alla stampa è costantemente assicurata da comunicati stampa, nonché dalla documentazione disponibile sul sito internet della Società ([www.monrifgroup.net](http://www.monrifgroup.net)).

Dal 12 ottobre 2017 **Poligrafici Editoriale S.p.A.**, ha affidato a **Banca Finnat Euramerica S.p.A.** l'incarico di operatore Specialista, ai sensi e per gli effetti dell'art. 4.4.1 del Regolamento dei Mercati organizzati e gestiti da Borsa Italiana S.p.A. (il "Regolamento"), relativo alle proprie azioni ordinarie quotate al mercato MTA di Borsa Italiana S.p.A., con l'obiettivo di sostenerne la liquidità.

L'incarico ha durata annuale, rinnovabile alla scadenza previo accordo tra le parti. Lo Specialista svolge pertanto le attività atte a sostenere la liquidità del titolo esponendo continuativamente sul book di negoziazione proposte in acquisto e in vendita secondo le modalità previste all'art. IA.4.4.1 delle Istruzioni al Regolamento.

A Banca Finnat Euramerica S.p.A. è stato inoltre conferito l'incarico di *Analyst Coverage* finalizzato a dotare la Poligrafici Editoriale S.p.A., su base volontaria, di un presidio continuativo sulle proprie vicende societarie ai fini di una loro efficace rappresentazione nei confronti degli Investitori istituzionali e della Comunità Finanziaria, mediante attività di *corporate broker* attraverso la produzione e la successiva divulgazione di ricerche in materia di investimenti, secondo la definizione dettata dall'art. 27 del Regolamento in materia di organizzazione e procedure degli intermediari adottato dalla Banca d'Italia e dalla Consob con provvedimento del 29 ottobre 2007 e successive modifiche, nonché in conformità alle disposizioni fissate dal regolamento delegato UE n.2016/958 del 9 marzo 2016. Nel corso del 2018 sono state prodotte due *Equity Company Note*.

**Andrea Riffeser Monti**, Amministratore Delegato di Poligrafici Editoriale S.p.A.: *"Abbiamo deciso di dotarci su base volontaria di un operatore Specialista che si impegni a sostenere la liquidità del nostro titolo per evidenziare al Mercato ed in particolare ai nostri azionisti retail la volontà di ridurre la volatilità del nostro titolo, favorendo al contempo la liquidabilità del proprio investimento. Inoltre il contestuale conferimento dell'attività di corporate broker ha permesso alla Società di allinearsi alla best practice sul mercato"*.

25 MAGGIO 2018

«CRESCERE TRA LE RIGHE» OSSERVATORIO PERMANENTE GIOVANI EDITORI - BAGNAIA







Il Gruppo Monrif dedica particolare attenzione alle risorse umane nella piena consapevolezza della loro importanza e centralità nella crescita della società stessa. Il loro contributo è considerato indispensabile così come la loro crescita professionale all'interno di un ambiente stimolante e positivo.

Il percorso di carriera, dalla selezione iniziale ai successivi avanzamenti, si sviluppa in modo trasparente in coerenza con le procedure interne. I criteri di valutazione utilizzati sono chiari e atti a valutare la reale corrispondenza con i profili attesi e i profili richiesti.

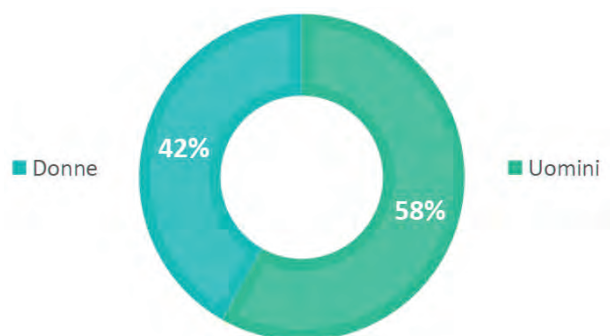
All'interno del Codice Etico del Gruppo è valorizzata e riconosciuta la centralità delle risorse umane quali principale fattore di successo dell'impresa. In quest'ottica, Monrif si impegna, anche attraverso la definizione di procedure formalizzate, a garantire trasparenza, affidabilità e coerenza nelle fasi di selezione, di assunzione e di avanzamento di carriera del personale. La gestione dei rapporti di lavoro è orientata a garantire pari opportunità e a favorire la crescita professionale dei dipendenti.

## LA COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO

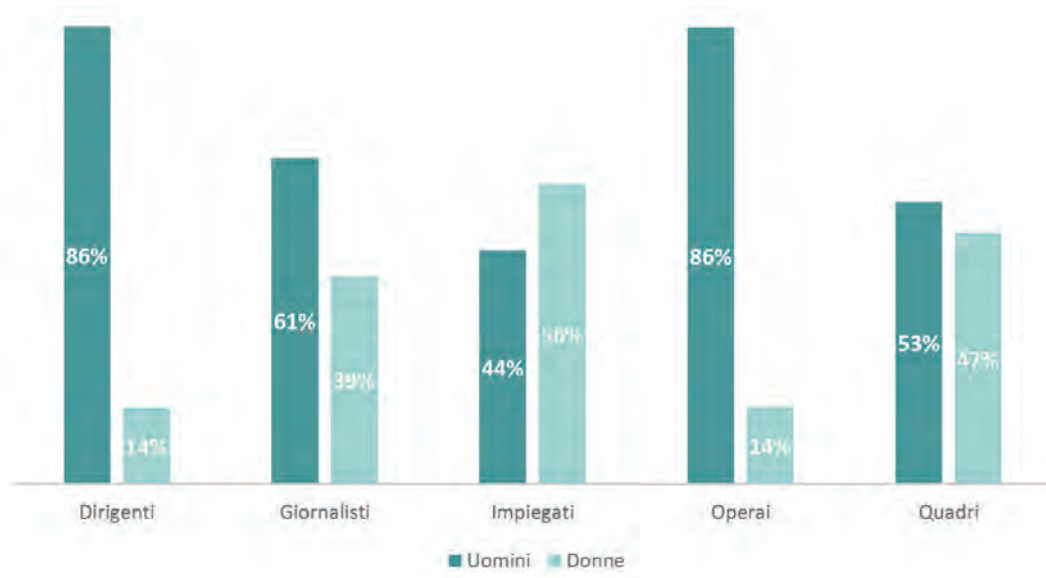
La gestione dei rapporti di lavoro è orientata a garantire le pari opportunità, valorizzando le diversità e favorendo la crescita professionale di tutti i dipendenti. Il 42% del personale del Gruppo Monrif è composto da donne.

L'organico impiegato nelle società del Gruppo ha subito un aumento di circa il 2,4% rispetto all'anno precedente passando da 942 dipendenti al 31.12.2017 a 965 dipendenti al 31.12.2018 (di cui 872 di Gruppo Poligrafici e 93 di EGA).

## DIPENDENTI DEL GRUPPO PER GENERE AL 31.12.2018



## RIPARTIZIONE DEI DIPENDENTI DEL GRUPPO PER RUOLO E GENERE AL 31.12.2018



Circa il 95,4% dei dipendenti ha in essere un contratto a tempo indeterminato in linea con gli anni precedenti.

I dati relativi al personale non comprendono i contratti a chiamata ovvero contratti intermittenti, che si riferiscono solamente al settore alberghiero (EGA). Nel 2018 i contratti intermittenti attivi nel corso dell'anno sono stati 119 (contro i 67 del 2017).

All'interno del Gruppo nel 2018 gli stage attivati sono stati 3 (rispetto ai 10 del 2017).

I tassi di turnover, sono limitati nell'ambito editoriale, mentre risultano consistenti nell'ambito alberghiero per le motivazioni previste dal CCNL di categoria. La percentuale di turnover risulta stabile negli anni con un tasso in entrata del 19,11% e in uscita del 16,67%<sup>16</sup>.

Tutti i dipendenti del Gruppo sono coperti da contrattazione collettiva (CCNL di categoria).

## ATTRAZIONE E SVILUPPO DEI TALENTI E BENESSERE DELLE PERSONE

L'innovazione è considerata aspetto fondamentale per la continua crescita del Gruppo e ad ogni dipendente è garantita l'opportunità di innovare e sviluppare forti interrelazioni improntate alla dignità personale, alla tolleranza, alla trasparenza e alla sicurezza. I risultati di successo dipendono anche dalla capacità di coinvolgere e sviluppare le persone in un ambiente professionale in coerenza con la strategia a lungo termine per indirizzare la società al raggiungimento della sua missione.

La formazione delle risorse interne è da sempre oggetto di attenzione da parte del Gruppo. Nel corso del 2018 sono stati attivati numerosi corsi di formazione in particolare in ambito Sicurezza/ "231" ma anche corsi mirati allo sviluppo di competenze per così dire tecniche e peculiari ma anche manageriali di aree specifiche in via di grande sviluppo come il Marketing ma anche nell'area della preparazione e pre-stampa editoriale.

Molti grandi progetti iniziati nel 2018 vedranno poi il loro maggior sviluppo nel 2019, tra questi e i corsi in materia di GDPR (General Data Protection Regulation) e SEM SEO.

Nel 2018 il Gruppo ha svolto un totale di 2.160 ore di formazione per un totale di 969 partecipanti.

## ORE DI FORMAZIONE EROGATE DAL GRUPPO PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE E GENERE<sup>17</sup>

2018	ORE UOMINI	MEDIA ORE/UOMINI	ORE DONNE	MEDIA ORE/DONNE	ORE TOTALI	MEDIA ORE/CATEGORIA
Dirigenti	46	2	37	9	83	3
Quadri	112	6	66	4	178	5
Giornalisti	353	1	129	1	482	1
Impiegati	473	3	608	3	1081	3
Operai	320	3	17	1	337	3
<b>Totale</b>	<b>1.303</b>	<b>2</b>	<b>858</b>	<b>2</b>	<b>2.160</b>	<b>2</b>

2017	ORE UOMINI	MEDIA ORE/UOMINI	ORE DONNE	MEDIA ORE/DONNE	ORE TOTALI	MEDIA ORE/CATEGORIA
Dirigenti	360	15	144	48	504	19
Quadri	172	9	424	28	596	17
Giornalisti	732	3	380	2	1.112	3
Impiegati	2.076	13	2.024	10	4.100	12
Operai	72	1	-	-	72	1
<b>Totale</b>	<b>3.412</b>	<b>6</b>	<b>2.972</b>	<b>8</b>	<b>6.384</b>	<b>7</b>

<sup>16</sup> Per ulteriori dettagli sui tassi di turnover del Gruppo, si prega di fare riferimento alla sezione Allegati del presente documento

<sup>17</sup> Il corso "La valutazione del potenziale" e i corsi per la sicurezza sono stati erogati nel 2017 e avendo periodicità pluriennale non sono stati ripetuti nel 2018 con una conseguente riduzione delle ore di formazione

Le singole società del Gruppo Monrif, al fine di favorire un bilanciamento ottimale tra lavoro e vita privata dei propri dipendenti, hanno attivato diverse politiche di conciliazione casa/lavoro: dall'utilizzo di contratti part-time alla flessibilità dell'orario lavorativo, compatibilmente con la funzione svolta all'interno dell'organizzazione.

Ove possibile, per motivi logistici, l'azienda ha agevolato l'utilizzo di parcheggi di proprietà per i dipendenti e, nonostante gli elevati costi di gestione, il mantenimento della mensa aziendale interna.

## LA RETRIBUZIONE E ALTRI INCENTIVI

Monrif ha definito una politica generale sulla remunerazione volta ad attrarre e motivare le risorse in possesso di qualità professionali richieste per perseguire con successo gli obiettivi del Gruppo.

La politica riguarda la remunerazione degli amministratori e dei dirigenti con responsabilità strategiche, descrivendone la governance e le procedure utilizzate, nonché una informativa dettagliata ed analitica circa le voci ed i compensi che compongono la remunerazione dei soggetti sopraindicati. Tale politica è il risultato di un processo nel quale rivestono un ruolo centrale l'Assemblea dei Soci, il Consiglio di Amministrazione, il Comitato per la Remunerazione ed il Collegio Sindacale della Società.

In parallelo, Monrif si pone l'obiettivo di creare valore sostenibile nel medio e lungo periodo creando un legame tra retribuzione e performance a tutti i livelli dell'organizzazione.

Il Gruppo ha previsto un sistema incentivante per i dirigenti della concessionaria pubblicitaria e degli alberghi, per i dirigenti con responsabilità strategica di Monrif e Poligrafici Editoriale è prevista ugualmente una componente variabile legata al raggiungimento di specifici obiettivi di performance, al fine di incentivare i loro interessi con il perseguimento dell'obiettivo prioritario della creazione di valore per gli azionisti in un orizzonte di medio-lungo periodo.

Tutti i lavoratori del Gruppo sono inquadrati in contratti collettivi nazionali di lavoro e vengono rispettati tutti i termini previsti dalla normativa vigente, ivi inclusa la disciplina prevista dalla contrattazione collettiva che determina i livelli retributivi minimi per livello/qualifica, o i termini differenti negoziati con le parti sociali.

## RAPPORTO DEL SALARIO BASE E DELLA REMUNERAZIONE TRA DONNE E UOMINI AL 31.12.2018<sup>18</sup>

TIPOLOGIA CONTRATTUALE	SALARIO BASE DONNA/UOMO	REMUNERAZIONE DONNA/UOMO
<b>Dirigenti<sup>19</sup></b>	1,00	0,99
<b>Quadri</b>	0,95	0,95
<b>Giornalisti</b>	0,79	0,79
<b>Impiegati</b>	0,81	0,81
<b>Operai</b>	0,71	0,70

<sup>18</sup> I dati sulla remunerazione si riferiscono alla retribuzione annua lorda media del personale dipendente in forza al 31/12 e non comprendono collaboratori, stage e contratti intermittenti settore alberghiero

<sup>19</sup> Nel salario e nella remunerazione dei dirigenti non è stato riportato lo stipendio percepito dall'Amministratore Delegato del Gruppo



**SALUTE E SICUREZZA**

Il Gruppo Monrif considera principio fondamentale la sicurezza dei lavoratori e si adopera affinché la stessa sia sempre garantita in tutte le diverse fasi di processo. Nell'ambito della normativa vigente, ciascuna società adotta pertanto tutte le misure necessarie per tutelare l'integrità fisica e morale dei propri lavoratori. In particolare ciascuna società si impegna affinché:

- il rispetto della legislazione vigente in materia di sicurezza, igiene e salute dei lavoratori sia considerato una priorità;
- i rischi per i lavoratori siano, per quanto possibile e garantito dall'evoluzione della miglior tecnica, evitati anche scegliendo i materiali e le apparecchiature più adeguate e meno pericolose e tali da mitigare i rischi alla fonte;
- i rischi non evitabili siano correttamente valutati ed idoneamente mitigati attraverso le appropriate misure di sicurezza collettive e individuali;
- l'informazione e formazione dei lavoratori sia diffusa, aggiornata e specifica con riferimento alla mansione svolta;
- sia garantita la consultazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro;
- si faccia fronte con rapidità ed efficacia ad eventuali necessità o non conformità in materia di sicurezza emerse nel corso delle attività lavorative o nel corso di verifiche ed ispezioni;
- l'organizzazione del lavoro e gli aspetti operativi dello stesso siano realizzati in modo da salvaguardare la salute dei lavoratori, dei terzi e della comunità in cui il Gruppo opera.

Al perseguimento delle finalità sopra esposte, ciascuna società destina risorse organizzative, strumentali ed economiche con l'obiettivo di garantire la piena osservanza della normativa antinfortunistica vigente ed il continuo miglioramento della salute e sicurezza dei lavoratori sul luogo di lavoro e delle relative misure di prevenzione. I dipendenti, ciascuno per quanto di propria competenza, sono tenuti ad assicurare il pieno rispetto delle norme di legge, dei principi del presente Codice e delle procedure aziendali ed ogni altra disposizione interna prevista per garantire la tutela della sicurezza, salute ed igiene sui luoghi di lavoro.

Data la natura del business, il tasso di malattia professionale è pari a zero, inoltre il tasso di assenteismo ha registrato una diminuzione passando da 2,55% a 2,37% (tasso medio tra uomini e donne).

Nel 2018, per i due principali business, **Gruppo Poligrafici** e **EGA**, l'indice di gravità si attesta a 0,31 per **Gruppo Poligrafici** e 0,04 per **EGA**. Con riferimento al tasso di infortunio di **EGA** esso risulta per le donne di 14,18 per un unico incidente avvenuto nel 2018. Per **Gruppo Poligrafici** invece il tasso di infortunio si attesta intorno al 10,95 per gli uomini e per il 15,82 le donne. Rispetto al 2017 vi è stata una diminuzione del tasso degli infortuni e dell'indice di gravità in EGA a seguito di un numero di infortuni molto inferiore (da 7 nel 2017 a 1 nel 2018).

## INDICI SULLA SALUTE E SICUREZZA DEL GRUPPO<sup>20</sup>

	2018			2017		
	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO MONRIF	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO MONRIF
<b>Indici di gravità<sup>21</sup></b>	0,31	0,04	0,28	0,42	1,11	0,49
<b>Tasso di infortunio<sup>22</sup></b>	12,77	6,55	11,96	14,65	53,72	19,06

<sup>20</sup> I dati sulla salute e la sicurezza si riferiscono ai dipendenti del Gruppo durante l'anno di reporting ma non comprendono i contratti intermittenti del settore alberghiero e i collaboratori. I collaboratori (agenti pubblicitari e inviati) sono autonomi e non lavorano presso le sedi del Gruppo, inoltre nessuno di loro lavora in stabilimenti produttivi del Gruppo

<sup>21</sup> L'indice di gravità degli infortuni è il rapporto tra il totale dei giorni di lavoro persi a causa degli infortuni e il totale di ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000

<sup>22</sup> Il tasso di infortunio è il rapporto tra il numero totale di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000.000

Come richiesto dal D.Lgs 81/08, le figure che ricoprono i ruoli principali dell'organigramma della sicurezza aziendale si riuniscono almeno una volta l'anno. Queste riunioni vengono svolte per le singole ragioni sociali e per le singole unità produttive (es. per la ragione sociale Poligrafici Editoriale vengono svolte 3 riunioni annuali per le divisioni "il Resto del Carlino" "La Nazione" e "Il Giorno").

Le procedure adottate dalle ragioni sociali del Gruppo Monrif sono state elaborate seguendo il D.Lgs. 81/2008. Le statistiche vengono registrate sia in forma telematica (infortuni) sia con registrazioni a cura del RSPP (near miss). Nel corso del 2018, **Gruppo Poligrafici** ha registrato 13 infortuni, di cui 3 sul luogo di lavoro e 10 in itinere. Per EGA, invece si registra un caso di infortunio sul luogo di lavoro.

Nel settore della stampa industriale (rappresentato principalmente da CSP), i rischi a cui sono esposti i lavoratori sono quelli specifici del comparto: rumore, chimico, notturno, ecc. La valutazione dei suddetti rischi ha portato a definire un protocollo sanitario specifico che tiene ciclicamente monitorati i valori c.d. "sentinella".

## INIZIATIVE SUL TERRITORIO

Monrif opera da sempre nel rispetto dei bisogni della collettività con l'obiettivo di dare valore aggiunto alle comunità coinvolte dalle attività del Gruppo. Il Gruppo ha, infatti, un grande impatto sul territorio poiché, ad eccezione dei fornitori di carta, predilige fornitori e dipendenti che appartengono alle zone locali e alle comunità in cui opera. In questo senso, contribuisce all'occupazione e al sostentamento della comunità sia dal punto di vista interno sia esterno.

Allo stesso tempo, il Gruppo Monrif concorre allo sviluppo sociale e civile del territori, anche attraverso la promozione di iniziative ricreative e culturali, realizzate per garantire aiuto alle persone bisognose di assistenza e a favorire la crescita culturale della collettività.

All'interno del Codice Etico del Gruppo è riportata la volontà dello stesso a contribuire al territorio attraverso eventi e iniziative di carattere sociale, politico, culturale, sportivo e artistico, e anche grazie sponsorizzazioni e contributi, sempre nel rispetto delle procedure definite.

Il contributo del Gruppo Monrif ha preso forma nel corso del 2018 attraverso le seguenti iniziative:

**THE WALL EXHIBITION:** The Wall Exhibition è l'ultimo concept espositivo che Palazzo Belloni, di proprietà del Gruppo Monrif, ha ospitato all'interno dei propri saloni: la scoperta di un oggetto che accompagna la storia dell'umanità e che oggi è alla ribalta delle cronache, ma anche talmente quotidiano da passare spesso inosservato.

Un viaggio attraverso il Muro, un percorso sensoriale e creativo, culturale ed emotivo, che ha trasformato arte e multimedialità in un'esperienza da vivere in prima persona. The Wall Exhibition, inaugurata il 24 novembre 2017 e aperta fino al 6 maggio 2018, ha aperto nuove prospettive di senso, evidenziando il muro come oggetto culturale dai molteplici significati.

Un viaggio tra muri psicologici ed espressivi, politici e sociali, funzionali e della memoria, tra dimensioni artistiche e storiche. La mostra ha proposto al visitatore un itinerario esperienziale e multimediale con installazioni interattive realizzate ad hoc, ma anche con un racconto storico, riferimenti letterari, video, canzoni e opere d'arte di **Giovanni Battista Piranesi, Arnaldo Pomodoro, Giuseppe Uncini, Matteo Pugliese, Mimmo Rotella, Lucio Fontana, Hitomi Sato, Pink Floyd, Christo**. Alla mostra hanno partecipato anche esponenti della stampa internazionale per sottolineare l'importanza e l'attualità del tema trattato.



WE DONT NEED NO EDUCATI  
WE DONT NEED NO THOUGHT CONT  
NO DARK SARCASM IN THE CLASSR  
TEACHERS LEAVE THEM KIDS AL  
HEY! TEACHERS! LEAVE THEM KIDS AL

ALL IN ALL IT'S JU  
ANOTHER BRICK IN THE V  
ALL IN ALL YOU'RE J  
ANOTHER BRICK IN THE V

VITTORIO SGARBI

HA DEFINITO THE WALL EXHIBITION COME:  
"UNA MOSTRA MOLTO INTELLIGENTE E ARRICCHITA DA MOLTE INTUIZIONI FELICI.  
IL MURO È QUI RACCONTATO, OGGETTIVATO E DECLINATO IN MILLE MODI PER RENDERLO, DA ELEMENTO IMMOBILE, UN CONCETTO IN MOVIMENTO"

**CAMPIONATO DI GIORNALISMO:** Il campionato di giornalismo “Cronisti in classe” de il Resto del Carlino, La Nazione, il Giorno e il Telegrafo è oramai un appuntamento fisso per gli studenti di numerose scuole medie delle rispettive città che si sfidano a colpi di inchieste, articoli, interviste e fotografie sulle pagine dei nostri quotidiani. Quest’iniziativa è sostenuta da numerosi sponsor, dagli edicolanti, dagli insegnanti che seguono i ragazzi passo dopo passo nel lavoro di raccolta e di elaborazione dei dati. Un’esperienza unica che dà la possibilità agli studenti di vedere i propri articoli pubblicati sulle pagine dei quotidiani e soprattutto di essere parte attiva nell’osservazione della società.

Nell’edizione 2017-2018 il campionato di giornalismo ha coinvolto 459 scuole, 731 classi e 19.006 alunni a cui sono state distribuite 162.662 copie di quotidiani (a partire da questa edizione la distribuzione è stata fatta attraverso i coupon, ritirabili in edicola).





**OSSERVATORIO PERMANENTE GIOVANI-EDITORI:** la Poligrafici Editoriale, con i suoi quattro quotidiani (QN il Resto del Carlino, La Nazione, Il Giorno, Il Telegrafo), è associata all'Osservatorio Permanente Giovani-Editori che promuove due grandi progetti strategici: uno teso ad allenare la padronanza della propria testa, "Il Quotidiano in Classe", e l'altro teso ad esercitare la padronanza dei propri mezzi economici finanziari "Young Factor". "Il Quotidiano in Classe" è il progetto pensato per aprire gli occhi dei giovani sul mondo, per incuriosirli ai fatti che accadono intorno a loro e per conquistarli alla passione civile e al cambiamento.

L'iniziativa si rivolge alle scuole secondarie superiori d'Italia a cui offre, una sola volta alla settimana e per l'intero anno scolastico, nel giorno liberamente scelto da ciascun docente, più copie di tre diversi giornali a confronto, in versione digitale o cartacea, al duplice scopo di accendere l'attenzione dei giovani sui grandi fatti che accadono nel mondo, con l'ambizione di mostrare come tre diversi giornali presentino gli stessi fatti in maniera diversa, sviluppando così in loro quello spirito critico che li renderà uomini più liberi e cittadini più padroni di se stessi.

Nel 2018 il Borgo la Bagnaiola, in provincia di Siena, ha ospitato l'evento formativo e celebrativo 'Crescere tra le Righe' che ha vantato la partecipazione dei principali editori e giornalisti internazionali, e testimonial del calibro di Andrea Bocelli e Il Volo.

Nel 2018, inoltre, i quotidiani QN Il Resto del Carlino e QN La Nazione hanno voluto celebrare i 70 anni della Costituzione regalando a tutti i lettori il 2 giugno, una copia della Costituzione Italiana vigente. Un'iniziativa allo scopo di portare la Carta fisicamente e idealmente in giro tra le persone, per avvicinarla agli italiani in modo da rafforzare il loro senso di appartenenza alla Repubblica.



## Ciclo di incontri "L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA NEI DISTRETTI ITALIANI. INDUSTRIA 4.0".

Il ciclo di incontri "L'Innovazione Tecnologica nei Distretti Italiani" è un'iniziativa organizzata da QN Quotidiano Nazionale, il Resto del Carlino, La Nazione, Il Giorno e QN Economia & Lavoro, in collaborazione con TIM, dedicata al supporto che le nuove tecnologie offrono alle imprese italiane, per riflettere sulle opportunità che la digitalizzazione, le nuove frontiere delle connessioni e la rete possono offrire alle imprese pubbliche e private, indirizzandole nelle priorità di mercato e negli investimenti.

La prima delle otto tappe si è svolta a Bologna il 9 maggio 2018 presso la Sala Congressi del Centergross ed è stata dedicata, non a caso, al fenomeno del fast fashion, una vera e propria rivoluzione nel campo della moda, il cui punto di forza principale deriva dalla capacità di offrire prodotti di tendenza in un arco temporale ristretto. Il ciclo è proseguito poi a Firenze per parlare dell'internazionalizzazione, con uno speciale focus sull'accesso delle PMI al mercato estero, per poi passare da Modena con il tema dell'innovazione X.0 ponendo l'accento sulla capacità di portare intelligenza, di sperimentare e di creare connessioni in ogni Industry. Le tappe successive si sono tenute a Milano, Livorno, Ascoli, Prato per poi terminare nuovamente il ciclo a Bologna con il focus "Le sfide delle imprese cooperative nell'era della trasformazione digitale".

Le tavole rotonde sono state una splendida occasione per le più importanti realtà imprenditoriali del nostro territorio di avviare un dibattito e un confronto su un tema sempre attuale come la tecnologia, principale strumento d'innovazione e risorsa fondamentale per la crescita culturale e sociale del Sistema Italia, in una dimensione globale. Il tutto accompagnato da alcune delle voci più autorevoli e dai brand più rappresentativi, nonché da Tim, partner tecnologico di primissimo piano e dai propri esperti.



Raccolta fondi **"RIDIAMO UN VOLTO AL NOSTRO DUOMO"** In piena collaborazione con la Diocesi di Ferrara-Comacchio, il Resto del Carlino si è fatto promotore di un'iniziativa che ha voluto ridare un volto alla cattedrale di Ferrara, nascosta ormai dal maggio 2016 a seguito degli imponenti lavori di messa in sicurezza e restauro.

Nel febbraio 2018 ha pertanto lanciato una sottoscrizione pubblica che si è conclusa il 28 giugno 2018 con la presentazione ufficiale ai cittadini e l'installazione del telone di copertura.



Evento **CAVALIERI DEL LAVORO** Il 13 dicembre 2018 l'Aula Marco Biagi ha ospitato la cerimonia di premiazione del Gruppo Emiliano Romagnolo dei Cavalieri del Lavoro durante la quale sono state assegnate 42 borse di studio ai giovani più meritevoli diplomati negli istituti tecnici dell'Emilia-Romagna.

Un'iniziativa che il Gruppo Monrif ha curato nella sua organizzazione condividendo i principali presupposti che stanno alla base dell'evento: promuovere la formazione e la cultura della conoscenza, primo passo per continuare a contribuire alla soluzione dei grandi problemi del nostro Paese, alla sua crescita civile ed economica.



Il **PREMIO PAOLO MASCAGNI** è un riconoscimento istituito da Unindustria Bologna, in collaborazione con il Resto del Carlino, in memoria dell'imprenditore Paolo Mascagni, scomparso nel 2011 e testimone appassionato e convinto del ruolo dell'industria nello sviluppo del territorio bolognese.

Il Premio, giunto alla sua settima edizione, è dedicato alle "imprese che crescono", e vuole valorizzare e far conoscere quelle realtà aziendali, di ogni dimensione e di differenti settori produttivi, che continuano a crescere a dispetto della crisi aumentando il fatturato, investendo in progetti.

Ogni settimana sulle pagine de il Resto del Carlino Bologna sono state raccontate le storie di un'impresa segnalata da Unindustria Bologna.

Al termine del ciclo di interviste un'apposita giuria ha selezionato la vincitrice che è stata premiata lo scorso 8 novembre nel corso di una cerimonia in cui sono coinvolte tutte le aziende partecipanti, che si è tenuta presso l'Aula Marco Biagi nella sede della Poligrafici Editoriale.



A queste iniziative se ne aggiungono altre (patrocini, sponsorizzazioni e media partner) con fini culturali, sportive e sociali sul territorio (sagre, campionati, e manifestazioni varie). Le manifestazioni vengono seguite sia su carta che su web, e sono circa una quindicina a bimestre.

Inoltre il Gruppo Monrif è solito riservare a specifiche categorie di inserzionisti pubblicitari (**Onlus**), condizioni economiche privilegiate, permettendo un accesso favorevole ai servizi che la società propone e una maggiore visibilità a società con rilevante impatto sociale.



**the**  
**WALL**  
EXHIBITION  
HISTORY | ART | MULTIMEDIA

**SEI MAI ENTRATO  
IN UN' INVENZIONE?**



La responsabilità di Monrif si estende anche alla sfera ambientale.

Il Gruppo Monrif, all'interno del Codice Etico, dichiara il suo impegno al rispetto dell'ambiente come risorsa da tutelare, a beneficio della collettività e delle generazioni future. Nel rispetto delle normative vigenti, il Gruppo adotta le misure più idonee a preservare l'ambiente, promuovendo e programmando lo sviluppo delle attività in coerenza con tale obiettivo e promuovendo iniziative di sensibilizzazione.

L'attività con maggiore impatto ambientale/produttiva del Gruppo Monrif si concentra nell'attività di stampa svolta dal Centro Stampa Poligrafici parte del Gruppo Poligrafici. Per questo motivo è stata condotta un'analisi ambientale che analizza tutte le attività della società negli stabilimenti di Bologna e Campi Bisenzio con riferimento a: consumi di energia, emissioni in ambiente, prelievi idrici, gestione dei rifiuti, rumore, uso del suolo, consumo di sostanze e traffico veicolare.

Essendo il Gruppo Monrif caratterizzato da due business che presentano caratteristiche differenti (editoria ed ospitalità) si è deciso di riportare distintamente, oltre ai dati consolidati di Gruppo, il dettaglio per **Gruppo Poligrafici** e **EGA**.

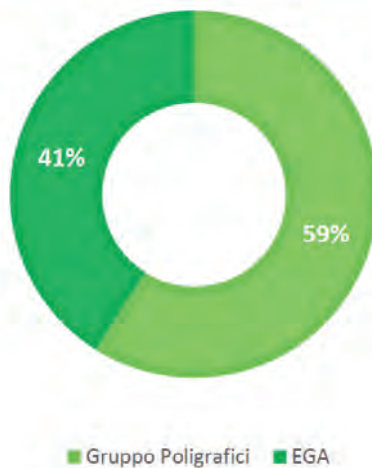
I dati e le informazioni rendicontati in questo capitolo si riferiscono agli stabilimenti e uffici del Gruppo con riferimento alle società consolidate integralmente. Eventuali limitazioni di perimetro sono opportunamente riportate con riferimento ai grafici e alle tabelle.

### GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE

#### CONSUMI ENERGETICI ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

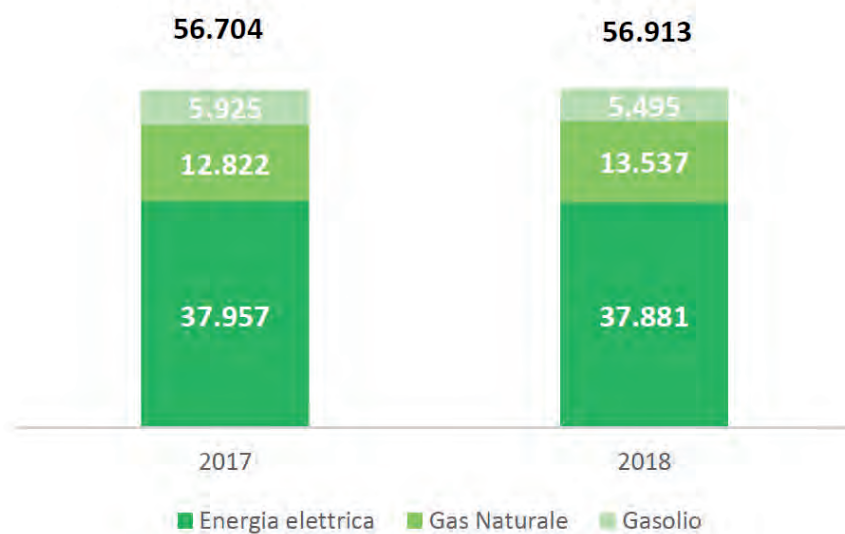
I consumi totali di energia del **Gruppo Monrif** nel 2018 si attestano intorno ai 97.142 GJ, in aumento rispetto al 2017 di circa l'1,6%. Nello specifico si può notare come circa il 59% dell'energia consumata sia attribuibile a **Gruppo Poligrafici**, contro il 41% dei consumi energetici attribuibile ad **EGA**. I consumi del **Gruppo Poligrafici**, in particolare di energia elettrica, sono attribuibili in gran parte all'attività di stampa (operata attraverso CSP).

#### CONSUMI DI ENERGIA DEL GRUPPO SUDDIVISI PER TIPOLOGIA DI BUSINESS NEL 2018 (% SUL TOTALE CONSUMO DI GRUPPO)



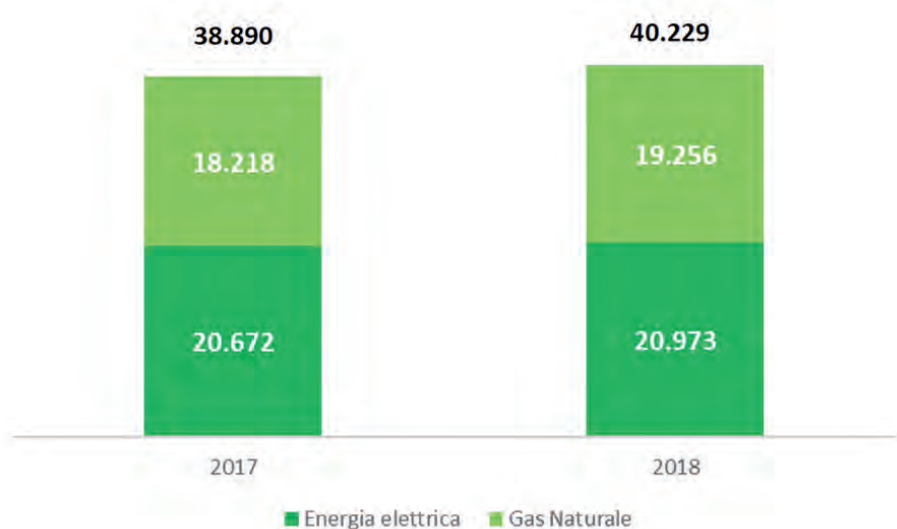
Nel corso del 2018, **Gruppo Poligrafici** ha consumato all'incirca 56.913 GJ di energia, in linea con l'anno precedente. Il Gruppo non ha fatto ricorso all'acquisto di certificati di Garanzia di Origine attestanti la provenienza dell'energia elettrica consumata da fonti rinnovabili.

## CONSUMI ENERGIA DEL GRUPPO POLIGRAFICI (GJ)<sup>23</sup>



I consumi energetici di **EGA** sono in linea con quelli dell'anno precedente, registrando un leggero aumento di circa il 3% rispetto al 2017.

## CONSUMI ENERGIA DI EGA (GJ)<sup>24</sup>



<sup>23</sup> Con riferimento ai consumi di gas naturale e gasolio, i consumi di Gruppo Poligrafici non tengono conto delle redazioni del Giorno, la sede di Speed ad Assago, le agenzie di Speed. Con riferimento ai dati delle redazioni del Carlino e La Nazione, i consumi del 2017 e del 2018 sono stimati sulla base dei consumi dell'anno precedente

<sup>24</sup> Con riferimento ai consumi di gas di EGA, i dati del 2018 contengono i consumi sia della cucina del Garden che quella del Carlton (questi ultimi esclusi dai dati 2017) in seguito alla cessazione dell'affitto a terzi



## INTENSITÀ ENERGETICA

Per il calcolo dell'intensità energetica, i consumi energetici vengono rapportati ad indicatori produttivi e gestionali significativi, ottenendo indici di intensità di consumo in grado di sottolineare eventuali differenze negli anni, nell'efficienza e nella gestione dell'energia all'interno dell'azienda.

Questi dati consentono di confrontare le prestazioni energetiche del Gruppo con indicatori di produttività e volume delle attività. Di conseguenza, è stato deciso di utilizzare due denominatori diversi a seconda del business analizzato.

Per **Gruppo Poligrafici**, il consumo energetico viene rapportato al totale di carta consumata durante l'anno<sup>25</sup>. Con riferimento invece a **EGA**, sono state prese in considerazione le presenze dell'anno negli hotel del Gruppo Monrif, come indicazione del volume di attività<sup>26</sup>.

## INDICI DI INTENSITÀ DI CONSUMI DI ENERGIA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

	2018		2017	
Intensità (GJ/t) - (GJ/n. di presenze)	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA
<b>Intensità di energia all'interno dell'organizzazione</b>	2,99	0,27	2,60	0,26

L'indice di intensità energetica all'interno dell'organizzazione (per il perimetro del **Gruppo Poligrafici**) passa da 2,60 GJ/t del 2017 a 2,99 GJ/t nel 2018 generando un aumento dell'indice.

Per quanto concerne **EGA** l'indice di intensità energetica rimane sostanzialmente stabile.

<sup>25</sup> Le tonnellate di carta consumata durante l'anno sono riportate all'interno del capitolo "Gestione responsabile della catena di fornitura"

<sup>26</sup> Il numero di presenze è riportato nel capitolo "Il Gruppo"

A close-up photograph of a young girl with long, wavy blonde hair blowing on a dandelion seed head. Her eyes are closed, and her lips are pursed together. The background is a soft-focus field of green grass and trees, with bright sunlight creating a warm, golden glow and lens flare. Several dandelion seeds are captured in mid-air, floating away from the girl. The overall mood is peaceful and nostalgic.

**EMISSIONI E CAMBIAMENTI CLIMATICI**

Le emissioni di anidride carbonica vengono calcolate considerando le attività dirette del Gruppo Monrif cioè il riscaldamento delle sedi ed il consumo energetico per la stampa dei giornali.

La corretta e sistematica quantificazione e rendicontazione delle emissioni di GHG (Green House Gas) consente di gestire gli impatti ambientali ad esse associati derivanti dalle attività svolte e di stabilire appropriati obiettivi e target ambientali.

Il calcolo delle emissioni è stato basato sul GHG Protocol, il principale standard di rendicontazione delle emissioni, che prevede la distinzione delle emissioni in tre categorie o Scope:

- **Scope 1** - Emissioni associate alle fonti che sono di proprietà o che si trovano sotto il controllo della società.
- **Scope 2** - Emissioni associate alla generazione di energia elettrica, calore o vapore acquistati e consumati dall'organizzazione, che fisicamente vengono immessi nel perimetro societario.
- **Scope 3** - Altre emissioni indirette conseguenti alle attività dell'organizzazione, ma che derivano da fonti appartenenti o controllate da altre organizzazioni.

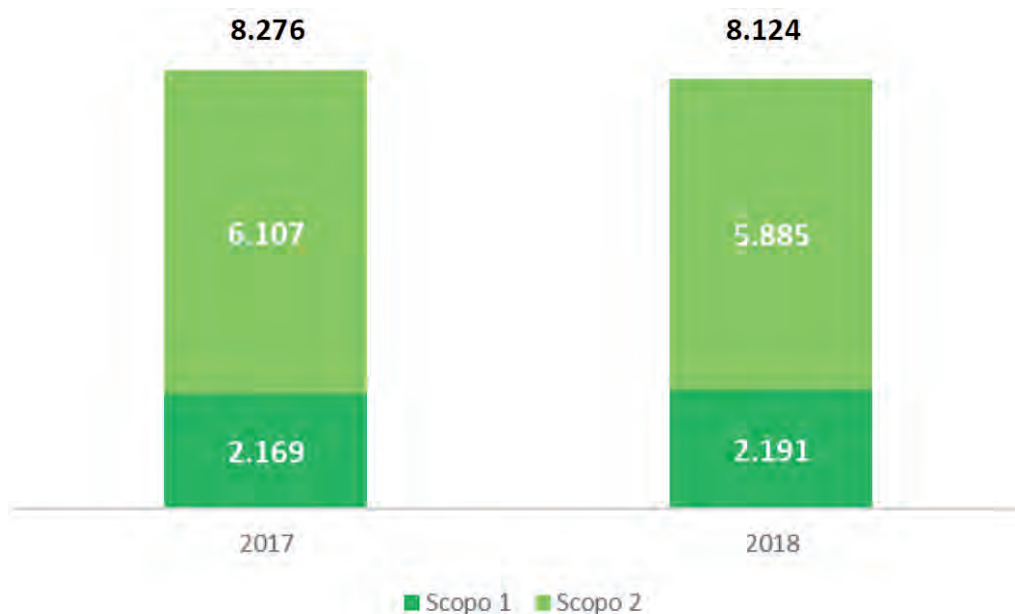
Il GHG Protocol prevede due diversi approcci di calcolo delle emissioni di Scope 2: "Location-based " e "Market-based ". L'approccio "Location-based" prevede l'utilizzo di un fattore di emissione medio nazionale relativo allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica. L'approccio "Market-based" prevede l'utilizzo di un fattore di emissione definito su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. Vista l'assenza di specifici accordi contrattuali tra le società del Gruppo ed il fornitore di energia elettrica (es. acquisto di Garanzie di Origine), per questo approccio è stato utilizzato il fattore di emissione relativo ai "residual mix" nazionale.

Con riferimento allo Scope 3, il Gruppo non rendiconta le altre emissioni indirette derivanti da attività non controllate dal Gruppo stesso.

## EMISSIONI DI GAS SERRA DEL GRUPPO<sup>27</sup>

Le emissioni di gas serra (Scope 1 e Scope 2 Location Based) del Gruppo Monrif nel 2018 sono state pari a 8.124 tonnellate di CO<sub>2</sub>, in aumento di circa lo 0,5% rispetto al 2017.

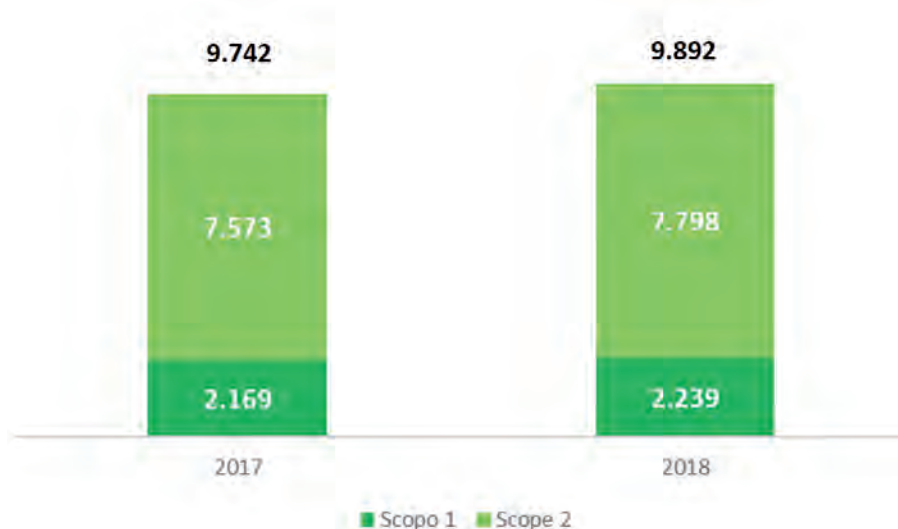
### EMISSIONI DI GAS SERRA DEL GRUPPO (tCO<sub>2</sub>) - LOCATION-BASED



<sup>27</sup> Le emissioni di Scope 1 e Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>, tuttavia la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (in CO<sub>2</sub>equivalente) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento. Per il calcolo delle emissioni di Scope 1 2017 e 2018 sono stati utilizzati rispettivamente i coefficienti del Ministero Ambiente - Parametri standard nazionali 2017 e 2018. Per il calcolo delle emissioni da consumo di energia elettrica 2017 e 2018 (Scope 2) sono stati utilizzati rispettivamente i coefficienti di Terna - Confronti internazionali 2015 e 2016 (Location based) e AIB Residual Mixes 2016 e 2018 (Market based)

Le emissioni di gas serra del **Gruppo Monrif** nel 2018, sono state pari a 9.892 tonnellate di CO<sub>2</sub>, in aumento di circa l'1,5% rispetto al 2017, con riferimento al calcolo Market-based per le emissioni di Scope 2.

## EMISSIONI DI GAS SERRA DEL GRUPPO (tCO<sub>2</sub>) - MARKET-BASED



Sempre con riferimento alle emissioni di gas effetto serra, di seguito si riport il dettaglio delle emissioni di Scope 1 del Gruppo. Le emissioni di Scope 2 sono invece interamente collegate ai consumi di energia elettrica.

## EMISSIONI DI SCOPE 1 DEL GRUPPO (tCO<sub>2</sub>)

	2018	2017
Gas naturale	1.787	1.749
Gasolio per riscaldamento	404	440
<b>TOTALE</b>	<b>2.192</b>	<b>2.189</b>

## INTENSITÀ DELLE EMISSIONI DI GAS EFFETTO SERRA

Per il calcolo delle intensità delle emissioni è stato usato lo stesso denominatore degli indicatori energetici: la quantità totale di carta consumata per Gruppo Poligrafici e di numero di presenze negli alberghi per **EGA**<sup>28</sup>. Le emissioni utilizzate al numeratore fanno riferimento alle emissioni di Scope 1 e di Scope 2 (Location-based).

Per **EGA**, l'intensità delle emissioni di Scope 1 e 2 è in linea con quella del 2017 mentre per il **Gruppo Poligrafici** si registra un deciso aumento, dovuto ad una produzione di emissioni Scope 1 in aumento del 1% e Scope 2 (Location-based) in diminuzione del -4% rispetto al 2017, rapportate ad un consumo di carta in riduzione del -13% rispetto al 2017.

## INDICI DI INTENSITÀ DELLE EMISSIONI GRUPPO POLIGRAFICI

tCO <sub>2</sub> /t	2018	2017
Scope 1	0,061	0,053
Scope 2 (Location Based)	0,199	0,181

<sup>28</sup> I dati sulla quantità totale di carta acquistata sono riportati nel paragrafo "Gestione responsabile della catena di fornitura" e negli Allegati. Il numero di presenze è riportato nel capitolo "Il Gruppo"

## INDICI DI INTENSITÀ DELLE EMISSIONI EGA

t CO <sub>2</sub> /n. persone	2018	2017
Scope 1	0,007	0,007
Scope 2 (Location Based)	0,014	0,015

## ALTRE EMISSIONI

Con riferimento ad altre emissioni in atmosfera, oltre ai gas effetto serra, il Gruppo Monrif rilascia nell'ambiente, attraverso il gas naturale e il gasolio che utilizza per il riscaldamento 1.242 kg di NO<sub>x</sub> e 268 Kg di SO<sub>x</sub><sup>29</sup>.

## ALTRE EMISSIONI DEL GRUPPO

	Emissioni di NO <sub>x</sub> (kg)		20 Emissioni di SO <sub>x</sub> (kg) 17	
	2018	2017	2018	2017
<b>GAS NATURALE</b>	967	931	10	9
<b>Gasolio</b>	275	296	258	278
<b>Totale emissioni</b>	<b>1.242</b>	<b>1.227</b>	<b>268</b>	<b>287</b>

<sup>29</sup> Per il calcolo delle emissioni di NO<sub>x</sub> e SO<sub>x</sub> si è fatto riferimento ai fattori di conversione dell'ISPRA 2018 e al potere calorifico inferiore dei combustibili considerati



**GESTIONE DEI RIFIUTI**



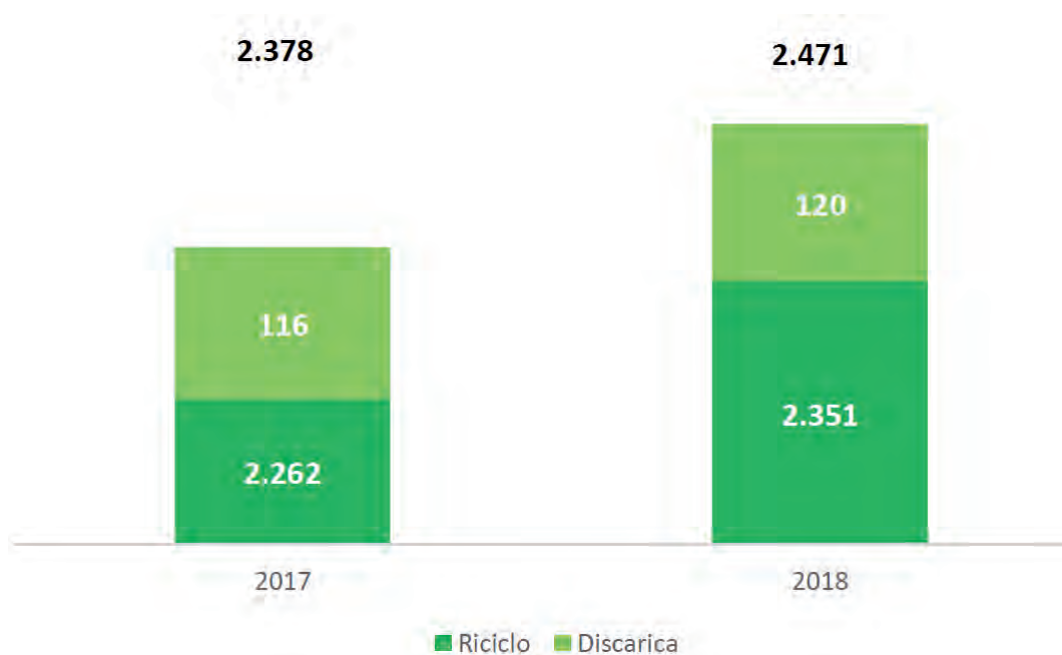
Il Gruppo Monrif è attento alle modalità di gestione e smaltimento dei rifiuti, in conformità alle normative vigenti in materia, nella consapevolezza del ruolo che un corretto svolgimento di queste attività riveste nel rispetto della salute pubblica e in considerazione dei diritti delle generazioni future.

Monrif esercita un monitoraggio puntuale per far sì che le operazioni di gestione dei rifiuti siano effettuate in modo corretto, in pieno rispetto delle normative vigenti.

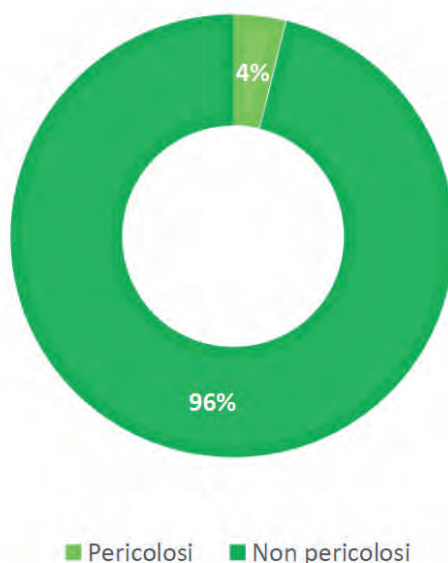
## RIFIUTI PRODOTTI E SMALTITI

Nel corso del 2018, il Gruppo Monrif ha prodotto in totale circa 2.471 tonnellate di rifiuti, in aumento di circa il 3,9% rispetto al 2017. La modalità più utilizzata di smaltimento è il riciclo che riguarda circa il 95% dei rifiuti totali smaltiti. Il restante quantitativo di rifiuti è stato smaltito in discarica.

### RIFIUTI SMALTITI DEL GRUPPO PER METODO DI SMALTIMENTO (t)<sup>30</sup>



### RIFIUTI SMALTITI PER TIPOLOGIA NEL 2018 (% SUL TOTALE DI GRUPPO)



<sup>30</sup> I rifiuti smaltiti dal Gruppo si riferiscono ai dati di Gruppo Poligrafici ed EGA. Con riferimento a Gruppo Poligrafici, la produzione e lo smaltimento dei rifiuti fanno riferimento agli stabilimenti di proprietà di CSP e PE a Bologna e Firenze

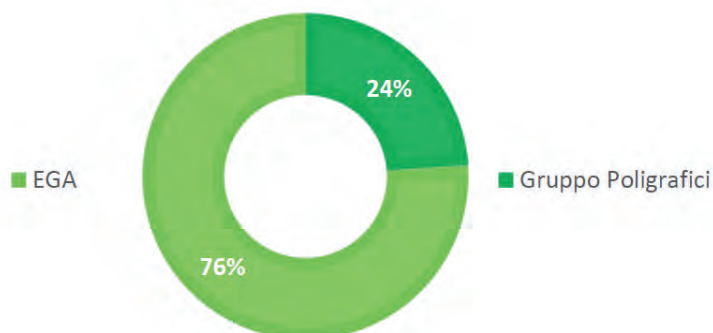
## UTILIZZO DELLE RISORSE IDRICHE

### ACQUA PRELEVATA

Nel 2018 negli impianti e nelle sedi relative al settore editoria sono stati consumati complessivamente 23.849 metri cubi di acqua (rispetto ai 21.529 metri cubi del 2017). I consumi riguardano in prevalenza gli impianti di stampa e la sede di Bologna che ammontano circa al 66% dell'acqua totale prelevata ed utilizzate da Gruppo Poligrafici.

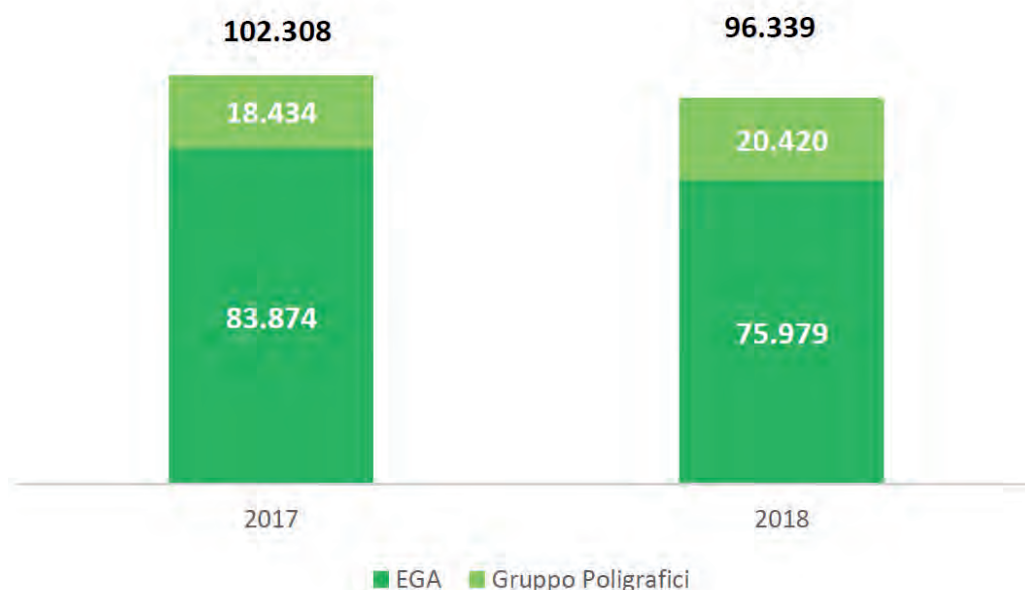
Complessivamente, il Gruppo Monrif ha consumato 99.828 metri cubi di acqua nel 2018 (rispetto ai 105.403 metri cubi del 2017) interamente prelevata dall'acquedotto. Circa il 76% del consumo totale deriva dalla gestione degli alberghi a dimostrazione del fatto che la stampa è un processo che non necessita l'uso di ingenti quantitativi di acqua.

### VOLUME DI ACQUA CONSUMATA NEL 2018 (% SUL TOTALE CONSUMO DI GRUPPO)



### ACQUA SCARICATA

### VOLUME DI ACQUA SCARICATA IN FOGNATURA (M<sup>3</sup>)



Si è stimato che l'acqua scaricata in fognatura per quanto riguarda il **Gruppo Poligrafici** corrisponda a circa l'86 % dell'acqua prelevata. L'acqua non è stata riutilizzata in alcun caso. La riduzione dell'acqua scaricata in fognatura è stata di circa il 5,8% grazie alla forte riduzione da parte di **EGA**.



## GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

Il Gruppo Monrif definisce con i propri fornitori rapporti di collaborazione, nel rispetto delle normative nazionali ed internazionali vigenti e dei principi presenti nel Codice Etico, avendo attenzione ai migliori standard professionali, alle migliori pratiche in materia di etica, di tutela della salute e della sicurezza e del rispetto dell'ambiente. Il Gruppo presta la massima attenzione al rispetto di elevati standard qualitativi dei processi produttivi, da parte dei fornitori di beni e/o servizi.

In tale direzione si colloca l'attenzione al rispetto dei diritti e prerogative sindacali previsti da legge e contratti applicati sul piano nazionale.

Il processo di approvvigionamento è gestito attraverso un insieme di procedure che permettono di condividere esperienze e specifiche competenze, così da poter rispondere adeguatamente e con rapidità alle necessità aziendali. Le procedure di acquisto sono volte a garantire ed a monitorare la qualità delle prestazioni nel massimo rispetto di economicità, efficacia, tempestività e correttezza.

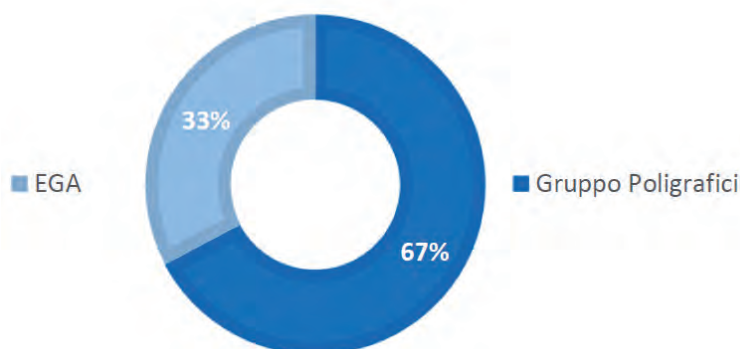
Il processo di selezione dei fornitori è focalizzato non solo sulla soddisfazione dei requisiti tecnici e di performance, ma anche sulla condivisione dei valori aziendali. Ogni fornitore è tenuto infatti ad osservare e sottoscrivere unitamente alla firma del contratto il Codice Etico del Gruppo

L'impegno di Monrif nei confronti delle comunità appartenenti ai territori in cui si concentrano le sue attività è testimoniato dalla politica aziendale nella scelta dei fornitori.

Il 51% della spesa di fornitura è riconducibile a fornitori locali (fornitori operanti sul territorio italiano).

Con riferimento ai fornitori del Gruppo Poligrafici di materie prime di carta e inchiostro, 14 su circa 166 fornitori dell'editoria per necessità sono esteri.

## RIPARTIZIONE DELLA SPESA DI FORNITURA DEL GRUPPO PER SOCIETÀ 2018



Con riferimento alla catena di fornitura di **EGA**, i fornitori si possono dividere in diverse tipologie tra cui fornitori di materie prime e di consumo, utenze, servizi, servizi di pulizia e affitti.

I principali fornitori del **Gruppo Poligrafici** possono essere classificati in "Fornitori di materie prime" (carta, inchiostro, lastre e cellophane), "Fornitori di servizi di giornale" (agenzie, fotografi e servizi), "Fornitori di servizi" (manutenzioni e pulizie). La spesa dedicata all'acquisto di materie prime costituisce la quasi totalità della spesa complessiva.

## PERCENTUALE DI SPESA PER LA FORNITURA DEL GRUPPO POLIGRAFICI NEL 2018

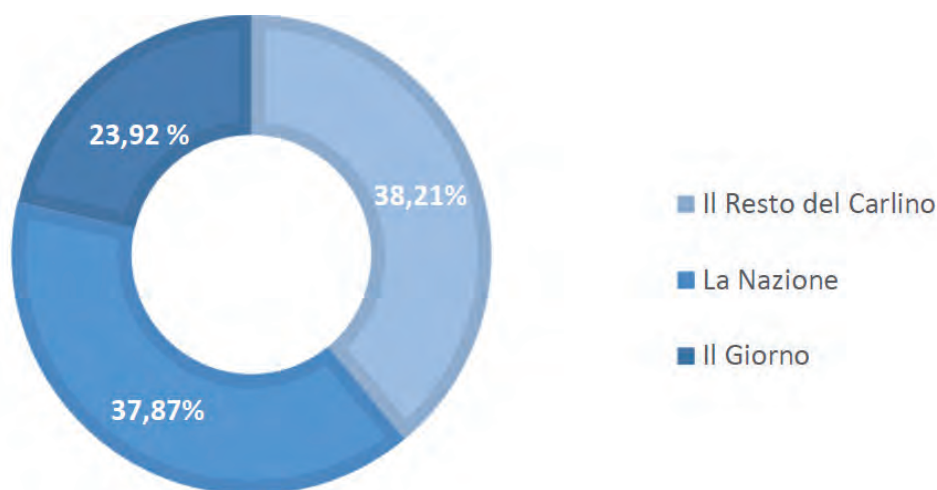


Il Gruppo, operando nel settore della stampa, acquista grandi quantitativi di carta. Per evitare che le fluttuazioni del prezzo di questa materia prima abbiano ripercussioni economiche, la società si affida ad un ampio network di fornitori in modo da poter garantire l'approvvigionamento delle forniture alle migliori condizioni nel caso di imprevisti o tensioni.

## TONNELLATE DI CARTA CONSUMATA DA POLIGRAFICI, CON RIFERIMENTO ALLA TESTATA (t)

TESTATA	2018	2017
Il Resto del Carlino	7.268	8.504
LA NAZIONE	7.203	8.635
Il Giorno	4.550	4.689
<b>TOTALE</b>	<b>19.021</b>	<b>21.828</b>

## PERCENTUALE DI CARTA CONSUMATA DA GRUPPO POLIGRAFICI NEL 2018 (%)



La selezione del parco fornitori del Gruppo ed in particolar modo di coloro i quali possono generare impatti significativi sull'ambiente, è gestita in maniera diretta in osservanza delle normative della comunità europea sulla tutela dell'ambiente.

Tra i circa 166 fornitori del Gruppo<sup>31</sup>, circa il 20% è stato identificato come fornitore con un possibile impatto ambientale negativo, essendo questi produttori e quindi responsabili della fornitura di materie prime e materiali per la stampa. Assumono quindi un ruolo rilevante le certificazioni ambientali che sono monitorate dal Gruppo in maniera accurata sia durante il processo di selezione e in seguito con cadenza annuale dagli organi di controllo di competenza.

In particolare, per i fornitori di carta, elemento fondamentale del processo di selezione è la presenza di certificazioni FSC o PEFC. Queste certificazioni garantiscono la provenienza dei prodotti da foreste gestite in maniera responsabile, generando così benefici ambientali, sociali ed economici.

Nello specifico, FSC (Forest Stewardship Council) è la certificazione più accreditata al mondo i cui standard comprendono la protezione della qualità dell'acqua, vietano il taglio di foreste antiche, prevengono la perdita della naturale copertura forestale e proibiscono l'uso di prodotti chimici altamente tossici - tutti aspetti che riguardano il sistema di gestione di una foresta. Ad esempio, FSC vieta l'uso di atrazina - che è legale negli Stati Uniti ma non in Europa - dal momento che, come è stato dimostrato, causa inquinamento dell'acqua e malformazione dei feti. Altri schemi di certificazione, al contrario, permettono l'uso di questo prodotto chimico, anche tramite irrorazione aerea. Altre certificazioni considerate rilevanti nella selezione dei fornitori della carta sono: Eco Label, ECF e Blue Angel.

<sup>31</sup> Il dato riportato comprende solamente i fornitori che hanno con il Gruppo Monrif un rapporto di fornitura continuativo

Un altro elemento con cui il Gruppo Monrif si impegna a limitare gli impatti negativi sull'ambiente derivanti dall'utilizzo di carta è l'acquisto e utilizzo di carta riciclata. Nel corso del 2018 la carta acquistata è composta dal 70% al 85% da materiale riciclato, secondo quanto dichiarato dai fornitori.

L'attenzione del Gruppo Monrif verso criteri di sostenibilità dei fornitori di materie prime si dimostra di fondamentale importanza anche per l'acquisto di lastre di alluminio per la stampa. In particolare, il 98% delle lastre acquistate nel corso del 2018 (circa 236.586 kg) è riciclabile.

Oltre alle tematiche ambientali, un ulteriore aspetto considerato dal Gruppo Monrif durante il processo di selezione dei fornitori sono gli aspetti sociali e quindi i potenziali impatti negativi che possono derivare da una gestione non consapevole della propria catena di fornitura. Ne deriva che, oltre ai criteri ambientali, un ulteriore criterio di selezione considerato dal Gruppo è la provenienza del fornitore. Ove possibile, il Gruppo privilegia fornitori all'interno del territorio nazionale. Per alcune categorie merceologiche, come carta ed inchiostri, è necessario però rivolgersi a fornitori esteri a causa dell'inesistenza di fornitori all'interno della Nazione; in questi casi, il Gruppo favorisce fornitori appartenenti alla comunità Europea.

Con riferimento ad altre tipologie di materiale utilizzate da Poligrafici, il Gruppo si approvvigiona, anche di materiali non rinnovabili quali caucciù (396 pezzi) e inchiostro (circa 323.827 Kg).





## PERIMETRO E IMPATTI DEGLI ASPETTI MATERIALI

Nella tabella seguente sono state identificate le attività e/o il gruppo di attività che sono state definite materiali, l'area di impatto delle stesse con riferimento alle attività e al perimetro del Gruppo ed il relativo coinvolgimento di Monrif nelle stesse. Per coinvolgimento diretto si rimanda al fatto che la tematica risulta materiale in seguito ad un'attività direttamente controllata dall'organizzazione mentre nel coinvolgimento indiretto rientrano tutti quegli aspetti che Monrif contribuisce a causare attraverso le attività di business collegate.

MACRO-AREA	TEMATICHE MATERIALI	PERIMETRO DI IMPATTO	COINVOLGIMENTO DELL'ORGANIZZAZIONE
RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE	Gruppo	Diretto
	UTILIZZO DI RISORSE IDRICHE	Gruppo	Diretto
	GESTIONE DEI RIFIUTI ED ECONOMIA CIRCOLARE	Gruppo	Diretto
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO/SERVIZIO	TRASPARENZA E MARKETING RESPONSABILE	Gruppo	Diretto
	EVOLUZIONE DIGITALE	Gruppo	Diretto
	QUALITÀ, ACCESSIBILITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO/SERVIZIO E DELLE STRUTTURE	Gruppo <sup>32</sup>	Diretto
	PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI	Gruppo	Diretto
	LIBERTÀ DI ESPRESSIONE E INDIPENDENZA EDITORIALE	Editoria	Diretto
	OSPITALITÀ RESPONSABILE	Alberghi	Diretto
	REPUTAZIONE E VALORE DEL BRAND	Gruppo	Diretto
RESPONSABILITÀ VERSO I COLLABORATORI	ATTRAZIONE TALENTI E SVILUPPO DELLE PERSONE	Gruppo	Diretto
	DIVERSITÀ, PARI OPPORTUNITÀ E NON DISCRIMINAZIONE	Gruppo	Diretto
	SALUTE E SICUREZZA	Dipendenti del Gruppo <sup>33</sup>	Diretto
RESPONSABILITÀ VERSO LA COMUNITÀ	COLLABORAZIONI E PARTNERSHIP	Gruppo	Diretto
	IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI	Gruppo	Diretto
	PROMOZIONE DELLA CULTURA E PARTECIPAZIONE CON IL TERRITORIO	Gruppo	Diretto
GOVERNANCE E COMPLIANCE	ETICA E COMPLIANCE	Gruppo	Diretto
	CORPORATE GOVERNANCE	Gruppo	Diretto
	GESTIONE DEI RISCHI	Gruppo	Diretto
RESPONSABILITÀ ECONOMICA	PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIA	Gruppo	Diretto
	CATENA DI FORNITURA RESPONSABILE	Gruppo	Diretto

<sup>32</sup> La sotto-tematica "Sicurezza del prodotto/servizio delle strutture" risulta rilevante limitatamente ai servizi alberghieri del Gruppo

<sup>33</sup> La società approfondirà l'analisi rispetto alla significatività degli altri lavoratori non dipendenti, al fine di valutare la necessità di raccogliere i dati presso i datori di lavoro dei collaboratori esterni e i fornitori che operano presso i siti del Gruppo e/o sotto il controllo del Gruppo, valutando la qualità e l'accuratezza di tali dati su cui non esercita un controllo diretto

## RACCORDO TRA TEMATICHE MATERIALI E TEMATICHE DEL GRI CONTENT INDEX

MACRO-AREA	TEMATICHE MATERIALI	TEMATICA GRI
RESPONSABILITÀ AMBIENTALE	GESTIONE DELLE RISORSE ENERGETICHE	Energia; Emissioni
	UTILIZZO DI RISORSE IDRICHE	Acqua; Scarichi e rifiuti
	GESTIONE DEI RIFIUTI ED ECONOMIA CIRCOLARE	Scarichi e rifiuti; Materiali
RESPONSABILITÀ DI PRODOTTO/SERVIZIO	TRASPARENZA E MARKETING RESPONSABILE	Etichettatura di prodotti e servizi
	EVOLUZIONE DIGITALE	N/A
	QUALITÀ, ACCESSIBILITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO/SERVIZIO E DELLE STRUTTURE	Salute e sicurezza dei clienti <sup>34</sup>
	PRIVACY E PROTEZIONE DEI DATI	Privacy dei consumatori
	LIBERTÀ DI ESPRESSIONE E INDIPENDENZA EDITORIALE	N/A
	OSPITALITÀ RESPONSABILE	N/A
	REPUTAZIONE E VALORE DEL BRAND	N/A
RESPONSABILITÀ VERSO I COLLABORATORI	ATTRAZIONE TALENTI E SVILUPPO DELLE PERSONE	Occupazione; Formazione e istruzione; Lavoro e relazioni industriali
	DIVERSITÀ, PARI OPPORTUNITÀ E NON DISCRIMINAZIONE	Diversità e pari opportunità; Non discriminazione
	SALUTE E SICUREZZA	Salute e sicurezza sul lavoro
RESPONSABILITÀ VERSO LA COMUNITÀ	COLLABORAZIONI E PARTNERSHIP	N/A
	IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI	Pratiche di approvvigionamento
	PROMOZIONE DELLA CULTURA E PARTECIPAZIONE CON IL TERRITORIO	N/A
GOVERNANCE E COMPLIANCE	ETICA E COMPLIANCE	Conformità socio-economica; Anti-corruzione
	CORPORATE GOVERNANCE	N/A
	GESTIONE DEI RISCHI	N/A
RESPONSABILITÀ ECONOMICA	PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIA	Performance economica
	CATENA DI FORNITURA RESPONSABILE <sup>35</sup>	Pratiche di approvvigionamento; Valutazione ambientale dei fornitori

<sup>34</sup> Tale tematica GRI si riferisce solo alla sotto-tematica "Sicurezza del prodotto/servizio e delle strutture" all'interno della più ampia tematica "Qualità, accessibilità e sicurezza del prodotto/servizio e delle strutture"

<sup>35</sup> Il Gruppo Monrif non ha rilevato rischi rilevanti con riferimento alle tematiche sui diritti umani connesse al rischio di lavoro minorili, lavoro forzato, o limitazione della libertà di presso i fornitori diretti, considerate le tipologie merceologiche delle forniture del Gruppo

# RESPONSABILITÀ ECONOMICA

## PERFORMANCE ECONOMICO-FINANZIARIA

### Ricavi (migliaia di euro)

	2018	2017
Vendita giornali	96.367	102.519
Vendita prodotti collaterali	1.907	2.431
Pubblicità	52.610	52.298
Stampa per conto di terzi	1.675	309
Diversi editoriali	19.612	6.513
Servizi alberghieri	27.897	17.977
<b>TOTALE</b>	<b>200.068</b>	<b>182.047</b>

I dati al 31 dicembre 2017 sono stati riclassificati al fine di considerare gli effetti derivanti dall'applicazione del nuovo principio contabile IFRS 15 Revenue from Contracts with Customers, che ha introdotto un diverso metodo di rilevazione dei ricavi, che ha comportato principalmente:

- l'iscrizione dei ricavi editoriali sulla base del prezzo di copertina (e comunque al prezzo effettivamente pagato dall'acquirente finale) al lordo degli aggi corrisposti, che sono stati rilevati separatamente come costo di distribuzione e pertanto non portati a riduzione dei ricavi;
- la rilevazione dei ricavi pubblicitari al netto dei canoni editore relativi alle concessioni terze, precedentemente iscritti come costo acquisto spazi nella voce costi operativi;

Le riclassifiche effettuate non hanno determinato effetti sul risultato operativo, né sul risultato d'esercizio né sul totale del patrimonio netto.

## VALORE GENERATO E DISTRIBUITO

### Distribuzione del Valore Generato (migliaia di euro)

	2018	2017
Valore economico generato	200.127	182.081
Valore distribuito ai fornitori	94.011	92.754
Remunerazione del personale	65.671	65.423
Remunerazione dei finanziatori	3.689	3.642
Remunerazione degli azionisti	-	-
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	8.978	-547
Remunerazione della Comunità	9.170	10.790
Valore distribuito	181.519	172.602
Valore trattenuto dall'Azienda	18.608	10.019

## LA COMPOSIZIONE DELL'ORGANICO

### Dipendenti del Gruppo per categoria professionale e genere

NUMERO PERSONE	AL 31.12.2018			AL 31.12.2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti	24	4	28	24	3	27
Quadri	18	16	34	20	15	35
Giornalisti	252	161	413	248	162	410
Impiegati	160	205	365	160	193	353
Operai	107	18	125	102	15	117
<b>TOTALE</b>	<b>561</b>	<b>404</b>	<b>965</b>	<b>554</b>	<b>388</b>	<b>942</b>

### Dipendenti del Gruppo per tipologia contrattuale (determinato vs indeterminato) e genere

NUMERO PERSONE	AL 31.12.2018			AL 31.12.2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Tempo determinato	27	17	44	20	12	32
Tempo indeterminato	534	387	921	534	376	910
<b>TOTALE</b>	<b>561</b>	<b>404</b>	<b>965</b>	<b>554</b>	<b>388</b>	<b>942</b>

### Dipendenti del Gruppo per tipologia contrattuale (full time vs part time) e genere

NUMERO PERSONE	AL 31.12.2018			AL 31.12.2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Full-time	554	374	928	549	364	913
Part-time	7	30	37	5	24	29
<b>TOTALE</b>	<b>561</b>	<b>404</b>	<b>965</b>	<b>554</b>	<b>388</b>	<b>942</b>



## Dipendenti del Gruppo per categoria professionale e età

NUMERO PERSONE	AL 31.12.2018				AL 31.12.2017			
	<30	30-50	>50	TOTALE	<30	30-50	>50	TOTALE
Dirigenti	-	8	20	28	-	9	18	27
Quadri	-	14	20	34	-	16	19	35
Giornalisti	2	228	183	413	3	235	172	410
Impiegati	20	175	170	365	17	197	139	353
Operai	2	86	37	125	2	85	30	117
<b>TOTALE</b>	<b>24</b>	<b>511</b>	<b>430</b>	<b>965</b>	<b>22</b>	<b>542</b>	<b>378</b>	<b>942</b>

## Management assunto localmente<sup>36</sup>

NUMERO PERSONE	AL 31.12.2018			AL 31.12.2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti totali	24	4	28	24	3	27
Dirigenti assunti localmente	24	4	28	24	3	27
<b>PERCENTUALE</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## Categorie protette<sup>37</sup>

NUMERO PERSONE	AL 31.12.2018			AL 31.12.2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Dirigenti	1	-	1	1	-	1
Quadri	-	-	-	-	-	-
Giornalisti <sup>38</sup>	-	-	-	-	-	-
Impiegati	5	5	10	5	5	10
Operai	2	-	2	2	-	2
<b>TOTALE</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>13</b>

<sup>36</sup> Con assunzione locale si intendono dirigenti assunti con nazionalità italiana

<sup>37</sup> Attualmente le società Poligrafici Editoriale, CSP e Superprint Editoriale sono in sospensione degli obblighi occupazionali

<sup>38</sup> Per i giornalisti non sono previste le categorie protette

## Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere nel 2018

NUMERO PERSONE	ENTRATE					USCITE				
	<30	30-50	>50	TOTALE	TURNOVER	<30	30-50	>50	TOTALE	TURNOVER
Uomini	16	79	6	101	18,0%	15	68	10	93	16,6%
Donne	16	59	4	79	19,6%	12	46	6	64	15,8%
<b>TOTALE</b>	<b>32</b>	<b>138</b>	<b>10</b>	<b>180</b>	<b>18,7%</b>	<b>27</b>	<b>114</b>	<b>176</b>	<b>157</b>	<b>16,3%</b>

## Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere nel 2017

NUMERO PERSONE	ENTRATE					USCITE				
	<30	30-50	>50	TOTALE	TURNOVER	<30	30-50	>50	TOTALE	TURNOVER
Uomini	14	93	11	118	21,3%	13	108	19	140	25,2%
Donne	14	69	5	88	22,7%	12	77	10	99	25,5%
<b>TOTALE</b>	<b>28</b>	<b>162</b>	<b>16</b>	<b>206</b>	<b>21,8%</b>	<b>25</b>	<b>185</b>	<b>29</b>	<b>239</b>	<b>25,3%</b>

## ATTRAZIONE E SVILUPPO DEI TALENTI E BENESSERE DELLE PERSONE

### Formazione dei dipendenti del Gruppo per tipologia - anno 2018

CATEGORIA	NUMERO DI PARTECIPANTI	TOTALE ORE
Formazione salute e sicurezza	185	1.491
Formazione manageriale	72	374
Formazione professionale	15	156
D.Lgs 231/2001 formazione	697	139
<b>TOTALE</b>	<b>969</b>	<b>2.160</b>

### Formazione dei dipendenti del Gruppo per tipologia - anno 2017

CATEGORIA	NUMERO DI PARTECIPANTI	TOTALE ORE
Formazione salute e sicurezza	611	2.456
Formazione manageriale	31	3.720
Formazione professionale	15	208
<b>TOTALE</b>	<b>657</b>	<b>6.384</b>

## GRUPPO MONRIF

## Assenze nel Gruppo

NUMERO GIORNI	2018			2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Assenze	3.219	2.513	<b>5.732</b>	3.029	2.238	<b>5.267</b>

## Indicatori sull'assenteismo di Gruppo

NUMERO GIORNI	2018			2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Tasso di malattia professionale <sup>40</sup>	-	-	-	-	-	-
Tasso di assenteismo <sup>41</sup>	2,58%	2,99%	2,74%	2,44%	2,70%	2,55%

## Dati sugli infortuni

NUMERO GIORNI	2018			2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Giorni persi	341	82	<b>423</b>	486	239	<b>725</b>
Infortuni	7	7	<b>14</b>	14	8	<b>22</b>
Di cui mortali	-	-	-	-	-	-
Infortuni sul luogo di lavoro	2	2	<b>4</b>	7	6	<b>13</b>
Infortuni in itinere	5	5	<b>10</b>	7	2	<b>9</b>

Indicatori Salute e Sicurezza<sup>42</sup>

NUMERO GIORNI	2018			2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Indici di gravità <sup>43</sup>	0,39	0,13	<b>0,28</b>	0,56	0,39	<b>0,49</b>
Tasso di infortunio <sup>44</sup>	9,71	15,57	<b>11,96</b>	19,46	18,40	<b>19,06</b>

39 I dati sulla salute e la sicurezza si riferiscono ai dipendenti del Gruppo durante l'anno di reporting ma non comprendono i contratti intermittenti del settore alberghiero e i collaboratori. I collaboratori (agenti pubblicitari e inviati) sono autonomi e non lavorano presso le sedi del Gruppo

40 Il Tasso 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

41 Il Tasso di assenteismo è il rapporto tra il totale dei giorni di assenza e il totale dei giorni lavorabili nello stesso periodo, moltiplicato per 100

42 Con riferimento ai dati sugli indici di gravità e al tasso di infortunio del 2016, essi differiscono dal precedente bilancio di sostenibilità in seguito ad un affinamento nella metodologia del calcolo

43 L'Indice di gravità degli infortuni è il rapporto tra il totale dei giorni di lavoro persi a causa degli infortuni e il totale di ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000

44 Il Tasso di infortunio è il rapporto tra il numero totale di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000.000

**Dati sugli infortuni**

NUMERO GIORNI	2018			2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Giorni persi	341	75	<b>416</b>	390	168	<b>558</b>
Infortuni	7	6	<b>13</b>	9	6	<b>15</b>
Di cui mortali	-	-	-	-	-	-
Infortuni sul luogo di lavoro	2	1	<b>3</b>	3	4	<b>7</b>
Infortuni in itinere	5	5	<b>10</b>	6	2	<b>8</b>

**Indicatori Salute e Sicurezza<sup>45</sup>**

NUMERO GIORNI	2018			2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Indici di gravità <sup>46</sup>	0,43	0,14	<b>0,31</b>	0,49	0,31	<b>0,42</b>
Tasso di infortunio <sup>47</sup>	10,95	15,82	<b>12,77</b>	14,03	15,70	<b>14,65</b>

## EGA

**Dati sugli infortuni**

NUMERO GIORNI	2018			2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Giorni persi	-	7	<b>7</b>	96	71	<b>167</b>
Infortuni	-	1	<b>1</b>	5	2	<b>7</b>
Di cui mortali	-	-	-	-	-	-
Infortuni sul luogo di lavoro	-	1	<b>1</b>	4	2	<b>6</b>
Infortuni in itinere	-	-	-	1	-	<b>1</b>

**Indicatori Salute e Sicurezza<sup>48</sup>**

NUMERO GIORNI	2018			2017		
	UOMINI	DONNE	TOTALE	UOMINI	DONNE	TOTALE
Indici di gravità <sup>49</sup>	0,00	0,09	<b>0,04</b>	1,14	1,07	<b>1,11</b>
Tasso di infortunio <sup>50</sup>	0,00	14,18	<b>6,55</b>	64,27	38,10	<b>53,72</b>

45-48 Con riferimento ai dati sugli indici di gravità e al tasso di infortunio del 2016, essi differiscono dal precedente bilancio di sostenibilità in seguito ad un affinamento nella metodologia del calcolo

46-49 L'Indice di gravità degli infortuni è il rapporto tra il totale dei giorni di lavoro persi a causa degli infortuni e il totale di ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000

47-50 Il Tasso di infortunio è il rapporto tra il numero totale di infortuni e il totale delle ore lavorate nello stesso periodo, moltiplicato per 1.000.000

## CONSUMI ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE

### Consumi totali all'interno dell'organizzazione (GJ)

TIPOLOGIA DI CONSUMO	2018			2017		
	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA <sup>51</sup>	GRUPPO	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA <sup>52</sup>	GRUPPO
Energia elettrica acquistata <sup>53</sup>	37.881	20.973	58.854	37.957	20.672	58.629
Gasolio per riscaldamento <sup>54</sup>	5.495	-	5.495	5.925	-	5.925
Gas naturale	13.537	18.566	32.103	12.822	18.218	31.040
<b>Consumo totale all'interno dell'organizzazione</b>	<b>56.913</b>	<b>39.539</b>	<b>96.452</b>	<b>56.704</b>	<b>38.890</b>	<b>95.594</b>

## EMISSIONI

### Emissioni di CO<sub>2</sub> del Gruppo (tCO<sub>2</sub>)

TONNELLATE DI CO <sub>2</sub>	2018			2017		
	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO
Gas Naturale	757	1.077	1.834	716	1.017	1.733
Gasolio per riscaldamento	404	-	404	436	-	436
<b>Scope 1</b>	<b>1.161</b>	<b>1.077</b>	<b>2.238</b>	<b>1.152</b>	<b>1.017</b>	<b>2.196</b>
Energia elettrica acquistata (Location based)	3.788	2.097	5.885	3.954	2.153	6.107
<b>Scope 2 Location based</b>	<b>3.788</b>	<b>2.097</b>	<b>5.885</b>	<b>3.954</b>	<b>2.153</b>	<b>6.107</b>
Energia elettrica acquistata (Market based)	5.019	2.779	7.798	4.966	2.705	7.671
<b>Scope 2 Market based</b>	<b>5.019</b>	<b>2.779</b>	<b>7.798</b>	<b>4.903</b>	<b>2.670</b>	<b>7.573</b>
<b>Scope 1 e Scope 2 Location based</b>	<b>4.950</b>	<b>3.174</b>	<b>8.124</b>	<b>5.106</b>	<b>3.170</b>	<b>8.276</b>
<b>Scope 1 e Scope 2 Market based</b>	<b>6.181</b>	<b>3.856</b>	<b>10.037</b>	<b>6.055</b>	<b>3.687</b>	<b>9.742</b>

51 Con riferimento ai consumi di gas di EGA, i dati del 2018 contengono anche i consumi della cucina del Garden mentre la cucina del Carlton non è stata inclusa poiché in affitto a terzi

52 Con riferimento ai consumi di gas di EGA, i dati del 2017 contengono anche i consumi della cucina del Garden mentre la cucina del Carlton non è stata inclusa poiché in affitto a terzi

53 Si segnala che il Gruppo non ha fatto ricorso all'acquisto di certificati di Garanzie di Origine (GO) attestanti la provenienza da fonti rinnovabili dell'energia elettrica acquistata

54 Con riferimento ai consumi di gas naturale e gasolio, i consumi di Gruppo Poligrafici non tengono conto delle redazioni del Giorno, la sede di Speed ad Assago, le agenzie di Speed. Con riferimento ai dati delle redazioni del Carlino e La Nazione, i consumi del 2017 sono stimati sulla base dei consumi dell'anno precedente

**Emissioni di NO<sub>x</sub> del Gruppo (Kg NO<sub>x</sub>)**

KILOGRAMMI DI NO <sub>x</sub>	2018			2017		
	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO
Gas Naturale	403	557	960	384	546	931
Gasolio	275	-	275	296	-	296
<b>Totale</b>	<b>678</b>	<b>557</b>	<b>1.235</b>	<b>681</b>	<b>546</b>	<b>1.227</b>

**Emissioni di SO<sub>x</sub> del Gruppo (Kg SO<sub>x</sub>)**

KILOGRAMMI DI SO <sub>x</sub>	2018			2017		
	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO	GRUPPO POLIGRAFICI	EGA	GRUPPO
Gas Naturale	4	6	10	4	5	9
Gasolio	258	0	258	278	0	278
<b>Totale</b>	<b>262</b>	<b>6</b>	<b>268</b>	<b>282</b>	<b>5</b>	<b>287</b>

FATTORI DI CONVERSIONE UTILIZZATI PER IL CALCOLO DEI CONSUMI E DELLE EMISSIONI

**Coefficienti di conversione**

	ENERGIA ELETTRICA				GAS NATURALE		GASOLIO
	Location Based		Market Based		2017	2018	2017/2018
	2017	2018	2017	2018			
<b>Italia</b>	375 gCO <sub>2</sub> /kWh	360 gCO <sub>2</sub> /kWh	465 g CO <sub>2</sub> /kWh	477 g CO <sub>2</sub> /kWh	0,001955 tCO <sub>2</sub> /Sm <sup>3</sup>	0,001972 tCO <sub>2</sub> / Sm <sup>3</sup>	3,155 tCO <sub>2</sub> /ton
<b>Fonte</b>	Terna Confronti internazionali 2015	Terna Confronti internazionali 2016	European Residual Mixes 2016 Version 1.2, 15th June 2017 (pag. 13)	European Residual Mixes 2017 Version 1.13, 11th July 2018 (pag. 13)	Ministero Ambiente – Tabella parametri standard nazionali 2017 <sup>56</sup>	Ministero dell'Ambiente – Tabella parametri standard nazionali 2018	Ministero Ambiente – Tabella parametri standard nazionali 2017 e 2018

	GAS NATURALE		GASOLIO
	2017	2018	2017
<b>Italia</b>	0,00105 KgNO <sub>x</sub> /smc	0,00104 KgNO <sub>x</sub> /smc	0,002144 KgNO <sub>x</sub> /Kg
	0,0000103 KgSO <sub>x</sub> /smc	0,0000103 KgSO <sub>x</sub> /smc	0,0020095 Kg SO <sub>x</sub> /Kg
<b>Fonte</b>	Linee Guida ABI 2017	Linee Guida ABI 2018	Linee Guida ABI 2017

55 Per il calcolo delle emissioni di NO<sub>x</sub> e SO<sub>x</sub> si è fatto riferimento ai fattori di conversione dell'ISPRA 2018 e al potere calorifico inferiore dei combustibili considerati

56 Per maggiori informazioni fare riferimento al link: [http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/emission\\_trading/tabella\\_coefficienti\\_standard\\_nazionali\\_2013\\_2015\\_v2.pdf](http://www.minambiente.it/sites/default/files/archivio/allegati/emission_trading/tabella_coefficienti_standard_nazionali_2013_2015_v2.pdf)

## POTERE CALORIFICO INFERIORE (PCI)

	GAS NATURALE 2018	GAS NATURALE 2017	GASOLIO
<b>Italia</b>	0,035253 GJ/Smc	0,0350197 GJ/Sm <sup>3</sup>	42,877 GJ/ton
<b>Fonte</b>	Ministero dell'Ambiente - Tabella parametri standard nazionali 2018	Ministero Ambiente - Tabella parametri standard nazionali 2017	Ministero Ambiente - Tabella parametri standard nazionali 2017 e 2018

## I RIFIUTI

### Tonnellate di rifiuti smaltiti del Gruppo per società (t)

SOCIETÀ	2018	2017
Gruppo Poligrafici	2.469	2.376
EGA	2	2
<b>Totale</b>	<b>2.471</b>	<b>2.378</b>

### Rifiuti per tipologia e metodo di smaltimento (t)

GRUPPO MONRIF	2018			2017		
	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	TOTALE	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	TOTALE
Riciclo	2	2.349	2.351	4	2.258	2.262
Discarica	92	28	120	101	15	116
<b>Totale</b>	<b>94</b>	<b>2.377</b>	<b>2.471</b>	<b>105</b>	<b>2.273</b>	<b>2.378</b>

GRUPPO POLIGRAFICI <sup>57</sup>	2018			2017		
	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	TOTALE	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	TOTALE
Riciclo	2	2.347	2.349	3	2.257	2.260
Discarica	92	28	120	101	15	116
<b>Totale</b>	<b>94</b>	<b>2.375</b>	<b>2.469</b>	<b>104</b>	<b>2.272</b>	<b>2.376</b>

EGA	2018			2017		
	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	TOTALE	PERICOLOSI	NON PERICOLOSI	TOTALE
Riciclo	0,5	1,8	2,3	0,5	1,0	1,5
Discarica	-	-	-	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>0,5</b>	<b>1,8</b>	<b>2,3</b>	<b>0,5</b>	<b>1,0</b>	<b>1,5</b>

<sup>57</sup> I rifiuti smaltiti dal Gruppo si riferiscono ai dati di Gruppo Poligrafici ed EGA. Con riferimento a Gruppo Poligrafici, la produzione e lo smaltimento dei rifiuti fanno riferimento agli stabilimenti di proprietà di CSP e PE a Bologna e Firenze

## LE RISORSE IDRICHE

### Consumi idrici per fonte di prelievo

GRUPPO MONRIF	2018	2017
Fonte	Volume (m <sup>3</sup> )	Volume (m <sup>3</sup> )
Acquedotto	99.828	105.403
<b>Totale</b>	<b>99.828</b>	<b>105.403</b>

GRUPPO POLIGRAFICI	2018			2017	
Fonte	Sito	Volume (m <sup>3</sup> )	%	Volume (m <sup>3</sup> )	%
Acquedotto	CSP Bologna	11.089	46%	9.731	45%
	CSP Firenze	4.541	19%	3.918	18%
	PE Bologna	4.573	19%	4.684	22%
	PE Firenze	1.646	7%	1.196	6%
	Redazioni	2.000	8%	2.000	9%
<b>Totale</b>		<b>23.849</b>	<b>100%</b>	<b>21.529</b>	<b>100%</b>

EGA	2018	2017
Fonte	Volume (m <sup>3</sup> )	Volume (m <sup>3</sup> )
Acquedotto	75.979	83.874
<b>Totale</b>	<b>75.979</b>	<b>83.874</b>

### Volume di acqua scaricata in fognatura (m<sup>3</sup>)<sup>58</sup>

SOCIETÀ DEL GRUPPO	2018	2017
	Volume (m <sup>3</sup> )	Volume (m <sup>3</sup> )
Gruppo Poligrafici	20.420	18.434
EGA	75.979	83.874
<b>Totale</b>	<b>96.399</b>	<b>102.308</b>

<sup>58</sup> L'acqua scaricata in fognatura è calcolata come il totale dell'acqua consumata al netto dell'acqua evaporata. Quest'ultima è una stima dell'acqua che evapora dai sistemi di condensazione dello stabilimento di Bologna

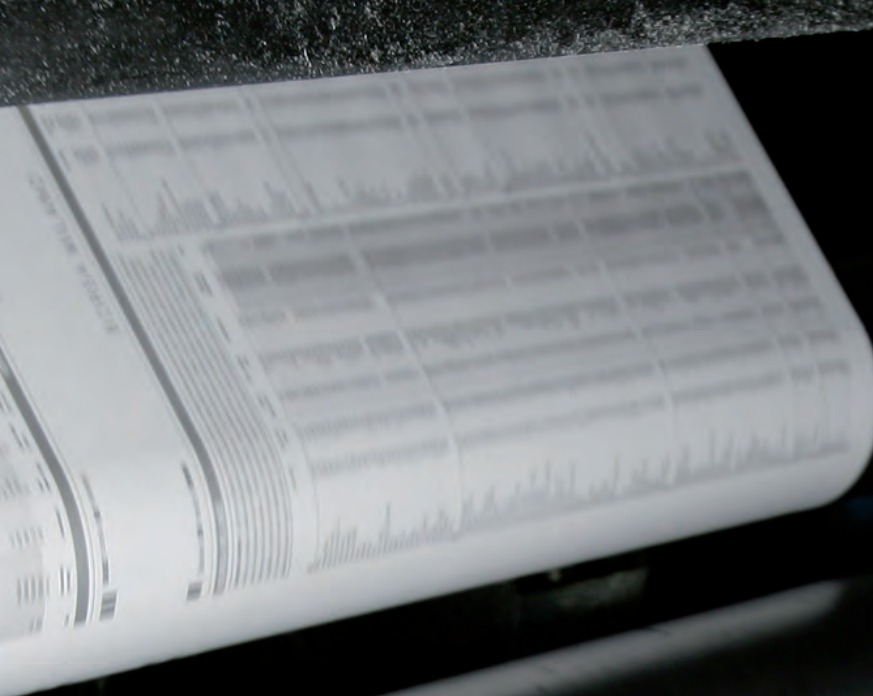


## GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA

### Spesa annua complessiva di fornitura per categoria merceologica

GRUPPO POLIGRAFICI	2018		2017	
CATEGORIA MERCEOLOGICA	SPESA in milioni di Euro	%	SPESA in milioni di Euro	%
Materie prime	13,5	72,78%	14,02	71%
Carta	10,9	58,74%	11,13	56%
Lastre	1,9	10,24%	2,18	11%
Inchiostro	0,71	3,80%	0,71	4%
Servizi di giornale	4,3	23,17%	4,62	23%
Servizi	0,75	4,05%	1,23	6%
<b>Totale</b>	<b>18,56</b>	<b>100%</b>	<b>19,87</b>	<b>100%</b>

EGA	2018		2017	
CATEGORIA MERCEOLOGICA	SPESA in milioni di Euro	%	SPESA in milioni di Euro	%
Materie prime e di consumo	1,44	16,0%	1,27	11%
Utenze	1,32	14,6%	1,32	12%
Servizi	3,41	37,7%	3,30	31%
Servizi di pulizia	2,83	31,3%	2,80	26%
Affitti	0,04	0,4%	2,01	19%
<b>Totale</b>	<b>9,04</b>	<b>100%</b>	<b>10,69</b>	<b>100%</b>



# GRI CONTENT INDEX

GRI-STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA
<b>102 GENERAL STANDARD DISCLOSURE</b>		
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>		
<b>GRI 102: General Disclosures 2016</b>	102-1 Nome dell'organizzazione	13
	102-2 Principali marchi, prodotti e/o servizi	15-28
	102-3 Sede principale	116
	102-4 Aree geografiche di operatività	12
	102-5 Assetto proprietario e forma legale	10; 13;36-38
	102-6 Mercati serviti	12
	102-7 Dimensione dell'organizzazione	13; 61; 65
	102-8 Caratteristiche della forza lavoro	65-66; 96-98
	102-9 Catena di fornitura dell'Organizzazione	89-91; 105
	102-10 Cambiamenti significativi dell'Organizzazione e della sua catena di fornitura	5-7
	102-11 Applicazione dell'approccio prudenziale alla gestione dei rischi	41-42
	102-12 Iniziative esterne	29; 33; 45; 46; 50; 55
	102-13 Principali partnership e affiliazioni	29
<b>STRATEGIA</b>		
<b>GRI 102: General Disclosures 2016</b>	102-14 Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale	5
	102-15 Principali impatti, rischi e opportunità	41-42
<b>ETICA ED INTEGRITÀ</b>		
<b>GRI 102: General Disclosures 2016</b>	102-16 Valori, principi, standard e regole di comportamento dell'Organizzazione	45
<b>GOVERNANCE</b>		
<b>GRI 102: General Disclosures 2016</b>	102-18 Struttura di Governo dell'Organizzazione	36-39
	102-22 Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati	36-39
	102-23 Presidente del più alto organo di governo	37-38
<b>COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER</b>		
<b>GRI 102: General Disclosures 2016</b>	102-40 Elenco degli stakeholder	31-32
	102-41 Accordi di contrattazione collettiva	66
	102-42 Identificazione e selezione degli stakeholder	31-32
	102-43 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	31-32
	102-44 Aspetti chiave emersi dal coinvolgimento degli stakeholder	34; 93-94

GRI-STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA/RIFERIMENTO
<b>102 GENERAL STANDARD DISCLOSURE</b>		
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>		
<b>PRATICHE DI REPORTING</b>		
<b>GRI 102: General Disclosures 2016</b>	102-45 Entità incluse nel Bilancio Consolidato	6; 13
	102-46 Definizione dei contenuti del report e del perimetro dei topic materiali	6-7; 31-34; 93-94
	102-47 Elenco dei topic materiali	31 ; 93-94
	102-48 Modifiche di informazioni contenute nei precedenti report	61; 95
	102-49 Cambiamenti significativi in termini di topic materiali e loro perimetro	34; 92-93
	102-50 Periodo di rendicontazione	5
	102-51 Data di pubblicazione del report più recente	Aprile 2018
	102-52 Periodicità di rendicontazione	6
	102-53 Contatti per informazioni sul report	7
	102-54 'Indicazione dell'opzione "In accordance" scelta	5
	102-55 Indice dei contenuti GRI	107-112
	102-56 Attestazione esterna	113-115
<b>TEMATICHE MATERIALI</b>		
<b>GRI 200: ECONOMIC SERIES (2016)</b>		
<b>PERFORMANCE ECONOMICA</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	26 ; 74 ; 47
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	26 ; 74 ; 47
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	26 ; 74 ; 47
<b>GRI 201: Economic Performance</b>	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	62; 95
<b>PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 89-91; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	89-91
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	89-91
<b>GRI 204: Pratiche di approvvigionamento</b>	204-1 Porzione della spesa da fornitori locali	89
<b>ANTICORRUZIONE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	45-46
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	45-46
	205-2 Comunicazione e formazione su policy e procedure anti-corrruzione	46-47
<b>GRI 205: Anti-corruzione</b>	205-3 Casi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel 2018 non si sono registrati casi di corruzione e/o segnalazioni in merito

GRI-STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA/RIFERIMENTO
<b>GRI 300: ENVIRONMENTAL SERIES (2016)</b>		
<b>MATERIALI</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 89; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	89-91
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	89-91
<b>GRI 301: Materiali</b>	301-1 Materiali utilizzati per peso e volume	90-91
<b>ENERGIA</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34, 79; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	79-80
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	79-80
<b>GRI 302: Energia</b>	302-1 Consumi energetici interni all'organizzazione	79-81; 101
	302-3 Intensità energetica	81
<b>ACQUA</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34, 88; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	88
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	88
<b>GRI 303: Acqua</b>	303-1 Prelievo di acqua per fonte	88; 104
<b>EMISSIONI</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34, 79; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	79-80
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	79-80
<b>GRI 305: Emissioni</b>	305-1 Emissioni dirette di gas ad effetto serra (Scope 1)	84-85; 101-103
	305-2 Emissioni indirette di gas ad effetto serra (Scope 2)	84-85;101-103
	305-4 Intensità delle emissioni di gas a effetto serra	85
	305-7 Ossidi di azoto (NOx), ossidi di zolfo (SOx) e altre emissioni significative	85;102-103
<b>SCARICHI E RIFIUTI</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34; 87; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	87-88
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	87-88
<b>GRI 306: Scarichi e rifiuti</b>	306-1 Scarichi idrici per quantità e destinazione	88; 104
	306-2 Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	87-88; 103
<b>VALUTAZIONE AMBIENTALE DEI FORNITORI</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 89-91; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	89-91
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	89-91
<b>GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori</b>	308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	90

GRI-STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA/RIFERIMENTO
<b>GRI 400: SOCIAL SERIES (2016)</b>		
<b>OCCUPAZIONE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 65-66; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	65-66
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	65-66
<b>GRI 401: Occupazione</b>	401-1 Nuovi assunti e turnover del personale	66; 98
<b>LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 65-66; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	65-66
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	65-66
<b>GRI 402: Lavoro e relazioni industriali</b>	402-1 Periodo minimo di preavviso per modifiche operative	Per il periodo minimo di preavviso sono rispettati i termini regolati dai rispettivi CCNL di categoria
<b>SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 69-70; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	69-70
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	69-70
<b>GRI-403: Salute e sicurezza sul lavoro</b>	403-2 Tipologie di infortuni, indice di frequenza, indice di gravità, tasso di assenteismo e numero di decessi correlati al lavoro	69-70; 99-100
<b>FORMAZIONE E ISTRUZIONE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 66-67; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	66-67
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	66-67
<b>GRI 404: Formazione e istruzione</b>	404-1 Ore medie di formazione per anno e per dipendente	66; 98
<b>DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 65-66; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	65-66
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	65-66
<b>405: Diversity and Equal Opportunity</b>	405-1 Composizione degli organi di governo e ripartizione del personale	38; 65-66;97
	405-2 Rapporto tra lo stipendio base e la remunerazione delle donne rispetto a quella degli uomini	67
<b>NON DISCRIMINAZIONE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 65-66; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	65-66
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	65-66
<b>GRI-406: Non Discriminazione</b>	406-1 Casi di discriminazione e azioni intraprese	Nel corso del 2018, nessun caso di discriminazione è stato confermato nelle diverse società del Gruppo.

GRI-STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA/RIFERIMENTO
<b>GRI 400: SOCIAL SERIES (2016)</b>		
<b>ETICHETTATURA DI PRODOTTI E SERVIZI</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 55; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	55
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	55
<b>GRI 417: Etichettatura di prodotti e servizi</b>	417-3 Casi di non-conformità relativi all'attività di marketing	Nel corso del 2018, nessun caso di discriminazione è stato confermato nelle diverse società del Gruppo.
<b>PRIVACY DEI CONSUMATORI</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 53; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	53
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	53
<b>GRI 418: Privacy dei consumatori</b>	418-1 Reclami riguardanti la violazione della privacy e la perdita dei dati dei clienti	53
<b>CONFORMITÀ SOCIO-ECONOMICA</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 45-46; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	45-46
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	45-46
<b>GRI 419: Conformità socio-economica</b>	419-1 Non-compliance a regolamenti e leggi in materia sociale ed economica	Nessun caso di non conformità registrato nel 2018
<b>ALTRE TEMATICHE MATERIALI</b>		
<b>EVOLUZIONE DIGITALE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 55-56; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	55-56
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	55-56
<b>QUALITÀ, ACCESSIBILITÀ E SICUREZZA DEL PRODOTTO/SERVIZIO E DELLE STRUTTURE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ;59; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	59
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	59
<b>GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti</b>	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sicurezza di categorie significative di prodotti e servizi	Rispetto ai servizi alberghieri, ogni struttura alberghiera effettua una valutazione dei rischi di salute e sicurezza e individua le opportune misure di mitigazione.
<b>LIBERTÀ DI ESPRESSIONE E INDIPENDENZA EDITORIALE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 55; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	55
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	55

GRI-STANDARDS	DISCLOSURE	PAGINA/RIFERIMENTO
<b>ALTRE TEMATICHE MATERIALI</b>		
<b>COLLABORAZIONI E PARTNERSHIP</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 29; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	29
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	29
<b>GESTIONE DEI RISCHI</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 41-42; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	41-42
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	41-42
<b>CORPORATE GOVERNANCE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 36-39; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	36-39
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	36-39
<b>OSPITALITÀ RESPONSABILE</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 59; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	59
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	59
<b>REPUTAZIONE E VALORE DEL BRAND</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 55-56; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	55-56
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	55-56
<b>PROMOZIONE DELLA CULTURA E PARTECIPAZIONE CON IL TERRITORIO</b>		
<b>GRI 103: Management Approach</b>	103-1 Materialità e perimetro	34 ; 70-76; 93-94
	103-2 Approccio alla gestione della tematica	70-76
	103-3 Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	70-76



# Deloitte.

Deloitte & Touche S.p.A.  
Piazza Malpighi, 4/2  
40123 Bologna  
Italia

Tel: +39 051 65811  
Fax: +39 051 230874  
www.deloitte.it

## RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SULLA DICHIARAZIONE CONSOLIDATA DI CARATTERE NON FINANZIARIO AI SENSI DELL'ART. 3, C. 10, D.LGS. 254/2016 E DELL'ART. 5 REGOLAMENTO CONSOB ADOTTATO CON DELIBERA N. 20267 DEL GENNAIO 2018

### Al Consiglio di Amministrazione di Monrif S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario di Monrif S.p.A. e sue controllate (di seguito "Gruppo" o "Gruppo Monrif") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018, predisposta ex art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 19 marzo 2019 (di seguito "DNF").

### Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* (di seguito "GRI Standards"), da essi individuati come standard di rendicontazione.

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

Gli Amministratori sono responsabili inoltre per l'individuazione del contenuto della DNF, nell'ambito dei temi menzionati nell'articolo 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.

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona  
Sede Legale: Via Tortona, 25 - 20144 Milano - Capitale Sociale: Euro 10.329.220,00 i.v.  
Codice Fiscale/Registro delle Imprese Milano n. 03049360166 - R.E.A. Milano n. 1720239 | Partita IVA IT03049360166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate, DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about).

© Deloitte & Touche S.p.A.

**Responsabilità della società di revisione**

È 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 "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) per gli incarichi di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("*reasonable assurance engagement*") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.
- Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
- Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo Monrif.
- 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 e effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a).

- 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 di Monrif S.p.A. e con il personale delle società controllate Poligrafici Editoriale S.p.A., Superprint Editoriale S.r.l. e E.G.A. Emiliana Grandi Alberghi S.r.l. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

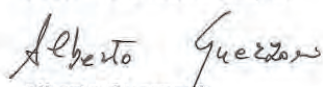
Inoltre, per le informazioni significative, tenuto conto delle attività e delle caratteristiche del Gruppo:

- a livello di capogruppo e società controllate:
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per le seguenti società e siti, sede di Bologna per Monrif S.p.A., sede e sito produttivo di Bologna per Poligrafici Editoriale S.p.A. e sede del Royal Hotel Carlton di Bologna per E.G.A. Emiliana Grandi Alberghi S.r.l., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

## Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo Monrif relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2018 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai GRI Standards.

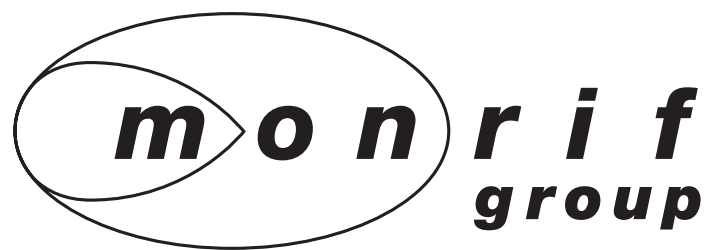
DELOITTE & TOUCHE S.p.A.



**Alberto Guerzoni**

Socio

Bologna, 2 aprile 2019



w w w . m o n r i f g r o u p . n e t

**Monrif S.p.A**

Via Enrico Mattei, 106 - 40138 - Bologna

Tel. +39 051 535945