



Dichiarazione Consolidata Volontaria di Carattere Non-Finanziario  
Bilancio di Sostenibilità 2020



Dichiarazione Consolidata Volontaria di Carattere Non-Finanziario  
Ai sensi del D. Lgs. 254/2016 Bilancio di Sostenibilità 2020

# INDICE

<b>Lettera agli Stakeholder</b>	p 4
---------------------------------	-----

---

<b>Capitolo 1</b>	
<b>Il Gruppo GEDI</b>	p 6

Sezione 1.1	Il profilo del Gruppo GEDI	p 8
Sezione 1.2	Il modello di business e la performance economica	p 28
Sezione 1.3	L'assetto e la governance	p 34

---

<b>Capitolo 2</b>	
<b>Il Gruppo Gedi e le tematiche materiali</b>	p 40

Sezione 2.1	Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento	p 42
Sezione 2.2	L'analisi di materialità	p 44
Sezione 2.3	L'impegno di GEDI nel perseguire gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibili	p 46

---

<b>Capitolo 3</b>	
<b>Il ruolo nell'informazione e la responsabilità verso la collettività</b>	p 50

Sezione 3.1	La nostra storia, i nostri valori	p 52
Sezione 3.2	Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità	p 57
Sezione 3.3	Ruolo sociale e partecipazione con il territorio	p 58
Sezione 3.4	Responsabilità e comunicazione digitale	p 62
Sezione 3.5	Impegno in educazione, formazione e cultura	p 64
Sezione 3.6	La responsabilità verso la collettività	p 66

---

<b>Capitolo 4</b>	
<b>Le risorse umane</b>	p 68

Sezione 4.1	L'attenzione verso le risorse umane	p 70
Sezione 4.2	Salute e sicurezza dei lavoratori	p 74
Sezione 4.3	Misure di prevenzione della diffusione del virus Sars-Cov-2	p 76

---

<b>Capitolo 5</b>	
<b>Gli impatti ambientali</b>	p 78

Sezione 5.1	La gestione della carta e delle altre materie prime	p 80
Sezione 5.2	Gli impatti ambientali di GEDI	p 81

---

<b>Nota metodologica</b>	p 87
--------------------------	------

---

<b>Allegati</b>	p 88
-----------------	------

Allegato 1	Tabella riconciliazione tematiche D.Lgs 254/16 e i principali GRI Standard	p 89
Allegato 2	Perimetro degli aspetti materiali di GEDI	p 90
Allegato 3	L'attenzione verso le risorse umane – Tabelle di rendicontazione	p 91
Allegato 4	Gli impatti ambientali – Tabelle di rendicontazione	p 94

---

<b>GRI Content Index</b>	p 96
--------------------------	------

---

<b>Report della società di revisione</b>	p 104
--	-------

---

# Lettera agli Stakeholder

GEDI Gruppo Editoriale, attraverso i propri mezzi, è impegnato ad offrire informazione, cultura, opinioni e intrattenimento, secondo principi di indipendenza e libertà, nella consapevolezza del ruolo che tale attività esercita nella formazione dei valori etici e morali della collettività. Missione del Gruppo è anche creare valore per tutti gli Stakeholder, ponendo la dovuta attenzione, in un contesto di mercato avverso, all'equilibrio economico, offrendo prodotti di qualità con scelte gestionali a elevata sostenibilità sociale e ambientale, che riflettono l'innata propensione del Gruppo stesso. Per dare conto delle tematiche di sostenibilità correlate alla nostra attività, pubblichiamo per il settimo anno consecutivo un rapporto redatto in conformità alle linee guida internazionali Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards (GRI). In tal senso il Gruppo GEDI, pur essendo venuti meno i pertinenti obblighi normativi di redazione, per l'anno 2020 ha deciso di continuare comunque il suo percorso di rendicontazione in ambito di sostenibilità, predisponendo la presente Dichiarazione su base volontaria e adottando a tal fine le linee guida GRI, secondo l'opzione - in accordance Core-. Attraverso questo documento e adottando uno schema riconosciuto a livello europeo si affrontano e si rendicontano, quindi, i diversi aspetti connessi alla matrice di materialità del Gruppo GEDI, in relazione alla quale è stato avviato quest'anno un importante processo di correlazione delle tematiche materiali con i Sustainable Development Goals (SDGs), al fine di indirizzare le attività del Gruppo GEDI verso il perseguimento degli obiettivi comuni formulati dalle Nazioni Unite. Le diverse tematiche materiali e le relative attività di rendicontazione sono state affrontate al fine di trasmettere anche i valori e l'impegno con cui opera il Gruppo GEDI, nell'offrire informazione indipendente e di qualità, nell'esercitare la sua responsabilità verso la collettività e il suo ruolo sociale e di partecipazione con il territorio, nel procedere nel suo percorso di evoluzione e innovazione

digitale, nell'attenzione verso le risorse umane e nell'impegno verso le tematiche ambientali. Abbiamo quindi dato atto dei valori che ispirano l'attività del Gruppo GEDI, come la qualità del lavoro, che nasce dalla fusione fra conoscenza, professionalità e passione e che nel giornalismo si basa su rispetto delle notizie, dei lettori e dei rapporti di lavoro; come l'indipendenza, che significa capacità di essere se stessi per propria scelta e convinzione, e non per concessione degli altri; come l'innovazione, che significa puntare sempre a migliorarsi, inseguendo ambiziosi traguardi e proiettandosi verso il futuro con coraggio e come la coesione e il rapporto schietto tra colleghi, nel rispetto di una organizzazione che segue i ritmi dettati dal bisogno di chi legge, guarda e ascolta. Nelle pagine che seguono raccontiamo inoltre dell'impegno del Gruppo GEDI nell'esercizio del suo ruolo sociale e del suo contributo al mondo dell'educazione e della cultura, intrinseco nella sua attività e nelle sue scelte, fornendo alcune esemplificazioni di quanto realizzato nell'anno 2020 attraverso le attività che il Gruppo svolge sia perseguendo la propria mission istituzionale sia esercitando in senso ampio il suo ruolo sociale.

Con questo documento rendicontiamo altresì l'impatto ambientale del Gruppo GEDI, dando atto del suo impegno verso tale tematica; nell'ambito di un percorso in continua evoluzione, il Gruppo GEDI, infatti, nel 2020 si è posto importanti obiettivi per la gestione delle emissioni di gas climalteranti da realizzare nel prossimo triennio, ovvero l'ampliamento del perimetro di analisi della Carbon Footprint allo Scope 3, il perseguimento di una significativa riduzione delle emissioni tramite l'utilizzo di green energy (elettricità da fonti rinnovabili) e la compensazione delle emissioni residue, con il conseguente obiettivo di raggiungere la neutralità carbonica nel prossimo triennio.

Nel suo complesso, infine, ribadiamo che il livello di attenzione del Gruppo su questi aspetti della vita aziendale sarà sempre molto alto, nella consapevolezza della sua importanza nella creazione di valore in termini non solo economici ma di sistema.

**GEDI Gruppo Editoriale Spa**

Capitolo 1

# Il Gruppo GEDI

**1.1 Il profilo del Gruppo GEDI**

**1.2 Il modello di business  
e la performance economica**

**1.3 L'assetto e la governance**

*da pagina 8*

Sezione 1.1

# Il profilo del Gruppo GEDI

GEDI Gruppo Editoriale (di seguito anche GEDI o Gruppo) è uno dei principali operatori italiani nel settore dei media, attivo nella comunicazione tramite la stampa quotidiana e periodica, la radio, il digitale e la raccolta pubblicitaria. GEDI è editore de **la Repubblica**, **La Stampa**, **Il Secolo XIX**, **nove testate locali**, il settimanale **L'Espresso** e altri periodici. Fanno parte del Gruppo anche tre emittenti radiofoniche nazionali, **Radio DeeJay**, **Radio Capital** e **m2o**. GEDI opera, inoltre, nel settore internet e raccoglie la pubblicità, tramite la concessionaria **Manzoni**, anche per editori terzi. GEDI, tramite i propri mezzi, è impegnato a offrire informazione, cultura, opinioni e intrattenimento secondo principi di indipendenza, libertà e rispetto delle persone, nella consapevolezza di avere una grande responsabilità nella formazione di valori etici e morali del proprio pubblico. Nel perseguire la propria missione, il Gruppo è impegnato per creare valore per tutti gli Stakeholder ponendo forte attenzione ai risultati, offrendo prodotti di qualità e facendo scelte a elevata sostenibilità sociale e ambientale.



# la Repubblica

la Repubblica, fondata nel 1976, è uno dei più importanti quotidiani italiani, con una diffusione totale di 181 mila copie medie giornaliere e 1,6 milioni di lettori giornalieri

la Repubblica, fondata nel 1976, è uno dei più importanti quotidiani italiani, con una diffusione totale di 181 mila copie medie giornaliere (ADS 2020) e 1,6 milioni di lettori giornalieri (indagine Audipress 2020/II). la Repubblica ha una parte nazionale comune e nove edizioni locali (Roma, Milano, Torino, Bologna, Genova, Firenze, Napoli, Palermo e Bari). Nei diversi giorni della settimana sono abbinati a la Repubblica i suoi supplementi, quali, **Affari e Finanza**, che si occupa di analisi macroeconomica e finanziarie e racconta i protagonisti della realtà produttiva nazionale e internazionale con reportage e inchieste; **Il venerdì**, il settimanale che si occupa di attualità, esteri, inchieste, personaggi della politica e dello spettacolo e di cultura; **D – la Repubblica** il settimanale femminile, con l'attualità e la cultura, la moda e gli spettacoli, i fenomeni di costume e i cambiamenti sociali; **TrovaRoma** e **TuttoMilano**, le guide settimanali che propongono il meglio della settimana per vivere le

due città all'insegna del divertimento, della cultura, dell'intrattenimento, del buon mangiare, etc. Anche nel 2020 è proseguito poi l'abbinamento obbligatorio tra il quotidiano la Repubblica e la testata **L'Espresso** nel giorno della domenica. Nel 2020 il Gruppo ha deciso, inoltre, di utilizzare le migliori risorse giornalistiche specializzate in tematiche non identitarie, ovvero che non caratterizzano il profilo e il posizionamento delle singole testate, per creare dei content hub, ovvero dei contenuti veicolati simultaneamente in tutti i siti web dei quotidiani del Gruppo. Nello specifico, sono stati lanciati nel mese di settembre il content hub **Salute**, che vede anche una pubblicazione cartacea distribuita insieme a tutti i quotidiani del Gruppo una volta al mese, e nel mese di ottobre **Green&Blue**, dedicato ai temi della sostenibilità e dell'innovazione, anche questo con una pubblicazione cartacea mensile abbinata ai quotidiani del Gruppo.



**Trump "Solo io salverò il sogno americano"**  
Oggi Usa al voto, il leader evoca lo spettro del socialismo in caso di vittoria dell'avversario. I sondaggi lo danno sconfitto, ma i margini si riducono ogni giorno. E il suo ottimismo cresce.

**Biden "L'anarchia è finita ora torni la democrazia"**  
Il candidato democratico punta sugli Stati chiave e su un messaggio di cambiamento. Lavoro, tasse, clima e energia in agenda. Oltre al vecchio slogan di Obama: hope, spiranza.

**Ma potremmo svegliarci senza un presidente**

**La cartolina elettorale**

**Per chi vota**

**La cartolina elettorale**

# LA STAMPA

## E gli altri quotidiani

Gedi News Network è la realtà del Gruppo che comprende **La Stampa**, **Il Secolo XIX** e nove testate locali, **Messaggero Veneto**, **Il Piccolo**, **Il Mattino di Padova**, **Gazzetta di Mantova**, **la Provincia Pavese**, **la Tribuna di Treviso**, **la Nuova di Venezia e Mestre**, **Corriere delle Alpi**, **la Sentinella del Canavese**, che registrano una diffusione totale di 271,1 mila copie medie giornaliere (ADS 2020) e raggiungono quotidianamente 2,3 milioni di lettori (Audipress 2020/II). Testate di assoluta rilevanza sia geografica (rappresentando un punto di riferimento per il territorio di appartenenza) sia storica: **la Gazzetta di Mantova** può vantarsi di essere il quotidiano più antico d'Italia, essendo stato fondato nel 1664; nel 2004 ha celebrato i 350 anni e si colloca al terzo posto nella graduatoria dell'Associazione mondiale dei giornali dietro due pubblicazioni (una svedese e una olandese) che però nel corso dei secoli non hanno mantenuto intatta la loro cadenza quotidiana. In principio circolava sotto forma di fogli di notizie, o "Avvisi", con i quali, fin dal Cinquecento, i menanti - cronisti retribuiti - informavano i Gonzaga, signori di Mantova, di quanto accadeva nel resto d'Italia e d'Europa. Un giorno di giugno dell'anno 1664, però, gli Osanna, stampatori ducali fin dal 1588, ottennero dal duca Carlo

Il Gonzaga Nevers il privilegio di stampare in esclusiva, e a loro spese, fogli di avvisi.

Questi fogli, venduti a Venezia a due soldi, nell'uso comune venivano chiamati "gazzette", proprio dal nome della moneta che aveva corso in città e che riportava una gazza su una delle due facce. La prima copia, finora nota, della Gazzetta stampata a Mantova riporta il numero 48 del 27 novembre 1665. **La Stampa** fu fondata a Torino nel 1867 da Vittorio Bersezio con il titolo Gazzetta piemontese e nel 1895 prese il titolo attuale (che figurava come occhio nella testata originaria) mantenendo fino al 1908 quello vecchio come sottotitolo. Nel 2017 il quotidiano ha celebrato 150 anni di attività che, nelle parole dell'allora direttore Maurizio Molinari, "dimostrano la forza vitale di una fabbrica e di una comunità composta da giornalisti, lettori e dalle rispettive famiglie, cementati fra loro dal valore della memoria, dal rispetto per lo Stato di diritto, dall'amore per il proprio Paese, dalla vocazione internazionale e dall'incontenibile passione per ciò che avverrà domani".

Relativamente all'area News Network si rileva che nel dicembre 2020 sono state cedute dal Gruppo le testate locali Il Tirreno, Gazzetta di Reggio, Gazzetta di Modena e la Nuova Ferrara.



# 3.4

milioni di lettori raggiunti quotidianamente

# 351

mila copie medie giornaliere





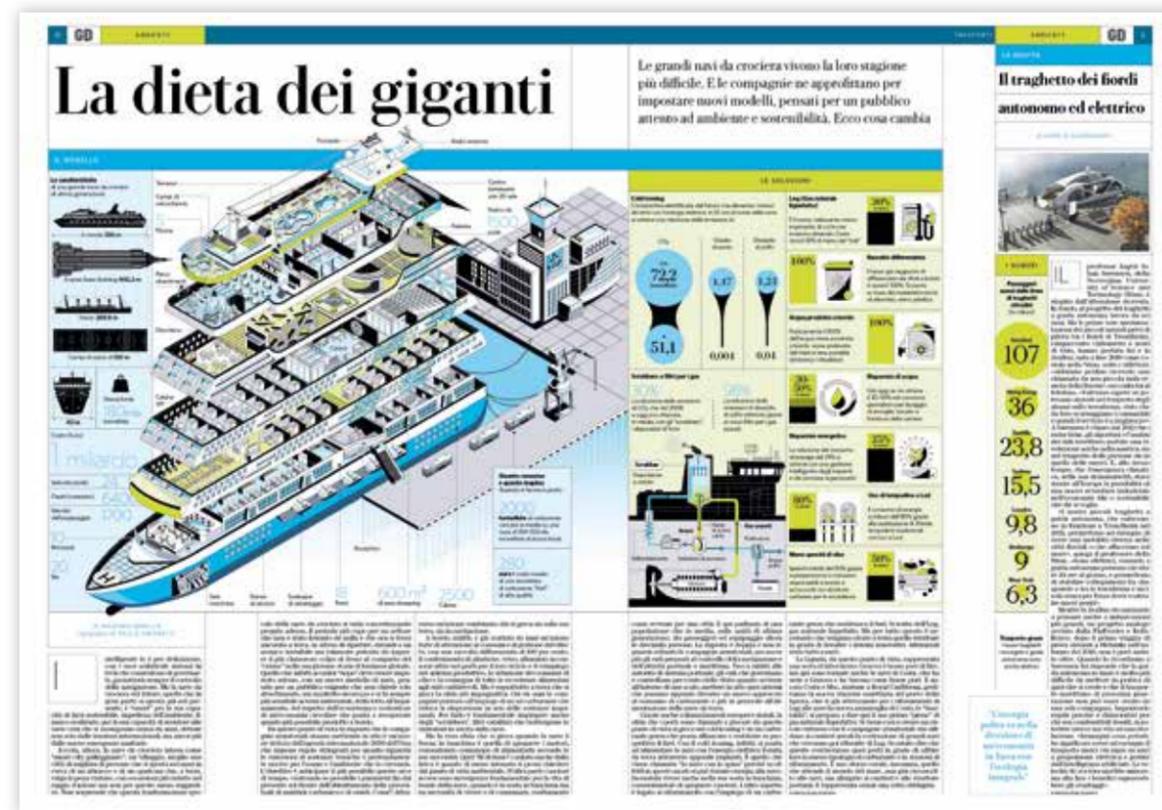
**Salute**  
Brand Guidelines

*Nel mese di settembre è stato lanciato il content hub Salute, che vede anche una pubblicazione cartacea distribuita insieme a tutti i quotidiani del Gruppo una volta al mese*





Nel mese di ottobre è stato lanciato Green & Blue, il content hub dedicato ai temi della sostenibilità e dell'innovazione, anche questo con una pubblicazione cartacea mensile abbinata ai quotidiani del Gruppo



# L'Espresso

Fanno capo alla Divisione Stampa Nazionale i periodici e le guide del Gruppo GEDI, quali L'Espresso, Limes, MicroMega, National Geographic, Le Scienze, Mind, Le Guide

## I Periodici

Della Divisione Stampa Nazionale fanno parte le seguenti testate periodiche e guide:

**L'Espresso**, fondato nel 1955, è un settimanale di cultura e politica e rappresenta un punto di riferimento di ampi e importanti settori dell'opinione pubblica italiana. Con la sua nascita ha inizio la storia del Gruppo.

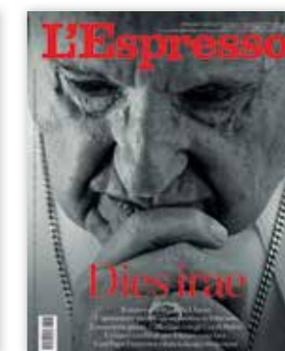
**Limes**, rivista italiana di geopolitica, è stata fondata nel 1993 e si è ormai affermata come uno dei più influenti e autorevoli luoghi di riflessione geo-politica.

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

**Le Scienze**, edizione italiana di **Scientific American**, si occupa dei più avanzati aggiornamenti in tutte le discipline scientifiche, dalla fisica alla biologia, dalla medicina alle scienze ambientali, dalla geologia alla cosmologia.

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

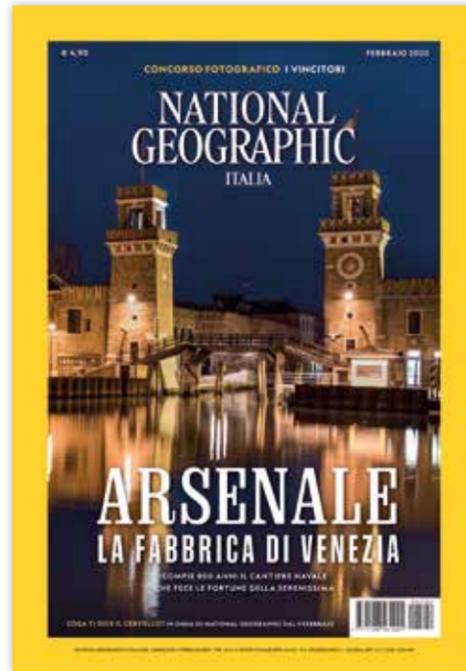
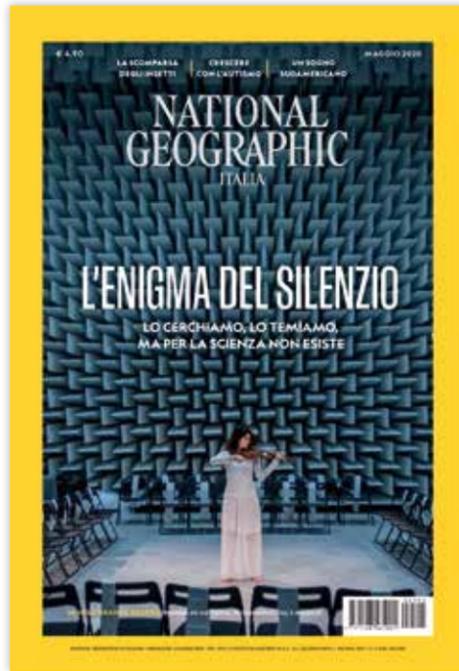
**MicroMega** che dal 1986 è la rivista della sinistra democratica e libertaria italiana. Punto di riferimento culturale e politico, è sempre stata protagonista del dibattito pubblico del nostro Paese, con una netta identità antipartitocratica, legalitaria, laica. La testata Micro Mega è stata ceduta dal Gruppo GEDI nel mese gennaio 2021.





# NATIONAL GEOGRAPHIC

*Edizione italiana della celebre rivista statunitense fondata nel 1888, nasce nel febbraio 1998, e tratta di geografia nel senso più ampio del termine*



## Le iniziative editoriali proposte in abbinamento alle testate

Nel corso del 2020, per sostenere la diffusione del quotidiano e incentivare la lettura, sono state lanciate iniziative promozionali significative. Nei mesi di agosto e settembre il quotidiano *la Repubblica* ha regalato infatti ogni weekend ai propri lettori due libri, uno al sabato e uno alla domenica, con i racconti di Andrea Camilleri, *Le storie di Vigata*. L'iniziativa è continuata con la stessa formula anche nei mesi di novembre e dicembre, con racconti gialli dei principali autori italiani e internazionali. Nei cinque mesi nei quali si è sviluppata l'iniziativa, sono stati complessivamente distribuiti circa 11 milioni di libri su tutto il territorio nazionale.

Il 2020 ha visto, inoltre, delle iniziative territoriali di promozione del quotidiano attraverso l'omaggio di libri curati dalle redazioni locali di Repubblica e dedicati a temi più vicini alle realtà locali. Ad esempio, *la Repubblica* edizione di Napoli, ha regalato ai propri lettori un libro dedicato al giornalista, ucciso dalla Camorra, Giancarlo Siani, in occasione dell'anniversario della sua morte, ma allo stesso modo a Roma è stato regalato un libro dedicato a Gigi Proietti mentre con l'edizione di Bari è stata regalata una pubblicazione dedicata alla storia recente della città, ripercorsa attraverso gli articoli di Repubblica. Complessivamente nel 2020 si sono susseguite nove iniziative di questo tipo nelle edizioni di Napoli, poi Palermo, quindi Firenze, Bari, Bologna e Roma.

Anche nel corso del 2020, GEDI ha intrapreso diverse iniziative editoriali in abbinamento alle proprie testate quotidiane e pe-

riodiche, che hanno interessato i diversi ambiti della divulgazione culturale e scientifica. Nel seguito le collane più significative aggregate per area tematica.

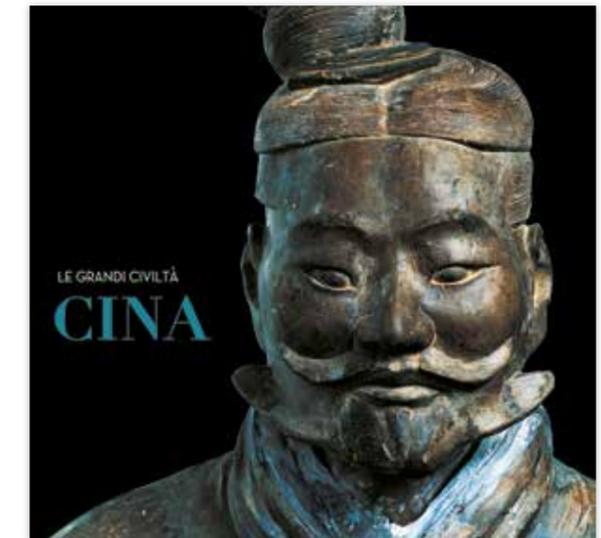
**Letteratura e saggistica** – nel 2020 sono continuate le collane di romanzi e opere letterarie in genere, come *Latinoamericana*, realizzata per divulgare in Italia i capolavori della letteratura latinoamericana o *Brivido noir* con i grandi successi gialli e thriller nazionali e internazionali, e sono stati pubblicati libri “one shot”, più che negli anni precedenti, su temi anche molto eterogenei, da *Il Grande Romanzo dei Vangeli* di Augias a *U Siccu* di Lirio Abbate, su Matteo Messina Denaro a *Uomini e Virus* di Guido Silvestri, a *Mussolini ha fatto anche cose buone* di Francesco Filippi, etc.

**Musica** – nel 2020 è proseguita l'offerta di cd musicali principalmente dedicati alla musica classica, anche se in modo sicuramente più contenuto rispetto al passato in considerazione della sempre minore diffusione di questa tipologia di supporto.

**Fotografia** – abbiamo lanciato la nuova collana *Visionari - i geni della fotografia*, dedicata ai più rivoluzionari artisti dell'arte fotografica che si distingue per avere una selezione fotografica ad opera delle principali firme di Repubblica (ad esempio, Capa con la selezione di Molinari, Newton con la selezione di Romagnoli, Cartier-Bresson con la selezione di Bartezzaghi, etc.) e un formato fisico molto vicino a quello dei libri fotografici, disponibili in libreria, ma con costi molto più contenuti.

**Territorio e percorsi** - è stata realizzata una collana a doppio marchio *la Repubblica* e *National Geographic* dedicata ai più noti cammini e sentieri nazionali ed internazionali: da percorsi più spirituali come Santiago de Compostela o la via Francigena ad altri con connotati più naturalistico-paesaggistici come i sentieri delle Alpi o dei Pirenei.

**Le Guide**, di Repubblica, a forte connotazione locale con posizionamento sul mercato per un particolare legame con il territorio, di cui ne raccontano i sapori e i piaceri con lo stile di Repubblica, e dell'Espresso, che da più di 40 anni rappresenta la fotografia di una ristorazione viva, ricca, varia, che consolida e arricchisce i propri punti di forza ma si aggiorna e si diversifica.



# GEDI DIGITAL

*Alla Divisione Digitale è affidata la missione di garantire l'eccellenza nello sviluppo digitale dei marchi del Gruppo su tutte le piattaforme digitali e di promuovere la diversificazione delle attività di GEDI in nuove operazioni digitali*

## Il Digitale

Alla Divisione Digitale è affidata la missione di garantire l'eccellenza nello sviluppo digitale dei marchi del Gruppo su tutte le piattaforme digitali e di promuovere la diversificazione delle attività di GEDI in nuove operazioni digitali. La Divisione Digitale è quindi responsabile dello sviluppo e della gestione del business digitale online di tutti i principali brand del Gruppo, nonché di importanti partnership internazionali come **l'HuffPost Italia, Business Insider Italia e Mashable Italia**.

Nel mese di febbraio 2021, il Gruppo GEDI ha inoltre acquisito **alfemminile**, il più noto brand italiano di informazione digitale dedicato alle donne, realizzando una operazione che rafforza l'offerta informativa del Gruppo pensata espressamente per le donne, che poggia già su solide basi editoriali e che diventa da oggi ancora più ricca.

### Alcuni dei risultati raggiunti nel 2020

Il Gruppo GEDI, con una media di circa 6,8 milioni di utenti unici nel giorno medio e di 29,2 milioni di utenti unici al mese sull'insieme dei suoi siti (Audiweb, media 2020), sale al quarto posto tra gli operatori dell'intero mercato digitale italiano, preceduta solo da Google, Facebook e Amazon.

*la Repubblica* registra nel giorno medio una Total Digital Audience di oltre 4,1 milioni (Audiweb, media 2020) con una crescita del 42,2% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Dato particolarmente positivo è la fidelizzazione dell'utenza di *Repubblica*, attestata dall'elevato numero di utenti sulla homepage, circa 755 mila nel giorno medio, il 14% in più degli utenti della homepage del principale competitor.

Il sito de *La Stampa* ha registrato invece una Total Digital Audience media di circa 1,6 milioni di utenti unici nel giorno medio (Audiweb media gennaio-dicembre 2020).

Relativamente alle altre testate GEDI News Network, il sito de *Il Secolo XIX* ha registrato una Total Digital Audience media di 102 mila utenti unici nel giorno medio (Audiweb media gennaio-dicembre 2020), mentre la Total Digital Audience media di tutte le altre testate locali registra 834 mila utenti unici nel giorno medio, con un peso preponderante del traffico mobile (Audiweb media gennaio-dicembre 2020).

Nel 2020 è stato molto positivo l'andamento dell'attività di vendita degli abbonamenti digitali, sostenuta sia dal proseguimento delle azioni di massimizzazione della redditività della customer base sia dalle maggiori attivazioni conseguenti alla crescente attenzione dei lettori per le notizie riguardanti la diffusione del Covid-19. All'interno di questo contesto è stata avviata una politica promozionale sia sui prodotti premium (Rep., Topnews, Stai con Noi) sia sugli abbonamenti annuali alla copia replica. Tutte queste azioni hanno incrementato la customer base del Gruppo che a fine dicembre ha raggiunto i 231 mila abbonati, oltre 100 mila in più rispetto a fine dicembre 2019.





*Nel corso degli ultimi 30 anni, GEDI ha sviluppato la propria attività nel settore radiofonico e ad oggi la Divisione Radio comprende le tre emittenti nazionali del Gruppo, **Radio DeeJay, Radio Capital e m2o***

*La società A. Manzoni & C. è la concessionaria di pubblicità esclusiva dei mezzi GEDI e di un qualificato gruppo di Editori Terzi. Manzoni è tra le prime concessionarie nel mercato pubblicitario italiano*

## Le radio

**Radio DeeJay**, fondata nel 1982 da Claudio Cecchetto. I suoi 5 milioni di ascoltatori nel giorno medio (rilevazione RadioTer relativa al II Semestre 2020) la confermano leader nell'intrattenimento, ricca di programmi di grande successo condotti da personaggi molto noti nel mondo dello spettacolo, tra cui Linus, che ricopre anche il ruolo di direttore artistico, Nicola Savino, Fabio Volo, Alessandro Cattelan, il Trio Medusa, Albertino, La Pina e nel weekend Luciana Littizzetto, Rudy Zerbi, Fabio Caressa, Ivan Zazzaroni. È la radio che guida le tendenze musicali, con una forte community che la segue con partecipazione nelle sue occasioni di contatto diretto con il pubblico.

**Radio Capital**, nasce a metà anni '80, stabile con 1,6 milioni di ascoltatori nel giorno medio (rilevazione RadioTer relativa al II Semestre 2020), è sempre stata un punto di riferimento per il pubblico amante della musica di qualità, quella dei grandi classici degli anni '70-'80-'90, musica accompagnata da intrattenimento e da una valida copertura informativa. A partire da settembre 2020, sotto la direzione di Linus, c'è stata una rivisitazione dei suoi

storici asset: l'informazione e la musica. **That'Life** è il claim con cui la radio desidera esplorare il potenziale ancora inespresso, una radio che sappia approfondire con forza e leggerezza i temi più rilevanti, esprimendo al meglio i tempi che stanno cambiando e armonizzando l'anima giornalistica con quella musicale.

**m2o**, acquisita nel 1998 dal Gruppo quando trasmetteva sotto il brand *Italia Radio*, viene trasformata e lanciata come *m2o* alla fine del 2002 per diventare una radio musicale basata sulla musica dance, rivolta ad un pubblico di giovani. A partire dal 2010 si allarga la proposta musicale ai successi del momento, pur conservando l'energia che ha sempre contraddistinto la radio. 1,7 milioni sono gli ascoltatori nel giorno medio di *m2o* (rilevazione RadioTer relativa al II Semestre 2020), *m2o* ha una personalità esclusiva nel comparto radiofonico, la sola radio in grado di sviluppare altissime affinità sui giovani e di piacere molto anche ai più adulti. Da fine 2018 il nuovo direttore artistico di *m2o* è Albertino, uno dei personaggi più noti del mondo radiofonico.



## La Pubblicità

La società **A. Manzoni & C.** è la concessionaria di pubblicità esclusiva dei mezzi GEDI e di un qualificato gruppo di Editori Terzi. Manzoni è tra le prime concessionarie nel mercato pubblicitario italiano. La forza di Manzoni risiede in un portafoglio multimediale di grande qualità, con testate leader nei principali segmenti di mercato e un'ampia rete di consulenza e assistenza clienti. Oltre al servizio di vendita e a un'offerta pubblicitaria flessibile e articolata, Manzoni mette a disposizione dei suoi clienti un sistema di informazioni, di banche dati, case studies, analisi e ricerche di mercato originali.

## Il modello di business e la performance economica

### Il Modello di Business

GEDI ha concentrato i propri sforzi su una strategia sviluppata intorno a quattro punti principali:

- guidare da leader la trasformazione digitale del business facendo leva sulla forza/ricchezza dei brand del Gruppo e sull'industrializzazione del processo di acquisizione, sviluppo e gestione dei clienti/abbonati.
- affrontare il declino strutturale dei ricavi della componente tradizionale del business razionalizzando la base costi e mantenendo un giornalismo di qualità;
- affermarsi nel mercato della pubblicità secondo le linee guida avviate dalla concessionaria interna.
- sviluppare i ricavi e la marginalità delle radio, puntando al rilancio delle emittenti minori (*m2o*, *Radio Capital*) di Gruppo.

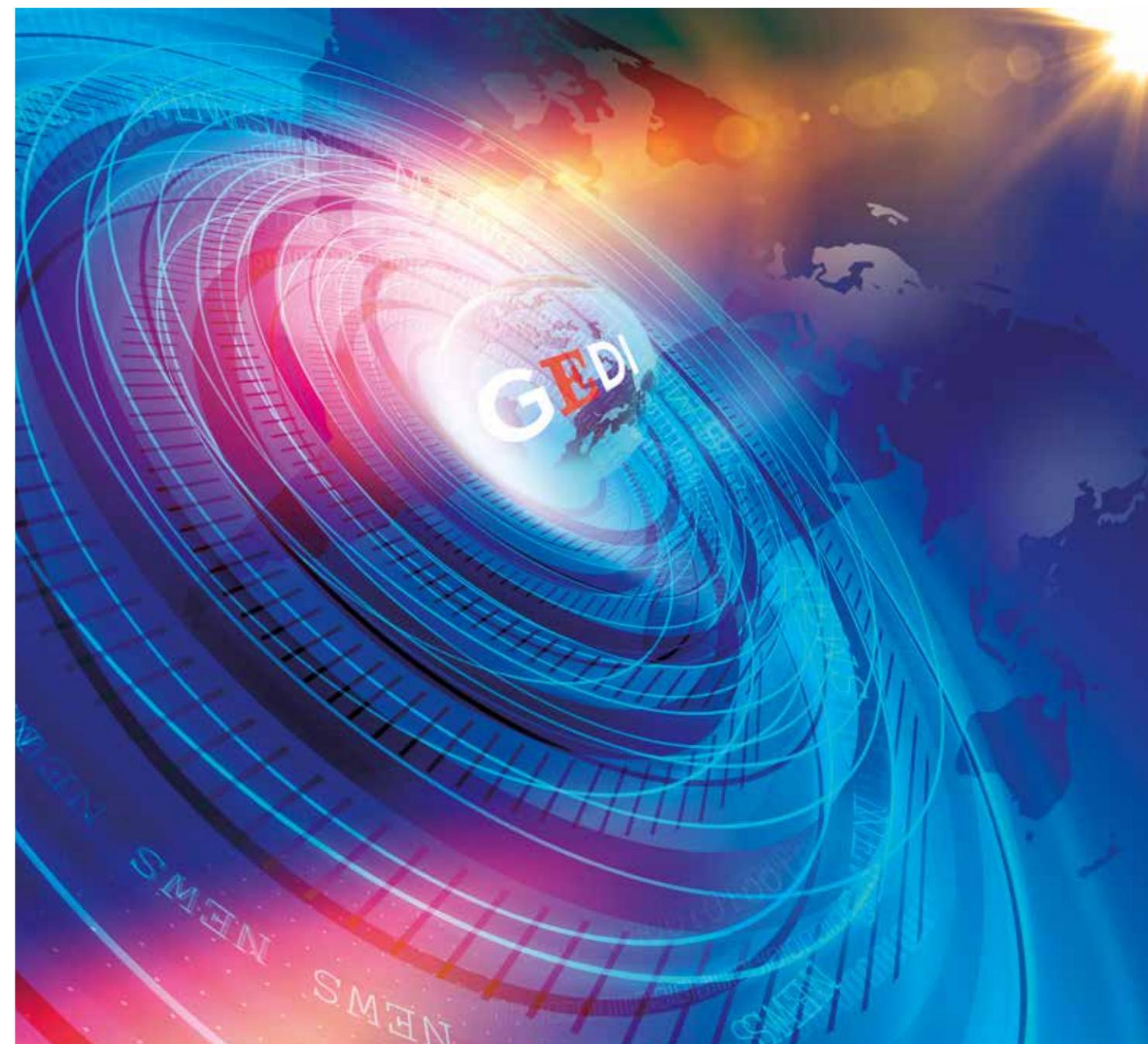
### Presidio e strategia digitale

Il mondo dei media attraversa da tempo una progressiva trasformazione verso la digitalizzazione e questa tendenza è stata accentuata dalla crisi pandemica in atto, in occasione della quale si è registrato uno spostamento delle modalità tradizionali di fruizione delle informazioni verso quelle digitali, con contestuale aumento di audience e abbonati. In tale contesto, il Gruppo GEDI, che ha da tempo intrapreso un percorso di evoluzione digitale per rispondere nel migliore dei modi ai mutamenti delle esigenze dei propri utenti, nel 2020 ha avviato un percorso di profonda innovazione e radicale cambiamento declinati in ambito di tecnologia, organizzazione e competenze e con focus in particolare nelle seguenti aree.

**Prodotti e piattaforme digitali:** nel 2020 GEDI ha proseguito il percorso di miglioramento e arricchimento delle proprie piattaforme digitali, sempre più centrali nel piano di sviluppo

del Gruppo. Ai progetti evolutivi come il restyling del sito de *la Repubblica*, l'aggiornamento delle app di *Radio DeeJay* e *m2o*, la creazione di una piattaforma per la gestione di eventi digitali, la piattaforma per la pubblicazione dei content hub (testate tematiche es. *Salute*) e l'integrazione de *La Stampa* e *Secolo XIX* all'interno della piattaforma abbonamenti di Gruppo, si affiancano progetti più strategici che avranno un impatto importante negli anni a venire. Tra questi ricordiamo la creazione della "Master App" di Gruppo, una per ogni testata, in grado di integrare tutte le offerte editoriali (gratuite e a pagamento), il progetto CRM & Paywall per innovare l'infrastruttura di gestione degli abbonamenti, del customer care e dei sistemi di pagamento, volto a potenziare la relazione con gli utenti e velocizzare campagne mirate di marketing, un CMS unificato, per realizzare una totale integrazione tra il mondo cartaceo e digitale, il progetto di ridisegno dell'architettura, di gestione e utilizzo dei dati creando una piattaforma in grado di raccogliere e usare i dati in "real time" per permettere alla divisione marketing analisi evolute e campagne promozionali profilate. La raccolta, gestione e l'utilizzo dei dati sono diventati infatti centrali nel modello di business digitale, e nel 2020 si è istituita una struttura dedicata (Data Strategy, Reporting & Analytics), che in stretta relazione con i team di marketing e sviluppo tecnologico ha il fine di supportare sempre meglio il business, i processi di analisi, e la formulazione delle decisioni.

**Content hub:** il 2020 si è contraddistinto per la creazione dei content hub, redazioni autonome focalizzate su tematiche specifiche che producono contenuti per tutte le testate del Gruppo. Tali contenuti sono anche utilizzati per la realizzazione di un inserto cartaceo, da acquistare in edicola o attraverso lo sfoglio online. Da un punto di vista editoriale, questa operazione



"Il mondo dei media attraversa da tempo una progressiva trasformazione verso la digitalizzazione e questa tendenza è stata accentuata dalla crisi pandemica in atto, in occasione della quale si è registrato uno spostamento delle modalità tradizionali di fruizione delle informazioni verso quelle digitali, con contestuale aumento di audience e abbonati."

segna un cambio di strategia importante. In precedenza, ogni testata del Gruppo era un contenitore impermeabile, che presidiava verticalmente tutti gli ambiti di cui intendeva occuparsi; con i content hub è stato inaugurato un modello nel quale -per alcuni ambiti- i contenuti sono distribuiti orizzontalmente, in modo trasversale alle testate che intendono pubblicarli. Questo consente di realizzare pagine automaticamente aggiornate su tutti gli argomenti seguiti da ogni content hub e di produrre dei suggerimenti di lettura pertinenti. Nel 2020 sono stati lanciati i primi due content hub, *G&B* e *Salute*, mentre nel 2021 è pianificata l'uscita di content hub Moda/Beauty, Food, Tecnologia e Motori.

- **Green&Blue:** punto di riferimento per l'ambiente e l'economia sostenibile con notizie, inchieste, interviste, storie, assieme a tutte le informazioni di servizio per una comunità attenta ai comportamenti ambientalmente corretti, alle energie rinnovabili, alla mobilità sostenibile etc. Illustrando gli scenari e i cambiamenti futuri che si prospettano per la società, il verde e il blu vogliono rappresentare la grande alleanza che sta nascendo fra tecnologia, società civile, imprese, religioni, politica, giovani per dare una risposta comune alla crisi climatica che minaccia il pianeta.
- **Salute:** attraverso un dialogo diretto con i medici mediante webinar, inchieste, podcast, notizie, nasce il più grande network di informazioni su medicina e benessere, con lo scopo di rispondere alle domande che tutti si pongono sulla propria salute, mettendo a disposizione la migliore comunità scientifica, per un'informazione rigorosa, che aiuti a prevenire, a conoscere, a dare risposte, a farci stare bene.
- **Social:** al fine di raggiungere nuovi pubblici e nuovi profili di lettori, GEDI ha deciso di rafforzare il suo impegno sui social media, lanciando una nuova struttura di gruppo, trasversale ma sinergica alle redazioni delle singole testate. Con la creazione di un team centrale, e inserendo nuove figure specialistiche che hanno portato nel team competenze nuove, nuovi linguaggi

e una nuova impostazione del lavoro, rispondendo alla sfida di diffondere l'informazione del Gruppo su piattaforme social.

**Audio, video e newsletter:** sempre più centrale è stata nell'anno la creazione e distribuzione dei contenuti video del Gruppo, con nuove formule che hanno riscontrato un notevole successo, come i Videoreportage su temi complessi quali il Covid, il format di Visual Investigation 10 Minuti, in cui si racchiudono in video di 10 minuti i fatti di cronaca più salienti, i Minidoc sui temi ambientali e le Webseries in più episodi. Anche i podcast sono diventati sempre più centrali, inaugurando una nuova stagione di produzione di contenuti sempre più digitale. Tra le novità ricordiamo i podcast realizzati per i content hub e i podcast di gruppo pubblicati su più testate. Oggi l'offerta podcast si arricchisce ad un ritmo di circa 15-20 contenuti nuovi al giorno, e sfrutta una struttura produttiva di gruppo attiva per quasi 20 ore al giorno, tutti i giorni. Si è arricchita, inoltre, l'offerta di Newsletter per i lettori, sia free che a pagamento, per rinsaldare il legame tra giornale e suoi abbonati.

Progetti e finanziamenti: prosegue nel 2020 il progetto DNI (Digital News Initiative) Come Together, finanziato da Google, per la creazione di una piattaforma di engagement dei lettori dei quotidiani locali per riportare le piccole testate al centro del dibattito pubblico delle comunità locali, e fornendo loro i mezzi per prendere decisioni migliori. Arrivati alla terza milestone del progetto, tale piattaforma sarà testata sul sito de Il Messaggero Veneto per poi essere utilizzata nel 2021 su tutti i restanti quotidiani locali. Nel 2020 è partito il progetto Europa, Italia, finanziato dalla Commissione Europea, che mediante iniziative editoriali, video e podcast si pone l'obiettivo di aumentare la consapevolezza dei cittadini sulle politiche di coesione in Italia riguardanti tematiche legate all'ambiente, al contrasto ai cambiamenti climatici e allo sviluppo sostenibile. Sempre finanziata dalla Commissione Europea è la realizzazione di sei contenuti editoriali video su tematiche relative all'attività di rappresentanza in Italia e alle priorità della Commissione.

**Prospetto del Valore Economico di GEDI**

<b>Valore economico direttamente generato e distribuito</b>			
<b>(€ mn)</b>	<b>2018</b>	<b>2019(*)</b>	<b>2020</b>
Ricavi netti dalle vendite	648,7	603,5	533,2
Altri proventi	15,7	8,3	2,6
<b>Valore Economico generato</b>	<b>664,4</b>	<b>611,8</b>	<b>535,8</b>
Costi operativi	381,5	340,3	324,2
Personale	249,9	237,3	209,5
Finanziatori	22,3	23,9	11,2
Azionisti	0,1	0,0	0,0
Pubblica Amministrazione	-1,1	-24,5	-10,6
<b>Valore Economico distribuito agli stakeholder</b>	<b>652,6</b>	<b>577,0</b>	<b>534,4</b>
Ammortamenti e svalutazioni	44,2	163,8	167,5
Utile/perdita di esercizio	-32,34	-129,0	-166,0
<b>Valore Economico trattenuto dal Gruppo</b>	<b>11,8</b>	<b>34,8</b>	<b>1,4</b>

(\*) A partire dal 1° gennaio 2019 il Gruppo ha applicato il nuovo principio contabile IFRS 16 – Leases che fornisce una nuova definizione di lease ed introduce un criterio basato sul controllo (right of use) di un bene per distinguere i contratti di leasing dai contratti per la fornitura di servizi, individuando quali discriminanti: l'identificazione del bene, il diritto di sostituzione dello stesso, il diritto ad ottenere sostanzialmente tutti i benefici economici rivenienti dall'uso del bene e il diritto di dirigere l'uso del bene sottostante il contratto. Nell'introduzione del suddetto principio, il Gruppo ha utilizzato il metodo dell'applicazione retroattiva modificata in virtù del quale le informazioni comparative non sono state rideterminate.

**Il valore economico di GEDI**

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

I risultati dell'esercizio 2020 sono stati fortemente penalizzati dall'andamento del primo semestre, periodo nel corso del quale tutte le attività hanno pesantemente risentito delle circostanze create a causa della diffusione del virus Covid-19 e delle conseguenti misure restrittive per il suo contenimento adottate da parte delle autorità pubbliche e locali. La crisi ha determinato una diretta contrazione del fatturato pubblicitario derivante dal crollo dei consumi e dal conseguente arresto delle pianificazioni oltre che dalla cancellazione di alcune campagne nazionali e locali già precedentemente prenotate e dall'annullamento di eventi pianificati.

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

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

I tre elementi sopra descritti compongono il **Valore Economico Generato**, che nel 2020 è stato pari a € 535,8 milioni (in decremento rispetto ad € 611,8 milioni del 2019).

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

- I costi operativi sono stati pari a € 324,2 milioni (-5% rispetto al 2019), dei quali i costi per i servizi ne costituiscono la maggioranza (es. costi redazionali, canoni editore e stampa e altre lavorazioni presso terzi, ecc.).
- La distribuzione del Valore Economico al personale è stata pari a € 209,5 milioni (-12% rispetto al 2019), rappresentata per la maggior parte dai salari e dagli stipendi delle persone del gruppo GEDI.
- La distribuzione del Valore Economico ai finanziatori nel 2020 è stata pari a € 11,2 milioni (-53% rispetto al 2019).
- La distribuzione del Valore Economico agli azionisti è stata praticamente nulla, e costituisce la quota di terzi (utile di spettanza dei soci terzi della società GEDI News Network).
- La remunerazione della Pubblica Amministrazione, sotto forma di imposte, è stata negativa per circa € 10,6 milioni.

Nel corso dell'anno, il Gruppo non ha ricevuto forme di contribuzione da parte della Pubblica Amministrazione, così come definite ex art.1, comma 125, della Legge 4 agosto 2017, n.124 modificato da art.35 DL 34/2019, o associazioni assimilabili alla PA e non ha erogato contributi di alcun genere a partiti o a politici. Nel corso dell'anno, il Gruppo non ha ricevuto contributi dalla Pubblica Amministrazione o associazioni assimilabili alla PA e non ha erogato contributi di alcun genere a partiti o a politici.

**L'approccio alla fiscalità di GEDI**

Dall'esercizio 2017, GEDI Gruppo Editoriale Spa, così come la maggior parte delle società da essa controllate, ha aderito al "Consolidato Fiscale" ai sensi degli artt. 117/129 del Testo Unico delle Imposte sul Reddito (T.U.I.R.). L'applicazione di tale regime ha richiesto l'esercizio di un'espresa opzione congiuntamente da parte della società controllante e di ciascuna società da essa controllata, ai sensi dell'art. 120 del TUIR. L'opzione ha validità per il triennio 2020-2022.

Ciascuna società aderente al consolidato fiscale nazionale trasferisce alla società consolidante il reddito o la perdita fiscale. Inoltre, GEDI Gruppo Editoriale Spa e la maggior parte delle società controllate hanno continuato ad avvalersi della particolare disciplina dell'IVA di Gruppo". La gestione della fiscalità e il presidio dei rischi tributari sono affidati alla Direzione Amministrazione e Finanza che si avvale a tal fine anche di specifici consulenti sia per dirimere questioni interpretative sia per analizzare eventuali impatti di nuove norme. Per le questioni interpretative la Società e il Gruppo si sono sempre avvalsi degli strumenti previsti dalla legislazione, in particolare ha utilizzato sia lo strumento dell'interpello ordinario (che consente di chiedere un parere in ordine all'applicazione delle disposizioni tributarie) sia dell'interpello disapplicativo (che consente di ottenere la disapplicazione di norme che limitano deduzioni, detrazioni o altro). Relativamente all'analisi preventiva di nuove norme, o di norme che devono essere applicate a nuovi business, le società del Gruppo, a seconda del grado di complessità, sono solite gestire tali rischi sia attraverso la richiesta di specifici pareri a consulenti, fino ad organizzare tavole rotonde per estenderne l'analisi ad altri possibili contribuenti. In particolare quest'anno sono state attentamente analizzate le norme progressivamente emesse a sostegno delle aziende colpite dalla pandemia (decreto "Cura Italia" e successivi) e le nuove norme sui servizi digitali

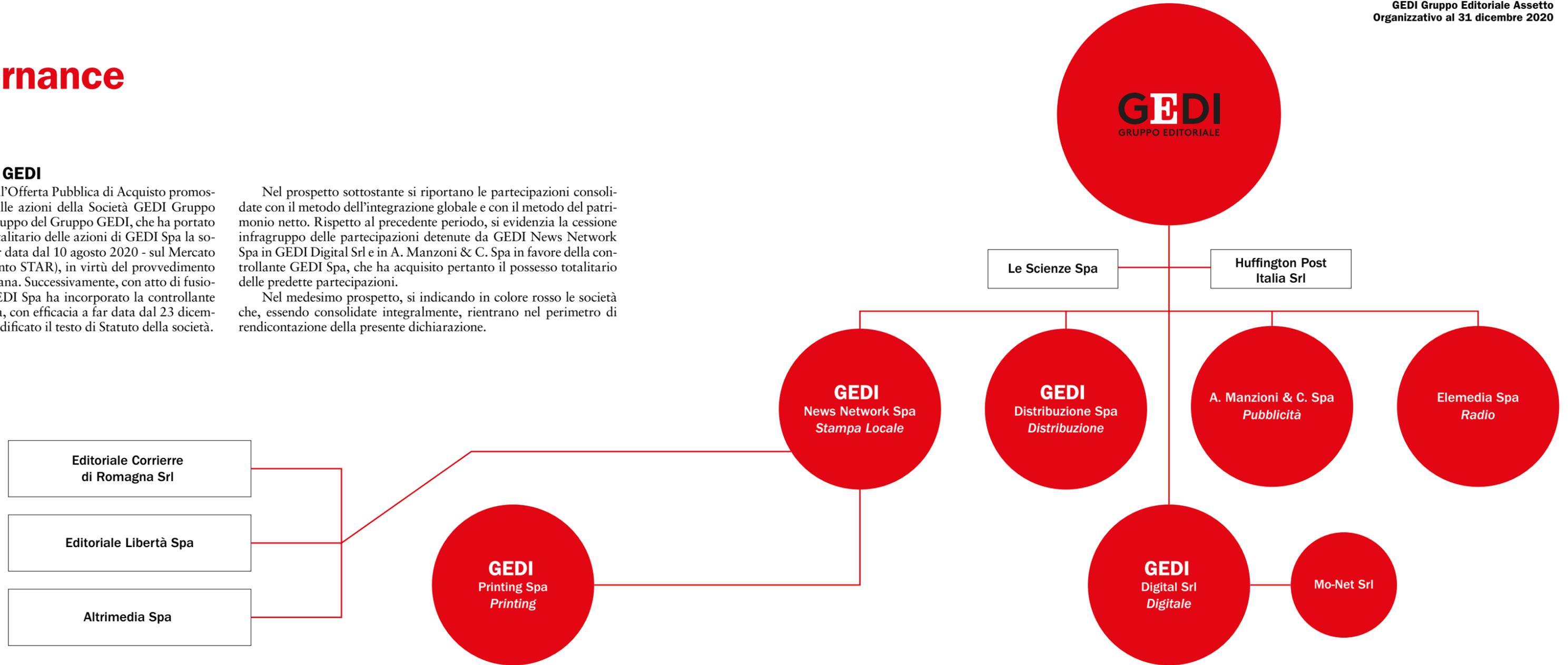
# L'assetto e la governance

## L'assetto del Gruppo GEDI

A seguito della definizione dell'Offerta Pubblica di Acquisto promossa da Giano Holding Spa sulle azioni della Società GEDI Gruppo Editoriale Spa, società capogruppo del Gruppo GEDI, che ha portato la controllante al possesso totalitario delle azioni di GEDI Spa la società non è più quotata – a far data dal 10 agosto 2020 - sul Mercato Telematico Azionario (segmento STAR), in virtù del provvedimento n. 8681 emesso da Borsa Italiana. Successivamente, con atto di fusione del 18 dicembre 2020, GEDI Spa ha incorporato la controllante totalitaria Giano Holding Spa, con efficacia a far data dal 23 dicembre 2020 ed è stato altresì modificato il testo di Statuto della società.

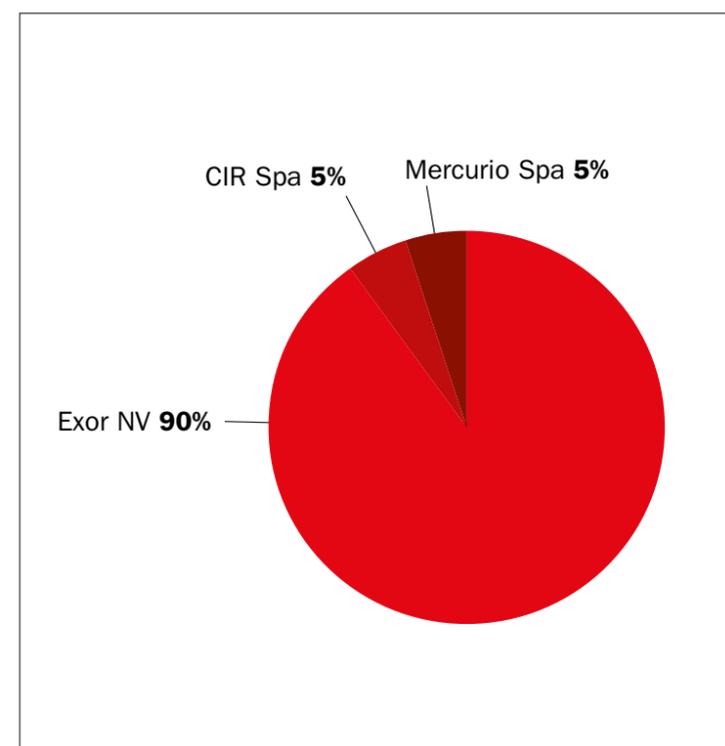
Nel prospetto sottostante si riportano le partecipazioni consolidate con il metodo dell'integrazione globale e con il metodo del patrimonio netto. Rispetto al precedente periodo, si evidenzia la cessione infragruppo delle partecipazioni detenute da GEDI News Network Spa in GEDI Digital Srl e in A. Manzoni & C. Spa in favore della controllante GEDI Spa, che ha acquisito pertanto il possesso totalitario delle predette partecipazioni.

Nel medesimo prospetto, si indicando in colore rosso le società che, essendo consolidate integralmente, rientrano nel perimetro di rendicontazione della presente dichiarazione.



Successivamente al 31 dicembre 2020, si evidenzia che il Gruppo GEDI ha, inoltre, acquisito una partecipazione pari all'80% del capitale sociale di **Alfemminile Srl**

GEDI Spa  
Compagine azionaria al 31 dicembre 2020



### Il sistema del governo societario

Il sistema di governo societario di GEDI Spa permette di conseguire gli obiettivi strategici assicurando un governo efficace, nel rispetto delle istituzioni e delle leggi, efficiente e corretto, come esplicitato nella Relazione degli Amministratori, alla quale si fa rinvio per un maggior livello di dettaglio. Gli organi collegiali che formano il sistema di Governance di GEDI Spa sono: il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e l'Assemblea degli Azionisti.

Il Consiglio di Amministrazione è stato nominato il 26 aprile 2018; i consiglieri durano in carica per il periodo di tempo stabilito dall'Assemblea all'atto della nomina, comunque per il periodo non superiore a tre esercizi e sono rieleggibili. Il mandato dell'attuale Consiglio scadrà con l'approvazione del Bilancio al 31 dicembre 2020. A seguito del perfezionamento della cessione da parte di CIR Spa dell'intera partecipazione detenu-

GEDI Spa  
Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31 dicembre 2020

Genere	%
Uomini	78%
Donne	22%
Età	%
<30	-
30-50	67%
>50	33%

ta in GEDI Spa a Giano Holding Spa, che ne ha quindi acquisito il controllo, e delle dimissioni di alcuni amministratori, il Consiglio di Amministrazione della società tenutosi in data 23 aprile 2020, adottate le deliberazioni di cui all'art. 2386 c.c., ha nominato Presidente del Consiglio di Amministrazione l'Ing. John Elkann e Amministratore Delegato l'Ing. Maurizio Scanavino, confermando lo stesso quale Direttore Generale della Società. Successivamente l'Assemblea dei soci del 14 settembre 2020 ha rideterminato in nove il numero degli Amministratori componenti il Consiglio di Amministrazione, che rimarrà in carica fino all'approvazione del bilancio al 31 dicembre 2020. Nella seduta del 22 settembre 2020, il Consiglio di Amministrazione ha nominato il Dott. Carlo Perrone Vice Presidente della Società. Si riporta di seguito la composizione del Consiglio di Amministrazione di Gedi Spa al 31 dicembre 2020.

GEDI Spa - Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31 dicembre 2020

Nome	Carica
<b>John Elkann</b>	Presidente
<b>Maurizio Scanavino</b>	Amministratore Delegato
<b>Carlo Perrone</b>	Vice Presidente
<b>Giacaranda M. Caracciolo di Melito Falck</b>	Amministratore
<b>Marco De Benedetti</b>	Amministratore
<b>Turi Munthe</b>	Amministratore
<b>Pietro Supino</b>	Amministratore
<b>Tatiana Rizzante</b>	Amministratore
<b>Enrico Vellano</b>	Amministratore

## La gestione dei rischi

Con riferimento al controllo interno e alla gestione dei rischi, successivamente al predetto delisting del titolo azionario di Gedi Spa, il Consiglio di Amministrazione della società ha deliberato una complessiva revisione della Governance Interna, nell'ottica di semplificare le strutture di amministrazione e renderle più agili nell'affrontare il percorso intrapreso di profonda revisione dell'attività d'impresa, dando altresì mandato all'Amministratore Delegato della società di individuare e/o adottare eventuali ulteriori interventi necessari o utili, in tema di governance e/o organizzazione, per garantire efficienza ed efficacia dell'attività d'impresa.

Nel suo complesso, il sistema controllo e rischi, comprende in particolare le disposizioni statutarie e regolamentari interne in materia di ripartizione di competenze e deleghe di responsabilità, il sistema delle deleghe, delle procedure e delle aree di rischio mappate dal Modello Organizzativo ai sensi del D.Lgs. 231/01 e, infine, gli obiettivi e le metodologie di valutazione dei rischi e le disposizioni in materia di sistema amministrativo, contabile e finanziario. In particolare, la gestione dei rischi si articola su differenti livelli di controllo distinguendo tra funzioni operative interne alla società, che si occupano di rilevare i rischi e di intraprendere le azioni di gestione e controllo e la funzione di Internal Audit, che controlla il funzionamento del sistema e formula proprie valutazioni indipendenti. In aggiunta ai rischi identificati nella *Relazione finanziaria annuale* del Gruppo, rispetto alle aree tematiche richiamate dagli articoli 3 e 4 del D.Lgs. 254/16, quali tematiche ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva, il Gruppo GEDI ha altresì rilevato i seguenti ambiti di attenzione:

- **Tematiche attinenti al personale.** Il contesto generale legato al mondo del lavoro e, più nello specifico il contesto italiano, è stato notevolmente impattato dalla diffusione del virus Covid-19 accentuando la crisi per il settore editoriale. Al fine di contenere gli impatti negativi sul personale, il Gruppo ha avviato e realizzato una serie di azioni di contenimento sul costo del lavoro anche attraverso il ricorso alle procedure in materia di ammortizzatori sociali messe a disposizione dal Governo nonché attraverso la riduzione volontaria della retribuzione fissa dei dirigenti e dei diret-

tori per il periodo maggio-dicembre 2020. Al fine di mantenere un dialogo aperto e trasparente con i suoi dipendenti e collaboratori, distendere i rapporti e supportare dipendenti e giornalisti, il Gruppo ha implementato nel tempo diverse azioni concrete di pianificazione e gestione delle risorse, come programmi di solidarietà e politiche di welfare.

- **Tematiche sociali e rispetto dei diritti umani.** Tra i rischi principali monitorati, si rileva il possibile mancato o inadeguato rispetto delle normative in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro, con riferimento specifico alla formazione e a dotazioni strumentali. Per mitigare tale rischio, il Gruppo ha sviluppato specifici action plan di monitoraggio periodico sia sull'area della formazione che sulla sorveglianza sanitaria. E' inoltre previsto uno specifico protocollo operativo nell'ambito del Modello 231/2001. In aggiunta, è stato valutato il rischio di mancato rispetto delle disposizioni normative sul trattamento dei dati personali e sulla privacy, sulle disposizioni che disciplinano la pubblicità ed in tema di diritto d'autore, che potrebbero esporre le società al rischio di sanzioni e conseguenze sia civili sia penali. Oltre ad aver nominato il Data Protection Officer (DPO) di Gruppo, GEDI ha definito azioni e piani per il costante monitoraggio della normativa e della giurisprudenza di riferimento, ha formulato linee guida comportamentali in materia e gli addetti hanno ricevuto formazione a riguardo.
- **Lotta alla corruzione attiva e passiva.** Nell'ambito della lotta alla corruzione attiva e passiva, si evidenzia in particolare, oltre alle policy e procedure interne, l'adozione di specifici protocolli e controlli in ambito di Modello 231/2001 delle società e Codice Etico di Gruppo, per i quali si rinvia ai successivi paragrafi, dedicati alla tematica.
- **Tematiche ambientali.** Il rischio di mancato rispetto delle norme a tutela dell'ambiente è mitigato tramite la presenza di una struttura interna dedicata e di società esterne competenti nello specifico settore che effettuano annualmente attività di audit presso i centri stampa e valutano la necessità di specifici interventi.

GEDI, in conformità a quanto previsto dalla legge n.179/2017, ha inoltre predisposto un portale (c.d. "Portale Whistleblowing") per effettuare le segnalazioni con modalità in-

formatiche, idoneo a garantire la riservatezza dell'identità del segnalante nelle attività di gestione delle segnalazioni, ed ha adottato una relativa policy di gestione. Questo strumento si affianca e integra le altre modalità (indirizzo di posta elettronica e posta tradizionale) previste per inviare una segnalazione, anche ai sensi del D.Lgs. n.231/2001. Le segnalazioni ricevute dall'attivazione della suddetta policy sono state trattate dai rispettivi Organismi di Vigilanza e dalla Funzione Internal Audit garantendo la riservatezza del segnalante nonché la tutela del segnalato e rilevandone la parziale fondatezza. Periodicamente il responsabile della funzione Internal Audit rendiconta i risultati delle attività di ricezione e analisi agli organi di controllo. Il Portale Whistleblowing è attivo ed è raggiungibile all'indirizzo <https://gedispa.segnalazioni.net> ed il relativo link è presente anche nella sezione "Servizi" del website aziendale.

## Il Modello 231 e le tematiche anticorruzione

GEDI Spa e le sue controllate, al fine di assicurare condizioni di correttezza e di trasparenza nella conduzione degli affari e delle attività aziendali e al fine di prevenire i reati previsti dal D.lgs. 231/2001, si sono dotate di un Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo, che viene periodicamente aggiornato allo scopo di consentire la continua rispondenza dello stesso a eventuali mutazioni della norma e della struttura aziendale. Un estratto del Modello è consultabile sul sito istituzionale nella sezione – Governance-.

Il Consiglio di Amministrazione della Società in data 5 maggio 2020 ha approvato la revisione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. n.231/01, proposta di concerto con l'Organismo di Vigilanza e previa approvazione da parte dello stesso. Nel corso dell'esercizio, GEDI e le altre Società del Gruppo hanno pianificato l'aggiornamento dei Modelli organizzativi in essere che verrà perfezionato nel corso dell'esercizio 2021, al fine di renderli coerenti con le novità normative introdotte. Le tematiche inerenti all'aggiornamento del Modello 231 e la nomina degli Organismi di Vigilanza delle società del Gruppo, sono oggetto di specifiche deliberazioni da parte dei preposti organismi amministrativi e oggetto di comunicazione ai dipendenti delle società.

Il Gruppo prevede programmi di formazione sia trasver-

salmente su tematiche generali relative al Modello 231, sia con focus orientati a coloro che operano in aree con specifici ambiti di rischio in relazione alla tematica. Il contenuto dei corsi di formazione e la loro frequenza sono determinati di volta in volta, assicurandosi altresì della partecipazione agli stessi e della verifica sulla qualità del contenuto di detti programmi. La partecipazione ai corsi di formazione è obbligatoria. Relativamente alla formazione originariamente pianificata per il 2020 e non erogata anche in considerazione del contesto determinato dalla pandemia in atto, si prevede l'avvio di un programma formativo nel 2021 articolato sia in brevi sessioni formative ricorrenti sia in un corso maggiormente strutturato, da erogare coerentemente con l'aggiornamento dei Modelli 231 delle società del Gruppo.

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

## Il Codice Etico e la sua diffusione

Il Codice Etico è l'insieme delle regole etico-comportamentali oggetto di continua divulgazione a tutto il personale aziendale e continuamente sottoposte a verifica per garantirne la corretta applicazione, che definisce con chiarezza e trasparenza l'insieme dei valori ai quali il Gruppo si ispira per il raggiungimento dei propri obiettivi. Le attività di tutte le società del Gruppo devono, quindi, essere conformi ai principi espressi dal Codice, aggiornato in data 5 maggio 2020. GEDI Gruppo Editoriale Spa riconosce l'importanza della responsabilità etico-sociale nella conduzione degli affari e delle attività aziendali e si impegna al rispetto dei legittimi interessi dei propri Stakeholder e della collettività in cui opera. Contestualmente richiede ai propri dipendenti e a quelli che cooperano all'interno delle società del Gruppo il rispetto delle regole aziendali e dei precetti stabiliti nel presente Codice.

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

Capitolo 2

# Il Gruppo GEDI e le tematiche materiali

- 2.1 **Gli Stakeholder  
e il loro coinvolgimento**
- 2.2 **L'analisi di materialità**
- 2.3 **L'impegno di GEDI  
nel perseguire gli Obiettivi  
di Sviluppo Sostenibili**

*da pagina 42*

Sezione 2.1

# Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento

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

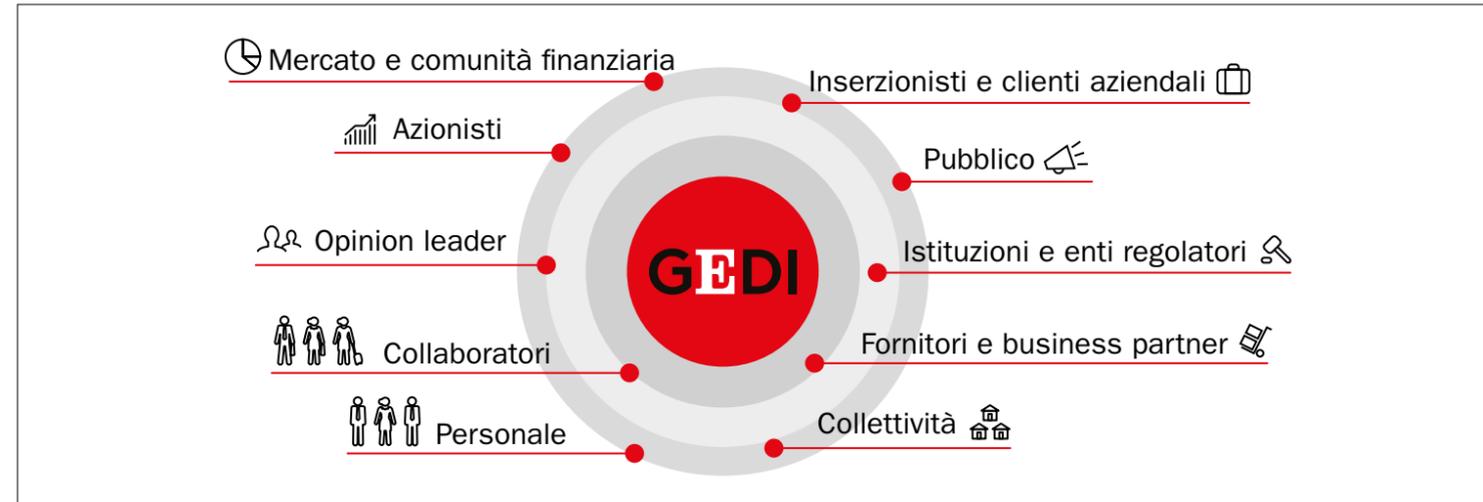
L'approccio utilizzato si basa sullo sviluppo e il mantenimento di un rapporto di fiducia reciproco tra il Gruppo e i suoi Stakeholder, nonché nella considerazione degli interessi di questi ultimi ai fini del raggiungimento degli obiettivi aziendali prefissati, nel rispetto delle leggi e dei principi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

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

si riporta riportata la mappatura degli con gli Stakeholder identificati, che non subisce variazioni rispetto all'anno periodo precedente<sup>1</sup>.

GEDI cura costantemente i rapporti con i propri Stakeholder, al fine di cogliere suggerimenti utili per perseguire al meglio la propria strategia di sostenibilità. A tale scopo, GEDI si impegna quotidianamente nell'instaurare relazioni di fiducia con i propri Stakeholder, fondate sui principi della trasparenza, dell'apertura e dell'ascolto. L'approccio utilizzato dal Gruppo per comunicare con gli Stakeholder è nel tempo in continua evoluzione, articolandosi in iniziative di varia natura volte a impiegare al meglio i molteplici canali a disposizione. Tra le altre attività di coinvolgimento, di seguito rappresentate, si evidenziano a titolo indicativo e non esaustivo, la partecipazione a conferenze, meeting periodici e incontri dedicati, sondaggi sulla soddisfazione degli utenti, feedback dei clienti, focus group, eventi, convegni, etc.

GEDI mappa degli stakeholder



<sup>1</sup> Si specifica che lo Stakeholder "Pubblico" è rappresentato da un insieme ampio di tipologie di utenti che possono essere suddivisi a loro volta in: acquirenti dei quotidiani, abbonati, ascoltatori radiofonici, utenti online, pubblico televisivo/abbonati al satellitare.

	<b>Mercato e comunità finanziaria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partecipazione a conferenze</li> <li>• Meeting periodici e incontri dedicati</li> <li>• Diffusione di documentazione</li> </ul>
	<b>Pubblico</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contatti e feedback con i clienti</li> <li>• Sondaggi sulla soddisfazione</li> <li>• Incontri dedicati</li> <li>• Interviste, focus group</li> <li>• Coinvolgimento tramite sito internet, social network, mailing list etc..</li> </ul>
	<b>Fornitori e business partner</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meeting e incontri dedicati</li> <li>• Partnership, etc..</li> </ul>
	<b>Collettività</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizzazione eventi che coinvolgono la comunità</li> <li>• Incontri e dibattiti pubblici, etc..</li> <li>• Social media</li> </ul>
	<b>Opinion leader</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Social media, eventi, dibattiti, etc..</li> </ul>
	<b>Personale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusione documenti interni</li> <li>• Intranet aziendale</li> <li>• Formazione</li> <li>• Discussione tematiche con il management etc..</li> </ul>
	<b>Inserzionisti, clienti aziendali</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contatti e feedback con le diverse tipologie di clienti</li> </ul>
	<b>Istituzioni ed enti regolatori</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Convegni, partecipazione a incontri e consultazioni etc..</li> </ul>



# L'impegno di GEDI nel perseguire gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibili

## OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Il Gruppo GEDI ha avviato un importante processo di correlazione delle tematiche materiali con i Sustainable Development Goals (SDGs), al fine di indirizzare le proprie attività verso il perseguimento degli obiettivi comuni formulati dalle Nazioni Unite. Si tratta di un percorso in continua evoluzione, come lo è la strategia di sviluppo sostenibile adottata dall'ONU, che ha lo scopo di rafforzare e armonizzare l'impegno di ciascuna società attraverso una pianificazione condivisa. A settembre 2015 infatti l'ONU ha approvato i 17 Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs o Sustainable Development Goals) validi per il periodo 2015-2030, che hanno sostituito gli obiettivi di sviluppo del Millennio (MDGs o Millennium Development Goals), scaduti alla fine del 2015.

Gli SDGs sono stati creati e promossi come i nuovi obiettivi globali di sviluppo sostenibile per supportare la definizione di obiettivi e strategie correlate alle priorità di business e rappresentano una sfida ambiziosa per la comunità internazionale da realizzare nei prossimi 15 anni all'interno di una Partnership globale supportata da politiche e azioni concrete. A pagina 48 si riporta la tabella di correlazione del Gruppo GEDI<sup>2</sup>.



<sup>2</sup>Si segnala che per le tematiche "Qualità dei contenuti e Responsabilità editoriale", "Soddisfazione degli utenti" e "Pubblicità responsabile" non è stata individuata una specifica correlazione con i SDGs.

GEDI - Tabella di correlazione matrice di materialità - SDGs

	4 ISTRUZIONE DI QUALITÀ	5 PARITÀ DI GENERE	7 ENERGIA PULITA E ACCESSIBILE	8 LAVORO DIGNITOSO E CRESCITA ECONOMICA	9 IMPRESE, INNOVAZIONE E INFRASTRUTTURE	10 RIDURRE LE DISUGUAGLIANZE	12 CONSUMO E PRODUZIONE RESPONSABILI	13 LOTTA CONTRO IL CAMBIAMENTO CLIMATICO	16 PACE, GIUSTIZIA E ISTITUZIONI SOLIDE	17 PARTNERSHIP PER GLI OBIETTIVI
Performance economica e indipendenza da fonti di finanziamento pubbliche									✓	
Modello di business del settore media				✓	✓					
Governance e compliance	✓								✓	
Sistema di gestione dei rischi									✓	
Catena di fornitura responsabile				✓			✓			
Informazione, ruolo sociale e responsabilità verso la collettività										✓
Privacy e protezione dei dati									✓	
Digital transformation				✓	✓					
Tutela della proprietà intellettuale										
Salute e sicurezza dei lavoratori				✓	✓	✓				
Valorizzazione, sviluppo delle competenze e attrazione talenti	✓						✓			
Diversità e pari opportunità		✓		✓		✓				
Tutela dei diritti umani e condizioni e pratiche di lavoro		✓		✓		✓				
Relazioni con le parti sociali				✓						
Consumi energetici ed emissioni			✓				✓	✓		
Gestione dei rifiuti				✓			✓	✓		

Legenda - Matrice di materialità 2020

 <p><b>SDG 4</b> Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti sostenibile</p>	 <p><b>SDG 8</b> Incentivare una crescita economica duratura, inclusiva e sostenibile, un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti</p>	 <p><b>SDG 12</b> Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo</p>
 <p><b>SDG 5</b> Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze</p>	 <p><b>SDG 9</b> Costruire un'infrastruttura resiliente e promuovere l'innovazione ed una industrializzazione equa, responsabile e sostenibile</p>	 <p><b>SDG 13</b> Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico</p>
 <p><b>SDG 7</b> Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni</p>	 <p><b>SDG 10</b> Ridurre l'ineguaglianza all'interno di e fra le Nazioni</p>	 <p><b>SDG 16</b> Pace, giustizia e istituzioni forti</p>
		 <p><b>SDG 17</b> Rafforzare i mezzi di attuazione e rinnovare il partenariato mondiale per lo sviluppo sostenibile</p>

# Il ruolo nell'informazione e la responsabilità verso la collettività

- 3.1 **La nostra storia, i nostri valori**
- 3.2 **Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità**
- 3.3 **Ruolo sociale e partecipazione con il territorio**
- 3.4 **Responsabilità e comunicazione digitale**
- 3.5 **Impegno in educazione, formazione e cultura**
- 3.6 **La responsabilità verso la collettività**

*da pagina 52*

GEDI opera in maniera trasparente e responsabile nei confronti della società e dei propri Stakeholder, tenendo ben saldi i concetti di qualità e integrità. Consapevole degli effetti della propria attività sullo sviluppo sociale e sul benessere generale della collettività, GEDI si impegna, nella creazione e diffusione dei contenuti, nell'interazione e coinvolgimento con gli utenti, a veicolare un'informazione veritiera e rigorosa, rispettosa degli orientamenti religiosi, politici, scientifici e sociali del pubblico. Per fare questo, il Gruppo interagisce costantemente con gli utenti, mantenendo al tempo stesso l'indipendenza da qualsiasi tipo di influenza. Nello svolgimento della sua mission, GEDI opera con impegno anche

per accrescere la consapevolezza del pubblico rispetto alle tematiche della sostenibilità, incoraggiando un dibattito costruttivo e rispettoso. GEDI contribuisce allo sviluppo sostenibile del territorio e organizza manifestazioni e iniziative a carattere sociale anche attraverso tutte le sue piattaforme tecnologiche.

Le pagine che seguono sono dedicate, da un lato, a ricordare i valori, la storia e l'impegno del Gruppo e, dall'altro lato, a rendicontare, in via esemplificativa e non esaustiva, quanto realizzato nell'anno 2020 attraverso le iniziative, le inchieste, i progetti e tutte le altre attività che il Gruppo svolge sia perseguendo la propria mission istituzionale sia esercitando in senso ampio il suo ruolo sociale.

# La nostra storia, i nostri valori

## *I valori, la memoria*

di Bruno Manfellotto

La definizione più limpida si deve forse alla verve immaginifica di Umberto Eco: “effetto detonatore”. Si riferiva alla forza, all’incredibile capacità – che in origine fu dell’“Espresso”, e che poi è stata della “Repubblica” di Eugenio Scalfari e dei giornali locali via via acquisiti con lungimiranza da Carlo Caracciolo – di sollevare problemi, sollecitare animi, denunciare soprusi e iniquità, insomma di “fare scandalo”. Costringendo tutti a misurarsi con una realtà altrimenti negata. E contribuendo a cambiare il modo stesso di fare giornalismo.

Anni dopo, nella temperie ribollente del Sessantotto e dell’autunno caldo, qualcuno l’avrebbe assimilata alla “controinformazione” allora in voga, e invece nei progetti e nel fare quotidiano dei padri fondatori era informazione e basta, però rigorosa, chiara, libera da pregiudizi ideologici. Praticata con l’intento di scopriare verità nascoste, svelare misfatti, attribuire responsabilità, favorendo così una maggiore partecipazione ed **educazione** del cittadino-lettore. Qualcun altro, forse Giampaolo Pansa, ha scritto che quei ragazzi di via Po dediti al difficile mestiere della buona informazione, erano visti via via come «giovannotti battaglieri, moralisti rigorosi, laici all’eccesso, progressisti sinceri». Manca l’aggettivo “appassionati” di cui invece non si può fare a meno.

Non è un caso che nel presentare il bilancio di sostenibilità del Gruppo Editoriale Gedi, cioè per parlare non solo di numeri e saldi finanziari, ma dell’impegno profuso ogni giorno da centinaia di uomini e donne per tenere vivi i valori etici e morali dell’Italia migliore riguardo ai temi socialmente sensibili dell’**ambiente**, della **diversità** e dei **diritti umani**, dell’**educazione** e della **cultura**, della vicinanza alla **comunità** e della tutela del **territorio**, si faccia qui abbondantemente riferimento a ieri. Le costruzioni solide hanno fondamenta robuste. Quando poi a tenerle ben piantate nella storia non sono calce e cemento, ma idee, principi e senso di responsabilità, è indispensabile coltivarne la memoria. Che cosa infatti tiene vivo un gruppo di lavoro (un Paese!), specie

se impegnato in un’opera quotidiana di testimonianza, se non la memoria, che è manutenzione di insegnamenti e **cultura** trasmessa. Le generazioni passano, ma sono le antiche radici a rinvigorire le nuove; senza memoria tutto sfiorisce, si secca, si disperde. La vera sfida è salvaguardare quel patrimonio senza cedere a derive nostalgiche: preservando il buon giornalismo e i valori che porta con sé, cioè un metodo di lavoro rigoroso e le ragioni forti che lo ispirano; e rinnovando ciò che non basta più a capire il mondo che cambia, certo, ma senza disperdere il meglio della propria storia. Senza contraddire la propria identità.

Forse un esempio chiarisce meglio. Nel gennaio del 1956, a tre mesi dal debutto in edicola, “L’Espresso” metteva in copertina un titolo destinato a fare storia: “Capitale corrotta = Nazione infetta”. Riassumeva superbamente il senso di un’indagine clamorosa sul sacco urbanistico di Roma firmata da Manlio Cancogni, uno scrittore prestatato al giornalismo (Arrigo Benedetti, il direttore, diceva che “L’Espresso” era un romanzo che usciva ogni settimana). In quell’inchiesta – una formula innovativa sconosciuta agli altri giornali – c’era già un marchio di fabbrica, il rifiuto netto di cattive pratiche che minano una **comunità** sana: la speculazione edilizia in barba a ogni legge; lo strapotere delle grandi società immobiliari; l’intreccio perverso tra soldi e politica; la corruzione all’ombra del Cupolone; lo sfregio del **territorio** in nome degli affari. “La Repubblica” sarebbe nata vent’anni dopo, ma nel suo Dna sarebbero stati trasmessi gli stessi principi – “una certa idea dell’Italia” – in nome dei quali avrebbe combattuto le sue battaglie.

Quando il servizio andò in stampa, nessuno ne riprese i contenuti. Piuttosto che avvilire, il silenzio confermò i giornalisti nelle loro idee: se è così a Roma, si dissero immaginando il lavoro che li aspettava, sarà così in tante altre città. Il fatto è che la stampa dell’epoca taceva, glissava, e nutriva nei confronti del potere una sorta di timore reverenziale. La leggenda vuole che Mario

Missiroli, celebrato direttore di quotidiani importanti, di fronte a scandali e corrottele fosse solito esclamare: «Ci vorrebbe un giornale!». Sul quale raccontare ciò che evidentemente non poteva raccontare sui suoi...

«Nessuno si occupa della pubblica moralità», riassumeva invece Benedetti a proposito di quello scandaloso silenzio. Vero, ma a parte rarissime eccezioni, i giornali tacevano anche su altro. La stampa trasmetteva l’immagine rassicurante di un’Italia felice dove pareva non esistessero né disoccupazione né povertà. E invece non era affatto così. Nel 1959 gli inviati dell’“Espresso” decisero di ripercorrere le strade, i paesi e le campagne battute dai parlamentari della commissione Franchetti-Sonnino che nel 1876 avevano condotto la storica “Inchiesta sulla miseria” e con foto e reportage documentarono che poco o niente era cambiato. Ottantatré anni dopo. Avevamo “L’Africa in casa”, come titolò il settimanale.

Passione civile, tensione morale. Che da allora non sono mai scemate. Per sminuire questo lavoro ogni tanto qualcuno parla di “scandalismo”, quasi a dire che scandalo non c’è: ma lo scandalo vero è non vedere. A volte, per seguire piste poco battute, sono stati commessi errori: non sarebbe stato più grave tacere, accontentarsi delle verità ufficiali? Tanto che, batti e ribatti, i nostri giornali hanno fatto proprio “da detonatore”, come intuì Eco, scoprendo fatti, imponendo nuovi temi di interesse, spingendo altri a occuparsi di argomenti fino a quel momento ignorati. Dando ai cittadini-lettori più notizie e più **cultura**, creando un grande valore non misurabile in termini economici.

Qui sono state esplorate per la prima volta materie fino ad allora riservate a riviste specialistiche, come la tutela della **salute** e la salvaguardia dell’**ambiente**. E su questa strada si continua ancora oggi, anche con testate dedicate come “Le Scienze”, “Mind”, “National Geographic”. Un filo rosso lega le indagini giornalistiche degli anni Cinquanta e Sessanta sulle sofisticazioni alimentari

o su “I pirati della salute” con quelle degli anni successivi sullo scandalo del vino al metanolo, o per sbugiardare la cura Di Bella e il grande bluff del metodo Stamina. Ed è chiaro che lo spirito che oggi spinge “L’Espresso” e “Repubblica” a segnalare i cambiamenti climatici, a sostenere la battaglia della giovane Greta Thunberg o a svelare “Tutte le Ilva d’Italia” sepolte dall’inquinamento, è lo stesso che muoveva ieri Antonio Cederna – precursore dell’informazione ambientalista – a denunciare il degrado delle coste italiane, l’assalto edilizio alle città, l’abusivismo dilagante.

Le corrispondenze di Furio Colombo dai ghetti neri di Harlem in rivolta negli anni Sessanta mostrano lo stesso impegno civile che più di recente ha spinto Fabrizio Gatti a scoprire i mercanti di esseri umani nel Mediterraneo delle grandi migrazioni. E certamente dalle campagne degli anni Settanta per il divorzio e l’aborto discendono quelle odierne per i nuovi **diritti**, come le adozioni, le unioni civili, il rispetto delle **diversità**. In quanto alle battaglie per la “pubblica moralità” care ad Arrigo Benedetti, esse spiccano nel passato e nel presente della nostra storia. Come in un unico grande romanzo, le pagine dell’“Espresso” e di “Repubblica” hanno rivelato negli anni lo scandalo di Fiumicino; il crac Sindona; il cancro della P2; le Tangentopoli di ieri e di oggi; la grande evasione fiscale documentata dai Panama papers; il nuovo sacco di Roma a opera dei “Quattro re” della mafia criminale; fino agli affari concertati all’Hotel Metropole di Mosca tra mediatori russi e uomini della Lega. Il lungo elenco potrebbe continuare.

Politica, economia e **cultura** sono stati da subito i tre pilastri sui quali si è consolidata l’informazione dell’“Espresso” e di “Repubblica”, che per primi hanno cominciato a indagare e a raccontare i fatti dell’economia come metafora di un paese in continua trasformazione: portando alla luce del sole le manovre del potere, spiegando il senso delle grandi operazioni finanziarie, battendosi contro privilegi e monopoli in nome dell’economia di mercato, cioè vigilando perché a tutti sia consentito l’accesso al mercato.

Dismessi i toni accademici da elzeviro, le pagine culturali sono diventate il luogo eletto dove individuare nuove correnti di pensiero, aprire dibattiti – recentissimo quello su élite e potere, tema chiave degli anni della crisi economica e delle grandi disuguaglianze sociali –, presentare personaggi, impegnarsi contro ogni censura, spingere alla lettura. Fare **cultura** e non accademia significa anche schierarsi per una scuola migliore, per l'attenzione all'**educazione** del cittadino, per un insegnamento di qualità. E contestare riforme sbagliate, com'è appena successo con il tentativo, sventato proprio da una campagna di "Repubblica", di eliminare la storia dalle materie dell'esame di maturità. La memoria non si cancella con un tratto di penna.

Ascoltare i cittadini, fare **comunità** e valorizzare il **territorio**, inteso come insieme di beni e valori che rappresentano l'identità di una collettività, è di fatto la principale missione dei giornali locali del gruppo. Svolta ogni giorno con un'informazione capillare, ma anche con iniziative speciali dedicate ai problemi più sentiti dai cittadini. Come quello dell'**ambiente** e del riciclaggio dei rifiuti. "Il Mattino di Padova" e gli altri tre quotidiani veneti (Treviso, Belluno e Venezia), per esempio, hanno aperto le loro pagine alla collaborazione dei lettori perché segnalino e raccontino le buone pratiche in tema di riduzione del consumo di plastiche. Il "Messaggero Veneto" di Udine e il "Piccolo" di Trieste hanno a modo loro aderito all'iniziativa (e dato il buon esempio) rendendo la redazione del tutto "plastic free".

In qualche modo si può dire che ciascuna di queste iniziative rinnovi e amplifichi l'intuizione che aveva avuto Giulio De Benedetti quando, alla fine del 1955, aveva inaugurato su "La Stampa" la popolarissima rubrica "Specchio dei tempi" – tuttora esistente – primo e longevo esempio di concreta condivisione tra il giornale e il suo pubblico. Oggi, per esempio, il "Tirreno" apre gazebo nelle piazze di molte città della Toscana per immergersi nelle **comunità** e ascoltare direttamente dalla voce dei cittadini le loro esigenze, e organizza tour dei borghi storici, grande patrimonio del **territorio** toscano, non solo perché tutti ne conoscano le bellezze, ma anche per chiederne la tutela e il restauro. A Padova "Il Mattino" porta i lettori in visita ai luoghi del ciclo giottesco: un modo per fare **cultura**, ma anche per verificare lo stato delle opere. La "Provincia"

ha messo insieme giovani, abitanti ed esercenti del centro storico di Pavia per trovare una regolamentazione condivisa della movida notturna. Si può essere vicini ai cittadini in tanti modi: ricordando come esercitare i loro **diritti**, come è successo con i servizi del "Tirreno" a difesa della privacy contro le telefonate moleste di operatori commerciali troppo disinvolti; ma anche esaltando le buone pratiche dello **sport**, del benessere e della **salute**, come fa Radio DeeJay con la corsa podistica "DeeJay Ten". Il rapporto con le **comunità** si rafforza anche grazie ai siti web: la "community" dei giornali locali ha appena raggiunto la quota di 320mila iscritti che partecipano alle iniziative dei quotidiani e allo stesso tempo contribuiscono alla raccolta delle notizie. Una grande ricchezza.

Dal lontano 2 ottobre 1955, data di nascita dell'"Espresso", dal 14 gennaio 1976, battesimo di "Repubblica", tutto è cambiato, ma sempre seguendo un filo che non si è mai spezzato. Quando nel 2016 il Gruppo editoriale L'Espresso acquisisce la società che edita "La Stampa" e "Il Secolo XIX" e nel 2017, conclusa l'incorporazione, muta la sua ragione sociale in Gedi Gruppo Editoriale Spa, in un certo senso si corona l'antico sogno di Carlo Caracciolo che a lungo aveva inseguito i due giornali nei quali convivono prestigio nazionale e legami solidissimi con i loro **territori** e le loro **comunità**: il quotidiano di Genova, rilanciato da Piero Ottone; e quello che da Torino guarda al mondo, forte dei valori rappresentati da uomini come Norberto Bobbio, Carlo Casalegno, Alessandro Galante Garrone.

Passano gli anni ma tuttora, i quotidiani, i periodici, le radio, riescono a distinguersi per peculiarità mai smentite: il rispetto dei lettori – la cui platea si è enormemente ampliata – che da sempre formano una **comunità** legata e coesa, come dimostra anche il successo della "Repubblica delle idee", momento di confronto e di riflessione corale; la scelta di un linguaggio chiaro ed efficace, mai mediocre; lo spazio offerto a opinioni diverse, talvolta perfino contraddittorie; la dichiarazione sincera del proprio punto di vista, in ogni frangente. Senza alcun vincolo ideologico o politico, i nostri giornali hanno cercato di interpretare e proteggere il grande patrimonio di **valori comuni** e di **diritti civili** che formano il tessuto sociale del Paese. Nel tentativo, forse non sempre riuscito, ma certamente sincero, di contribuire con una corretta informazione a far crescere il Paese. In piena libertà.





Sezione 3.2

## Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità editoriale

GEDI si ispira a valori e principi secondo il proprio Codice Etico e si adopera per assicurare qualità, pluralità e diversità, anche tenendo conto delle regolamentazioni del settore.

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

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

Il Gruppo opera altresì per migliorare e promuovere l'accesso

e il diritto all'informazione per tutti, comprese le minoranze, le persone con disabilità e le comunità isolate.

Nel Codice Etico de *la Repubblica*, sono resi espliciti gli standard di chi opera in nome di un'informazione tracciabile, che risponda a precisi principi etici a garanzia dei propri contenuti. A tal fine, il Gruppo GEDI aderisce anche al Trust Project, un consorzio internazionale che riunisce media e aziende digitali, e introducendo all'interno dei propri contenuti digitali degli 'indicatori di fiducia' che aiuteranno i lettori a scegliere informazioni di qualità, tracciabili e certificate in base al codice stilato dall'organizzazione e condiviso dai partner.

Si segnala inoltre l'aderenza di GEDI all'associazione Leading European Newspaper Alliance (LENA), nata nel marzo del 2015 e focalizzata sull'elaborazione di risposte adeguate ai cambiamenti che stanno interessando il settore del giornalismo.

GEDI è, inoltre, socio della FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), i cui obiettivi sono la libertà di informazione, l'economicità delle aziende editrici, lo sviluppo della diffusione dei mezzi di comunicazione come strumenti di informazione e veicoli di pubblicità, la difesa dei diritti e gli interessi morali e materiali degli associati.

## Ruolo sociale e partecipazione con il territorio

Come in precedenza indicato, nello svolgimento delle proprie attività GEDI contribuisce allo sviluppo sostenibile del territorio e organizza manifestazioni e iniziative a carattere sociale anche attraverso tutte le sue piattaforme tecnologiche. Questa sezione si pone l'obiettivo di descrivere alcune tra le principali iniziative del Gruppo, svolte o avviate nel corso del 2020. Ovviamente nell'anno un "effetto collaterale" della pandemia è stata la necessaria trasposizione online di eventi in presenza, che per Gedi ha segnato un percorso di innovazione e sfida da perseguire con l'obiettivo di mantenere sempre attivo il suo ruolo e la sua partecipazione sociale. Fiere, congressi, seminari, workshop, etc. sono quindi diventati digitali creando nuove opportunità di contenuti e interazione.

**La Repubblica delle Idee** - (Bologna, 8-10 luglio giugno 2020) – Il festival di Repubblica, la più importante manifestazione culturale a firma del quotidiano fin dal 2012, ha confermato anche quest'anno l'appuntamento bolognese con i suoi lettori. Il grande contenitore di cultura e intrattenimento, nonostante la pandemia, ha organizzato tre serate dense di appuntamenti, esclusivamente all'aperto, nel rispetto delle norme di distanziamento e di sicurezza. Le interviste, i talk, i dibattiti, i reading e la musica, si sono concentrati esclusivamente a Piazza Maggiore. Anche per il 2020, tempo di Covid-19, i grandi pensatori del nostro tempo, gli artisti, gli scrittori, gli intellettuali e i politici, hanno continuato a fare del Festival un punto di riferimento, aggiungendo pubblico agli oltre 1 milione e mezzo di spettatori coinvolti dal 2012 ad oggi. Per la prima volta *Repubblica delle Idee* si è sdoppiata per avere ogni giorno una prima parte esclusivamente digitale (incontri in studio e video girati in location esterne) e una seconda parte con eventi dal vivo, tutti incentrati su una nuova visione del mondo e del sociale, utili ad intercettare i cambiamenti di una società in continua evoluzione. **Salute – Frontiere** - (Roma, 22-27 settembre 2020) - con

un evento aperto al pubblico, all'Auditorium parco della Musica di Roma, è partito il nuovo content hub di Salute, dedicato a tutti gli ambiti del benessere e alle nuove frontiere della medicina. Il palcoscenico ha ospitato il Ministro della Salute con i medici e gli scienziati protagonisti di questi mesi di pandemia, per raccontare come usciranno dal Covid e come sarà la medicina del futuro. Tra i temi trattati: Covid, malattie rare, alimentazione, neuroscienze, tumori, nuove terapie, intelligenza artificiale e molto altro. **Green & Blue** - (Roma, 2 ottobre 2020) Evento di presentazione del nuovo contenitore di informazioni dedicato al pianeta Terra, al suo stato di salute e allo sviluppo sostenibile. Un festival di sei giorni, dal 2 al 7 ottobre. Inaugurazione dal vivo e in diretta streaming il 2 ottobre alla Nuvola, il centro congressi romano progettato da Massimiliano Fuksas. L'ambiente, grande malato, è stato il filo conduttore delle interviste che si sono succedute sul palco, nonché dei messaggi di due personaggi chiave della nostra cultura, Papa Francesco e Bill Gates. **L'Alfabeto del Futuro** nasce dalla necessità di capire pienamente la forza innovatrice della tecnologia e coglierne le opportunità senza esserne travolti. L'innovazione, tema portante del tour declinato nei suoi molteplici significati, assume oggi una forza dirompente: quello che è successo con la crisi del Covid19 ci impone di esser tutti più consapevoli delle sfide che il futuro ci presenta. Il Gruppo GEDI ha scelto di ribadire il proprio impegno nel fare informazione attraverso gli strumenti di approfondimento e le testimonianze di chi può proporci interessanti punti di vista su temi che ogni giorno interessano le nostre vite: il cibo, le comunicazioni e le telecomunicazioni passando per l'intelligenza artificiale e l'economia attraverso una serie di otto tappe in giro per l'Italia. Appuntamenti trasformati poi, a causa della pandemia, in appuntamenti digitali, per ribadire che il futuro è oggi già fra noi, e non deve interrompersi la necessità virtuosa di essere

"Nello svolgimento delle proprie attività GEDI contribuisce allo sviluppo sostenibile del territorio e organizza manifestazioni e iniziative a carattere sociale anche attraverso tutte le sue piattaforme tecnologiche."



informati. **Deejay Ten**, tra le principali iniziative promosse dall'emittente radiofonica Radio Deejay vi è la gara di corsa organizzata in alcune delle principali città italiane. Partita nel 2005 come iniziativa "tra amici", negli anni ha avuto una crescita esponenziale e si è trasformata in una festa sempre più grande e attesa dagli ascoltatori e dai runner di cui la corsa è il momento culminante di un evento che dura tre giorni e ha il suo epicentro nel Deejay Village animato dagli speakers della radio e caratterizzato da musica e intrattenimento. Ha continuato negli anni a superare i suoi record di partecipazione. A Milano è ormai divenuta un appuntamento fisso sia per la città che per l'intero Nord Italia, alla quindicesima edizione nel 2019 ha visto la partecipazione di 35.000 runner. Firenze, tappa d'obbligo per la manifestazione, nel 2019 ha raccolto 11.000 partecipanti. Bari ha accolto con entusiasmo la quinta edizione della gara podistica targata Radio Deejay, con 10.000 amici. A Roma nel 2019 in 10.000 sono partiti nel contesto splendido di Circo Massimo e hanno attraversato il Colosseo, i Fori Imperiali, i luoghi più suggestivi del centro storico di Roma, libero dal rumore del traffico. Nel 2020, anno fortemente condizionato dall'emergenza sanitaria, è stata realizzata una tappa virtuale della Deejay Ten, la prima edizione della **My Deejay Ten**, con una grande partecipazione, 15.000 runner in ogni parte d'Italia e del mondo. I partecipanti hanno aderito rimanendo nella propria località di residenza, hanno ricevuto a casa il pacco gara, la maglia, il pettorale, scelto il percorso e iniziato a correre, documentando il tutto con video e foto. Nel 2019 si era svolta anche la terza edizione dell'appuntamento di **Triathlon targato Deejay**, a cui hanno partecipato circa tremila atleti. Purtroppo, nel 2020 non si è potuta disputare, ma l'appuntamento è per il 2021 per poter rivivere la Festa del Triathlon all'Idroscalo, a Milano. **Dynamo Camp** è invece un camp di Terapia Ricreativa per bambini e ragazzi affetti da patologie gravi o croniche, che per il dodicesimo anno consecutivo Radio Deejay ha supportato, dedicando una maratona radio di una settimana con ospiti e approfondimenti all'interno del programma Deejay chiama Italia. Si è parlato anche quest'anno dell'importanza della terapia offerta dalla Onlus ai bambini e ai ragazzi accolti. Gli ascoltatori potevano donare un contributo per regalare un'esperienza al camp. Alla raccolta dei fondi si è aggiunta un'asta benefica organizzata dall'Associazione Dynamo Camp Onlus in collaborazione con Radio Deejay.

**StraGenova del Cuore.** A due mesi dall'evento che ha colpito al cuore la Città, Il Secolo XIX si è fatto promotore di un'iniziativa che ha avuto come obiettivo il ricordo delle vittime, la raccolta

di fondi per un progetto sulla Città; il risultato dell'iniziativa si è concretizzato nel 2020 con il recupero e la ristrutturazione del campo e dell'area di ritrovo del quartiere Campasso, area della città ligure interessata dal crollo del Ponte Morandi. I fondi raccolti hanno così permesso di riaprire un importante luogo di aggregazione in un quartiere difficile. **L'Anno che verrà** è stato il festival online di Repubblica dal 10 al 14 dicembre: cinque giorni di eventi sul web. Interviste e incontri con scrittori, economisti, musicisti, scienziati, sindaci, per parlare di quello che ci attende nel 2021 e gettare le basi per ripartire. **Top500** - Si tratta di un appuntamento previsto in diverse città italiane dove PWC e le università locali raccontano, attraverso una ricerca condotta con Nielsen, lo stato di salute delle aziende del territorio. Le ricerche vengono presentate con la collaborazione delle redazioni locali di Repubblica che realizzano, inoltre, degli album sul tema. Gli appuntamenti attirano i vertici delle grandi aziende, gli addetti di tutti i settori dell'economia e un folto pubblico. Quest'anno un unico appuntamento in presenza, a Febbraio a Firenze. Nell'anno della pandemia **National Geographic** ha organizzato una mostra, a Bologna, dedicata al ruolo delle donne attraverso un secolo di fotografia. **Limes - Rivista italiana di geopolitica**, ha saputo negli anni imporsi per credibilità e per capacità di approfondire temi di portata internazionale. Ogni mese affianca all'impegno editoriale eventi pubblici e seminari, in giro per l'Italia, con esperti italiani e internazionali capaci di tracciare gli scenari di una realtà geopolitica in continuo movimento. Da diversi anni organizza un festival a Genova, diventato ormai un appuntamento fisso, con ospiti internazionali e una mostra di cartografica originale. **L'Espresso LIVE** (Roma, 19-27 luglio 2020) - Con lo slogan *rimbocchiamoci le maniche*, L'Espresso ha organizzato il secondo appuntamento del festival. Anche se senza la presenza del pubblico in platea, L'Espresso ha scelto ancora il centro storico di Roma, organizzando le due serate al circo Massimo, con collegamenti video e presenze in palcoscenico dei protagonisti degli avvenimenti di questi primi mesi del 2020, segnati profondamente dalla pandemia. La politica, il sindacato, la cultura, gli intellettuali, intervistati da Marco Damilano e dai giornalisti dell'Espresso, hanno disegnato possibili scenari futuri e tentativi di ripartenza partendo dall'Europa, filo conduttore del festival. **Le Guide di Repubblica** - continuano a raccontare le realtà enogastronomiche di regioni, città, quartieri e rioni. Ma anche percorsi, cammini, e parchi naturali. Nel 2020 sono state editate nella collana più di 40 guide, presentante, per il Covid-19, esclusivamente con interventi in streaming.

## Responsabilità e comunicazione digitale

La comunicazione digitale del 2020 è stata condizionata inevitabilmente dall'emergenza Coronavirus. Nel bilancio di 12 mesi, i temi legati alla pandemia hanno quindi rappresentato una parte prevalente della produzione. Nonostante le difficoltà logistiche, i divieti e le restrizioni, la qualità dei servizi si è mantenuta sempre alta. Tra le numerose iniziative sulla pandemia, ricordiamo la prima diretta, il 6 marzo, da un reparto Covid in quarantena delle Molinette di Torino, intervistando il personale medico, scosso da un'emergenza inattesa e ancora sconosciuta, e i parenti dei ricoverati, all'improvviso separati dai loro cari, il documentario sui volontari del vaccino, con interviste e video dei 90 coraggiosi che hanno testato il vaccino all'istituto Spallanzani, il reportage sui pazienti Long Covid, mostrando il calvario che segue la malattia, la webserie L'amore al tempo del virus, che indaga le ricadute psicologiche, sociali e affettive del lockdown. Abbiamo però mostrato anche la forza di volontà dell'Italia, realizzando una serie di servizi sotto il titolo *L'Italia riparte*, per documentare la ripartenza delle attività commerciali e dei servizi al cittadino dopo i mesi di chiusura. Ma il 2020 non è stato solo lavoro sul Covid-19. Ci si è occupati di tutta l'attualità, seguendo le elezioni regionali e comunali con dirette in studio, e garantito sul sito di Repubblica la copertura multimediale nella notte delle presidenziali americane, realizzando interviste e servizi video dei fatti che più hanno emozionato gli italiani: la morte di Gigi Proietti, quella di Maradona, i funerali di Paolo Rossi, e non è mancata la trattazione delle principali tematiche ambientali, attinenti ai diritti umani, alla comunità e al territorio, la diversità e all'inclusione. Tra le nuove iniziative ricordiamo, a titolo indicativo i **videoreportage**. Dopo l'estate, si è inaugurata la stagione dei contenuti video a pagamento con un formato che ha avuto un buon riscontro in termini di abbona-

menti. Particolarmente importante è il supporto tecnico fornito al videoreportage *Da Cambridge a Fiumicello: Pif riporta a casa la bici di Giulio Regeni*, vincitore del premio FPA (Foreign Press Association) per la migliore storia dell'anno in lingua straniera, in cui il giornalista racconta la storia del ricercatore sequestrato e ucciso in Egitto. Inchieste 10 minuti: il format di visual investigation, realizzato in collaborazione con Repubblica, dove in dieci minuti si sintetizza una storia di cronaca, indagandola esclusivamente attraverso voci e immagini e con un modo di raccontare vicino alla narrativa. Tra queste ricordiamo *Chilometro 39*, la ricostruzione dell'incidente di Alex Zanardi, e *Willy: morte di un ragazzo italiano*, in cui si indaga sull'omicidio di un innocente senza un vero perché.

**Minidoc:** video documentari di carattere ambientale e sociale. Tra questi *Il Lamento del Ghiacciaio*, viaggio sul massiccio del Monte Bianco, dove le rocce si sgretolano e il ghiaccio diventa acqua, realizzato con l'ausilio di droni, e *Coronavirus*, in strada insieme ai rider per documentare il lavoro ininterrotto dei rider in piena quarantena, e le problematiche sociali dei lavoratori della Gig economy. Di grande interesse sociale è il documentario *Not a Crime, viaggio nel mondo dello skate in Italia*, passato da movimento proibito dei giovani a sport olimpico.

Le **webserie**, come ad esempio *Scuolavirus*, che racconta la didattica a distanza, dove un professore di Lettere in una scuola della provincia di Cuneo, armato di tablet, pc e tanta creatività, ha realizzato una serie di video nei quali si veste come i personaggi storici o si lancia in viaggi virtuali nei luoghi geografici, per coinvolgere i suoi studenti con le spiegazioni da casa ai tempi del Coronavirus. A seguire, *Le voci della domenica*, sette interviste ai teleronisti dello sport che hanno accompagnato gli italiani durante

i principali eventi sportivi degli ultimi decenni. Molto importanti sono state le collaborazioni della redazione Gedi Visual con le testate locali nel realizzare webserie dal forte accento territoriale, come *Alpi di Cuneo*, tre racconti di sostenibilità su come vivere la passione per la montagna, *Vicini alle vette*, dove tre gestori di rifugi hanno raccontato gioie e fatiche della loro vita in rifugio, tra le montagne e la natura incontaminata del Friuli Venezia Giulia. Dal forte connotato culturale è la webserie *Visite dal divano*, un viaggio attraverso i musei e luoghi simbolici del Nord Ovest italiano che hanno permesso visite guidate virtuali durante il lockdown causato dal coronavirus.

Nel 2020, anche grazie alla creazione del **content hub Green&Blue**, molto spazio è stato dedicato alle tematiche ambientali e della sostenibilità. Tra i più rappresentativi ricordiamo: *Le Rotte del Petrolio*, inchiesta sul traffico dell'oro nero, la merce più trasportata al mondo via mare, arricchita da infografiche e mappe interattive che mostrano come l'80% delle rotte petrolifere transita attraverso "chokepoint", colli di bottiglia: passaggi obbligati, senza alternative, spesso al centro di tensioni politiche o commerciali, che se interrotti possono provocare il taglio dell'approvvigionamento di ampie aree, con immediate ripercussioni sul prezzo dell'energia. *Lockdown, il ritorno degli animali* illustra come, con il silenzio e il rallentamento dell'attività umana, la natura si è ripresa i suoi spazi ed è diventata protagonista di un mondo dove l'uomo era, per la prima volta, spettatore. Dalla collaborazione con il **Visual Lab** nel 2020 nasce anche la pagina L'energia eolica, dove una piattaforma sensibilizza sull'uso delle energie rinnovabili, permettendo di scoprire l'efficienza energetica di un parco eolico calcolando il risparmio di anidride carbonica in base alla velocità del vento che produce energia pulita.

**Piattaforme e formati sperimentali:** il 2020 è stato l'anno in cui si è andati ovunque senza muoversi. L'andamento della pandemia ha imposto di modificare costantemente progetti, procedure e formati per adeguarsi alla situazione in evoluzione. Si è passati da una produzione on demand e live "normale" allo sviluppo di formati "smart" per sviluppare nuovi linguaggi e interazioni. Lo smart working ha dato nuovo impulso all'uso di dispositivi "legge-

ri" (cellulari, tablet, computer portatili, webcam e microfoni personali) per raccontare storie, creare possibilità di interazione con ospiti e giornalisti del Gruppo, inventare formati. Ogni format, video on demand e live può poi essere distribuito su piattaforme social e sui player O&O (own and operated) a disposizione delle singole testate. Inoltre, mediante collaborazioni continuative con le diverse testate del gruppo si è creato un "team fluido" in grado di produrre progetti "diffusi" e "delocalizzati". Sono nati così formati diversi e nuove esperienze di comunicazione, tra i principali *La Seconda Ondata*, un "talk diffuso" che ha coinvolto i colleghi delle redazioni locali coordinati da una regia centrale per raccontare l'Italia alle prese con la fase due della pandemia e *Perché*, una rubrica di divulgazione economica realizzata letteralmente in casa con un telefonino e poi montata e post prodotta in redazione. La produzione del **Lab/Factory** è stata particolarmente ricca nel 2020, con un totale di 64 produzioni tra siti, longform, pagine di infografiche interattive, video animati, mini-siti contenitori di podcast e video, portata avanti con tecniche digitali sempre più all'avanguardia. Tra i lavori più interessanti la mappa interattiva dei contagi in Italia per regioni e provincie, che è arrivata a superare i 24 milioni di visualizzazioni, uno speciale su università e lavoro, un quadro sugli atenei italiani e sulle prospettive future. Oltre ai dati dell'occupazione una volta finita l'università, ci sono grafici, una mappa e anche un "motore di ricerca" per scoprire le percentuali di occupati e disoccupati a seconda del tipo di laurea conseguita. *Figli di papà*, un focus sulla mobilità sociale racconta, attraverso grafici, dati, audio di esperti che spiegano le infografiche più complesse, a che punto è l'ascensore sociale nel nostro Paese e quanto la famiglia di origine condizioni il futuro lavorativo dei figli. *Un mondo da salvare* è uno dei lavori più complessi del 2020 perché in grafica 3D e per la quantità di informazioni, interazioni e articoli collegati. Si tratta di una Terra in 3D da esplorare che contiene notizie sulle maggiori criticità (siccità, innalzamento dei mari, isole di plastica), ma anche tante buone notizie dal pianeta. Oltre alla terra come la conosciamo, due "interruttori" (on-off) mostrano anche una versione notturna con l'inquinamento luminoso ed una sull'inquinamento da CO<sub>2</sub>.

## Impegno in educazione, formazione e cultura

# la Repubblica@SCUOLA

In ambito di educazione e cultura, è continuato anche nell'anno 2020 **Repubblica@Scuola**, il progetto didattico gratuito interamente digitale promosso da Repubblica, che coinvolge gli studenti e le scuole secondarie di primo e secondo grado d'Italia.

Repubblica@Scuola è la più grande piattaforma per la pubblicazione di contenuti per la scuola in Italia ed è riconosciuta da prestigiosi organismi internazionali come il World Young Reader Network. Nei suoi 19 anni di vita, ha avuto più di 10 milioni di iscrizioni, con la partecipazione di oltre 268.000 studenti, 12.700 professori e 2.400 scuole e con la realizzazione da parte degli studenti di circa 700.000 pubblicazioni. La piattaforma è nata con l'obiettivo di aiutare i ragazzi a migliorare le loro capacità di scrittura attraverso la realizzazione di articoli e la partecipazione ai contest proposti dalla redazione. Repubblica@Scuola aderisce, inoltre, al progetto di Alternanza ScuolaLavoro del MIUR in modo assolutamente innovativo e completamente digitale. Agli studenti delle scuole secondarie di secondo grado di tutta Italia, superando le distanze territoriali e utilizzando la tecnologia per lavorare a distanza, viene data la possibilità di conoscere il funzionamento di una redazione e di un gruppo editoriale e offerta la possibilità di ottenere crediti formativi. Durante l'anno scolastico 2019/2020, sono stati quasi 800 gli studenti e 30 le scuole che hanno partecipato al progetto. Nel corso dell'anno Repubblica@Scuola ha realizzato anche numerose attività a sostegno della didattica in collaborazione con diversi partner, come Effetto terra, Rep@Digital, Generazione Intercultura, etc., proponendo videolezioni ed eventi streaming. Repubblica@Scuola, inoltre, è partner di United Network nell'organizzazione di Atlante - Italian Teacher Award, il contest dedicato ai migliori progetti formativi

extracurricolari realizzati dai docenti delle scuole primarie e secondarie. Atlante nasce con l'obiettivo di valorizzare il ruolo degli insegnanti italiani e dalla convinzione che sia necessario celebrare il valore sociale e culturale degli stessi. Il premio Atlante è partner italiano del Global Teacher Prize, noto come il premio Nobel dell'insegnamento. Inoltre, dalla collaborazione con United Network, nasce il Global Citizens, un contest dedicato agli studenti delle scuole superiori il quale, mediante lo sviluppo di un elaborato sui temi di interesse globale, permette ai vincitori di partecipare al Global Citizens Model United Nations di New York.

In un anno scolastico colpito dalla pandemia l'obiettivo perseguito è stato anche quello di sostenere le scuole e supportare i professori e i ragazzi nelle difficoltà date dalla didattica a distanza. In tal senso, ad esempio, con il supporto di Gedi Visual e Google, è stato realizzato il progetto Oltre le distanze, un corso di formazione per docenti promosso da Fondazione Agnelli con il fine di sostenere gli alunni con disabilità presso le loro abitazioni. Il progetto, rivolto in particolare alle scuole secondarie di primo e secondo grado, si è posto l'obiettivo di favorire il consolidamento delle nozioni apprese dagli studenti tramite attività di supporto a distanza.

Sempre per fornire un aiuto al mondo della scuola fortemente impattato dagli effetti della pandemia, Fondazione Agnelli, Fondazione La Stampa - Specchio dei Tempi e il quotidiano La Stampa hanno inoltre lanciato il progetto #restoascuola, che ha offerto al modo della scuola due risorse online sulla piattaforma schoolr.net, con possibilità di accesso gratuito a 5.000 ore di didattica a distanza per piccoli gruppi e 100 ore di didattica a distanza one-to-one per 100 scuole di Torino e Piemonte.



## La responsabilità verso la collettività

### Privacy e protezione dei dati

La tutela della privacy e la protezione dei dati personali rappresentano tematiche di assoluta priorità per il Gruppo GEDI, tanto nell'esercizio dell'attività giornalistica quanto nello svolgimento delle politiche commerciali, a garanzia e tutela del prezioso rapporto fiduciario in essere tra l'Editore e i propri lettori.

Le società del Gruppo si ispirano a privacy policy sottoposte a revisione e aggiornamento periodico, in linea con la vigente disciplina nazionale ed europea in materia di protezione dei dati personali, così come applicata e interpretata nei provvedimenti del Garante per la protezione dei dati personali e del Comitato Europeo per la Protezione dei Dati. Sulla base di tali policy le società del Gruppo trattano i dati necessari all'erogazione dei servizi richiesti dagli utenti, previamente informati circa le modalità del trattamento, e i trattamenti per finalità commerciali sono svolti sulla base di un consenso libero, specifico, informato e inequivocabile.

Il Gruppo adotta, altresì, adeguate misure tecniche, organizzative e di sicurezza sui sistemi in cui sono conservati i dati personali, al fine di evitare rischi di distruzione o perdita di dati, accessi non autorizzati o trattamenti non consentiti, sulla base di attività di valutazione dei rischi connesse al relativo trattamento.

Per quanto concerne i trattamenti effettuati sui siti del Gruppo attraverso l'utilizzo dei c.d. cookie, nel restare comunque in attesa di nuove determinazioni da parte del legislatore europeo, il Gruppo rispetta la vigente disciplina in materia, con particolare riferimento al provvedimento del Garante per la protezione dei dati personali dell'8 maggio 2014 e alle successive previsioni normative, nonché alle più recenti "Linee guida sull'utilizzo di cookie e di altri strumenti di tracciamento" pubblicate dal Garante nel mese di dicembre e sottoposte a consultazione pubblica. Sul punto, si segnala l'ulteriore implementazione effettuata dal Gruppo nel corso del 2020 sulla piattaforma di Consent Management presente sui propri siti, in ottica di maggiore trasparenza in favore dei propri utenti.

Più in generale, anche nel corso del 2020 il tema della tutela della privacy e della protezione dei dati personali ha continuato ad essere una tematica centrale per il Gruppo GEDI, impegnato nel consolidamento della cultura interna in ambito privacy e nell'orga-

nizzazione delle attività avviate negli anni precedenti in esecuzione delle disposizioni del Regolamento europeo sulla protezione dei dati personali ("Regolamento UE n. 2016/679 - GDPR"). I principali interventi sul tema, coordinati dalla Funzione Data Protection in stretto contatto con il Data Protection Officer di Gruppo, hanno riguardato: l'aggiornamento del registro dei trattamenti e del Modello Organizzativo Privacy, nonché delle terze parti, con adeguamento dei relativi accordi sul trattamento dei dati personali; la revisione della mappatura dei sistemi a supporto delle operazioni di trattamento, con analisi delle relative misure di sicurezza organizzative, di processo e tecniche; l'implementazione delle azioni di remediation individuate a seguito di un costante processo di Privacy Risk Assessment; il supporto e coordinamento dei presidi destinati alla gestione delle richieste pervenute dagli interessati riguardanti, in particolare, il diritto all'oblio e l'utilizzo dei dati personali per finalità commerciali; la consulenza legale interna nella definizione di nuovi progetti o particolari operazioni che comportano il trattamento di dati personali; percorsi di formazione rivolti ai dipendenti effettuati su una platea trasversale a tutto il Gruppo.

Infine, per completezza di informazione, nel precisare l'assenza di casi di furto o perdita di dati, si segnalano le seguenti tipologie di richieste pervenute e portate avanti dinanzi all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali: reclami per l'esercizio del diritto all'oblio e segnalazioni di utenti inerenti alla raccolta dei dati effettuata attraverso i siti del Gruppo e alle relative modalità di acquisizione del consenso.

A tali richieste è stato prontamente fornito riscontro; talune sono già state oggetto di un provvedimento di archiviazione da parte dell'Autorità, altre sono in attesa di ulteriori e definitive determinazioni del Garante.

Sempre nel corso del 2020, si sono verificati due incidenti di sicurezza di lieve entità (un attacco di tipo ransomware e uno di c.d. phishing) - notificati all'Autorità dalle società del Gruppo interessate - che, in nessun caso, anche a seguito delle azioni di rimedio prontamente adottate, hanno comportato un impatto significativo sugli interessati. In entrambi i casi, il Gruppo GEDI, direttamente o

per il tramite di propri responsabili del trattamento, ha introdotto misure specifiche volte a impedire il ripetersi di incidenti del medesimo tipo, implementando altresì accorgimenti tecnici per rilevare anomalie rispetto ai comportamenti attesi.

In ultimo, si fa presente che GEDI Gruppo Editoriale Spa è tra le 101 società europee contro cui nel 2020 l'Associazione "noyb" ha presentato reclamo, a seguito della pronuncia della Corte di giustizia dell'UE del 16 luglio 2020 nella causa C311/18, cosiddetta Sentenza Schrems II (EU-US Transfers Complaint Overview | noyb.eu). Con riferimento al succitato reclamo, la Società ha fornito i propri chiarimenti al Garante per la protezione dei dati personali e resta in attesa di ulteriori determinazioni in merito.

### Pubblicità responsabile e marketing

Tramite la propria concessionaria, A. Manzoni & C. Spa, il Gruppo si impegna ad applicare modelli virtuosi di comunicazione pubblicitaria. Il Gruppo ha adottato le norme previste dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale ed è perciò impegnato a non accettare messaggi che possano essere contrari alla dignità e all'interesse delle persone. Per questo motivo, i responsabili della raccolta pubblicitaria vigilano perché siano escluse dalla pubblicazione false informazioni pubblicitarie relative a prodotti commerciali, messaggi che incitano alla violenza fisica e morale, che inneggino al razzismo, che offendano le convinzioni morali, religiose o civili dei cittadini o che contengano elementi che possano danneggiare psicologicamente, moralmente o fisicamente i minori. Il Gruppo non accetta pubblicità che possa indurre al gioco d'azzardo, all'abuso di bevande alcoliche, di tabacco e di qualsiasi altra droga e rifiuta i messaggi a contenuto pornografico. Nel corso del 2020, A. Manzoni & C. non è stata destinataria di sanzioni conseguenti a casi di illiceità o non conformità dei messaggi pubblicitari alla normativa applicabile in materia.

Oltre al Codice di Autodisciplina Pubblicitaria, il Gruppo recepisce il decreto relativo alla pubblicità ingannevole e comparativa nei rapporti tra i professionisti (D. Lgs. n. 145/07). Tale decreto consiste nell'adozione di una regolamentazione completa e organica che tuteli i professionisti dalla pubblicità ingannevole e dalle sue conseguenze sleali, nonché nella previsione delle condizioni di liceità della pubblicità comparativa. Il Gruppo opera attraverso procedure e sistemi interni per salvaguardare e promuovere una comunicazione pubblicitaria onesta e che non urti la sensibilità degli utenti. Il Gruppo recepisce il Decreto MEF-MISE del 19 luglio 2016 sui mezzi esentati dal divieto di pubblicità di giochi con vincite in denaro. È in vigore una procedura operativa per la gestione dei temi di liceità (aspetti legali) ed opportunità (compatibilità con la linea editoriale del/dei mezzo/i in questione), che si applica a ogni avviso da pubblicare sui mezzi in concessione, attraverso la quale è possibile

chiedere una valutazione di messaggi ritenuti dubbi o che comunque si ritiene necessitino di verifica. In questo ambito, ove necessario, vengono predisposti anche approfondimenti di formazione sui temi di liceità a vantaggio di agenti e dipendenti.

Ad esempio, a seguito dell'introduzione della Legge n. 145 del 30/12/2018, (c.d. Legge di Bilancio 2019) in vigore dal 1 gennaio 2019, con la quale è stato introdotto un nuovo divieto in materia pubblicitaria, nello specifico in ambito sanitario della Legge n. 96 del 9 agosto 2018 relativa alla "Conversione in legge, con modificazioni, del Decreto legge 12 luglio 2018 n. 87, (c.d. "Decreto Dignità"), al cui Capo III sono state previste nuove misure per il contrasto del disturbo da gioco d'azzardo tra cui il divieto di pubblicità per giochi e scommesse, è stata divulgata una nota informativa e riassuntiva dell'interpretazione prudenziale che la società intende seguire e dei conseguenti comportamenti da adottare.

All'interno della intranet aziendale della A. Manzoni & C., consultabile dai dipendenti, è presente una speciale sezione dedicata alla "Normativa giuridica in materia pubblicitaria". Tale sezione, suddivisa per materie, descrive sinteticamente la normativa esistente che vincola utenti, agenzie, concessionarie e mezzi pubblicitari e rappresenta quindi una guida per tutti coloro che operano nell'ambito della A. Manzoni & C., da conoscere e consultare preventivamente nello svolgimento di ogni attività di vendita pubblicitaria.

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

Con riferimento alla Divisione Digitale, il gruppo GEDI applica inoltre quanto definito nel Libro Bianco sulla comunicazione digitale, un documento messo a punto dalle otto associazioni che rappresentano l'intera filiera della pubblicità digitale - UPA (investitori pubblicitari), Assocom e Unicom (aziende della comunicazione), FCP Assointernet (concessionarie di pubblicità), Fedoweb (editori digitali), Fieg (editori stampa), Iab (standard del mercato pubblicitario digitale), Netcomm (aziende del commercio elettronico) e che impegna i sottoscrittori a comportamenti lineari e corretti a garanzia di tutti. La base del Libro Bianco è l'autoregolamentazione. Gli ambiti individuati dal Libro Bianco sulla comunicazione digitale sono sei, ed in particolare, la Viewability, la trasparenza della filiera, l'Ad Fraud, la Brand Safety e la Brand Policy, la User Experience e la trasparenza sugli investimenti pubblicitari.

Capitolo 4

# Le risorse umane

- 4.1 **L'attenzione  
verso le risorse umane**
- 4.2 **Salute e sicurezza  
dei lavoratori**
- 4.3 **Misure di prevenzione  
della diffusione  
del virus Sars-Cov-2**

*da pagina 70*

## L'attenzione verso le risorse umane

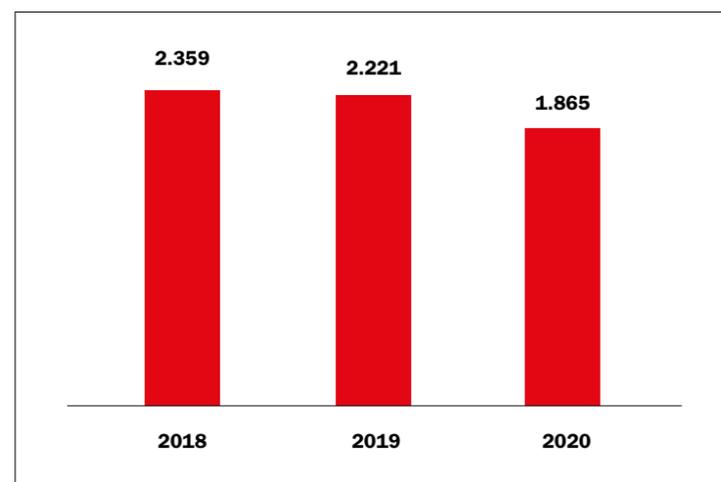
Il Gruppo riconosce la centralità delle risorse umane e l'importanza di stabilire e mantenere con esse relazioni basate sulla lealtà e la fiducia reciproca. Pertanto, la gestione dei rapporti di lavoro e di collaborazione si ispira al rispetto dei diritti dei lavoratori ed alla piena valorizzazione del loro apporto nell'ottica di favorirne lo sviluppo e la crescita professionale. Il Gruppo è fortemente impegnato a rafforzare il senso di appartenenza e a favorire l'efficacia del lavoro di team, lo scambio di conoscenze e l'arricchimento professionale. La realizzazione di questi obiettivi garantisce in ultima analisi che le risorse umane perseguano risultati coerenti con gli obiettivi aziendali del Gruppo, da sempre incentrati sull'eccellenza. Investire sul capitale umano e intellettuale, rappresenta per il Gruppo una leva fondamentale per creare e mantenere valore nel tempo. Investimenti in percorsi di formazione e sviluppo e iniziative di welfare aziendale producono benefici che concorrono alla creazione di valore. Il rispetto dei diritti umani è un elemento fondante del sistema di gestione delle attività del gruppo, in quanto espressamente richiesto dal Codice Etico ed in linea con quanto previsto dalla normativa nazionale sul lavoro e dal CCNL applicato. Per GEDI la tematica del rispetto di diritti umani è principalmente ascrivibile al rispetto di adeguate condizioni di lavoro per i propri dipendenti, alla libertà di espressione, alla non discriminazione, alla tutela della salute e sicurezza. In particolare, con riferimento alla gestione dell'emergenza COVID si rinvia al successivo paragrafo 4.3.

### La composizione dell'organico

L'organico complessivo di GEDI al 31 dicembre 2020 si compone di 1.865 persone, in continua diminuzione nel triennio (risentendo anche tra il 2020 e il 2019 dell'uscita dal perimetro di 161 dipendenti in organico per effetto della cessione delle testate locali), come di seguito rappresentato unitamente alla ripartizione dei dipendenti per categoria professionale al 31 dicembre 2020.

Con riferimento alla distribuzione anagrafica della popolazione aziendale, invece, circa il 63% dei dipendenti si colloca nella fascia d'età superiore ai 50 anni, il 36% circa si colloca tra i 30 e i

Dipendenti del Gruppo (2018 - 2020)

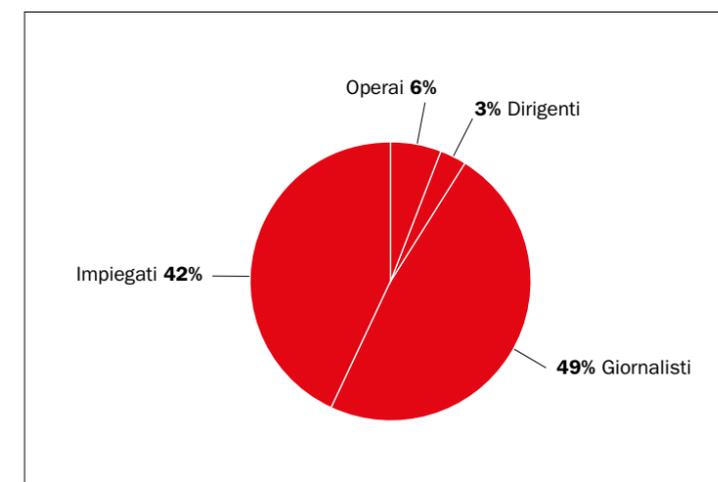


50 anni e l'1% circa ha un'età inferiore ai 30 anni. Di seguito una rappresentazione grafica della ripartizione dei dipendenti per età, con indicazione dell'inquadramento professionale.

Coerentemente con le politiche del personale praticate nel tempo da GEDI e orientate a rendere stabili i rapporti di lavoro con i propri dipendenti, è presente un'alta percentuale di contratti a tempo indeterminato, pari a circa il 99% del totale dipendenti. Il tasso di turnover è risultato nel periodo in entrata pari a circa il 4% e in uscita pari a circa il 19% principalmente per effetto della cessione nel corso dell'anno di 4 testate locali (Gazzetta di Reggio, La Nuova Gazzetta di Modena, La Nuova Ferrara e Il Tirreno) e in maniera marginale per dimissioni volontarie (circa l'1%).

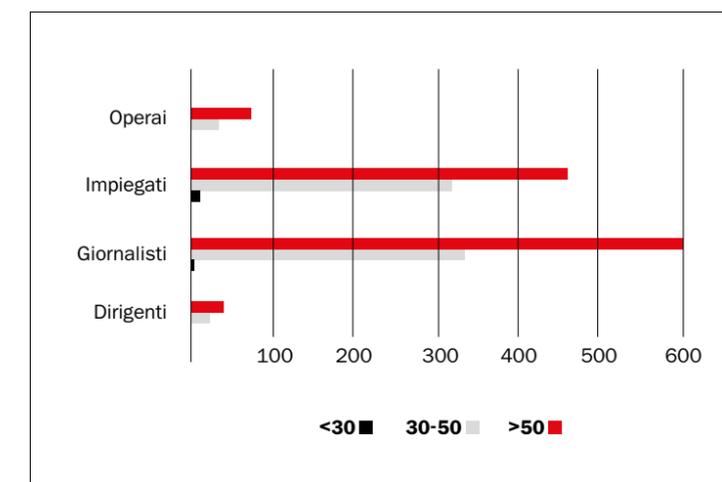
Il Gruppo si impegna ad evitare ogni discriminazione in base all'età, al genere, all'orientamento sessuale, allo stato di salute, alla razza, alla nazionalità, alle opinioni politiche e alle credenze

Ripartizione dei dipendenti del Gruppo per inquadramento professionale (2020)



religiose, in tutte le decisioni che influiscono sulle relazioni con i suoi Stakeholder GEDI è attento al rispetto delle diversità e alle pari opportunità nella selezione dei propri dipendenti, rifiutando qualsiasi pratica discriminatoria e valorizzando le competenze di ogni individuo, a prescindere da nazionalità, religione e genere. La gestione e la valorizzazione del capitale umano di GEDI sono da sempre orientate all'integrazione e al rispetto delle diversità. I rapporti tra i dipendenti si svolgono nella tutela dei diritti e della libertà delle persone e dei principi fondamentali che affermano la pari dignità sociale, senza discriminazioni per ragioni di nazionalità, lingua, età, genere, etnia, credo religioso, appartenenza politica e sindacale e condizioni fisiche o psichiche. L'incidenza delle donne sull'organico è complessivamente pari a circa il 37%; le 694 donne del Gruppo sono presenti in particolare nelle redazioni, oltre che nelle aree amministrative e commerciali; la composi-

Ripartizione dei dipendenti del Gruppo per età e inquadramento professionale (2020)



zione dell'organico risente invece di alcune lavorazioni presenti nel Gruppo, con particolare riferimento all'industria tipografica, e di una tradizione nella quale è storicamente affermata la presenza maschile all'interno della classe lavoratrice addetta, come nel caso della lavorazione di preparazione e della stampa che si svolgono di notte.

Sul piano delle politiche di remunerazione, queste sono orientate a garantire la competitività sul mercato del lavoro in linea con gli obiettivi di crescita e fidelizzazione delle risorse umane, oltre che a differenziare gli strumenti retributivi sulla base delle singole professionalità e competenze. A parità di categoria professionale, si riscontrano lievi differenze tra lo stipendio medio delle donne e quello degli uomini. Nella tabella di seguito esposta si indica il rapporto del salario base e della remunerazione tra uomini e donne. Per il calcolo di tale rapporto si rinvia a quanto indicato in nota.

### Rapporto del salario base e della remunerazione tra donne e uomini<sup>3</sup> (2018-2020)

Categoria professionale	2018 Rapporto salario lordo medio donna/uomo	2019 Rapporto retribuzione complessiva	2020 Rapporto salario lordo medio donna/uomo	2020 Rapporto retribuzione complessiva
<b>Dirigenti</b>	<b>0,78</b>	<b>0,75</b>	<b>0,69</b>	<b>0,79</b>
<b>Giornalisti</b>	<b>0,85</b>	<b>0,81</b>	<b>0,85</b>	<b>0,82</b>
<b>Impiegati</b>	<b>0,88</b>	<b>0,82</b>	<b>0,91</b>	<b>0,85</b>
<b>Operai</b>	<b>0,94</b>	<b>0,80</b>	<b>0,90</b>	<b>0,70</b>

<sup>3</sup> Il rapporto del salario base e della remunerazione tra donne e uomini è calcolato su un intervallo tra 0 e 1, laddove ad uno si raggiunge la totale equiparazione delle donne rispetto agli uomini a parità di categoria professionale.

### Le relazioni industriali

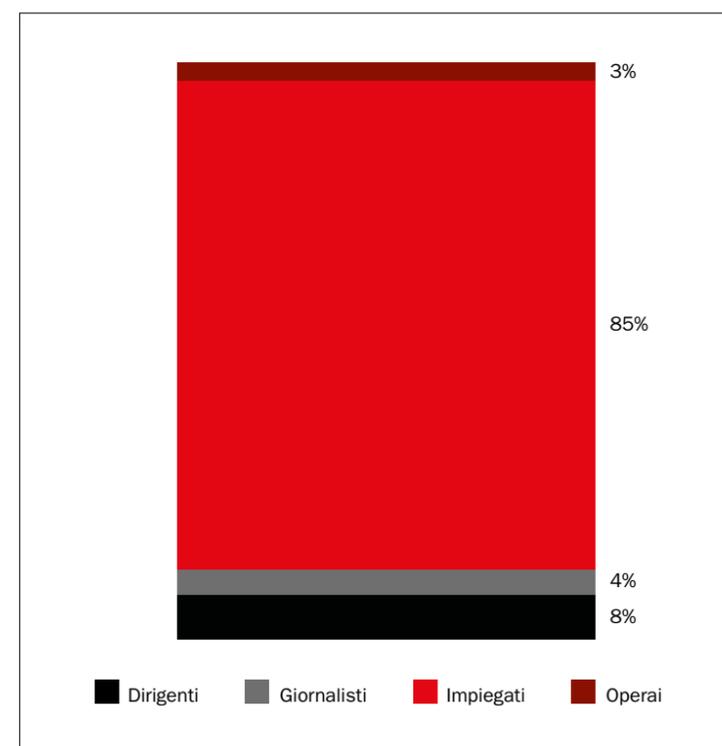
Le relazioni industriali con le diverse organizzazioni sindacali sono da sempre orientate a una collaborazione fattiva e rispettosa dei diversi ruoli. Nel corso dell'anno sono stati raggiunti importanti accordi con le parti sociali, in una fase di difficile congiuntura economica per il paese in generale e per il settore in particolare e sono stati siglati accordi per forme di welfare aziendale, in continuità con gli anni precedenti. Si conferma, anche per il 2020, che la totalità dei dipendenti del Gruppo è coperto da accordi collettivi di contrattazione.

### Valorizzazione e sviluppo delle competenze

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

Nel corso del 2020, in particolare, sono stati attivati e sviluppati nel Gruppo, anche in continuità con i precedenti periodi, percorsi formativi trasversali, legati a specifiche tematiche quali ad esempio sicurezza sui luoghi di lavoro. Sono, inoltre state poste in essere attività formative volte a implementare e sviluppare competenze in ambito amministrativo e gestionale, in particolare in ambito privacy e amministrativo contabile e sono proseguiti i programmi sulle lingue straniere e gli strumenti informatici. In relazione a tale ultimo punto, in particolare, sono stati posti in essere specifici corsi per i giornalisti delle redazioni locali al fine di sviluppare competenze e sinergie tra le diverse realtà del Gruppo. Di seguito si rappresentano le ore di formazione per genere e per inquadramento professionale.

Ore di formazione ai dipendenti del Gruppo per inquadramento professionale (2020)



## Salute e sicurezza dei lavoratori

Il Gruppo GEDI è da sempre impegnato affinché la tutela dell'integrità, della salute e del benessere dei propri lavoratori sia perseguita in tutti i luoghi di lavoro. Il Gruppo adempie attivamente alle prescrizioni e agli obblighi di legge in materia di sicurezza e protezione della salute sui luoghi di lavoro e vigila affinché l'applicazione sia completa in ogni sua società. Ciò avviene attraverso la definizione di strutture organizzative fondate su precise responsabilità operative, la competenza dei soggetti responsabili, la pianificazione temporale delle attività di prevenzione, la predisposizione di un relativo budget di spesa e l'utilizzo costante di tutti i supporti tecnici utili per la valutazione e la riduzione dei rischi. Particolare attenzione viene posta in merito al processo di formazione del personale in relazione ai ruoli ricoperti, agli incarichi e compiti assegnati nonché ai profili di rischio ad essi associati.

Per ciascuna unità produttiva, con la collaborazione delle diverse responsabilità aziendali e dei preposti, nel corso del 2020, sono proseguite le attività di raccolta delle informazioni relative ai processi lavorativi e alle modalità di esecuzione delle attività ordinarie e straordinarie allo scopo di continuare nel processo di identificazione puntuale dei pericoli, di attribuzione degli stessi alle singole mansioni, al fine di valutarne i relativi profili di rischio.

Il processo di analisi prosegue con l'individuazione delle misure di prevenzione e protezione che consentono il miglioramento degli standard di sicurezza e salute dei lavoratori. Tra le principali azioni intraprese a seguito della valutazione dei rischi vi sono quelle di tipo formativo, di seguito indicate. La gerarchia dei controlli prevede il coinvolgimento di tutti i soggetti interni (Datore di Lavoro, Dirigenti, Preposti e gli stessi lavoratori) e rappresenta un efficace strumento di monitoraggio del livello di sicurezza.

Per la sicurezza degli impianti industriali, particolare attenzione è posta sugli aspetti di verifica e approfondimento nelle attività di progettazione, ristrutturazione e riconfigurazione delle

macchine e dei cicli produttivi, con focus specifico in merito ai criteri di introduzione e gestione delle sostanze e dei preparati chimici. Un costante impegno al monitoraggio delle condizioni di lavoro e delle modalità operative è sviluppato al fine di produrre un continuo miglioramento dei livelli di salute e sicurezza dei lavoratori.

Prosegue, inoltre, il lavoro di predisposizione e successiva adozione di istruzioni e procedure operative in materia di sicurezza sul lavoro che rivestono un importante ruolo in termini di prevenzione, soprattutto nei centri stampa. Il processo di elaborazione di questi documenti vede il costante coinvolgimento del personale operativo ovvero di preposti e lavoratori, proprio al fine di favorire un progressivo aumento del livello di consapevolezza dello stesso personale e, al contempo, la costante adozione di buone prassi e comportamenti volti al miglioramento delle condizioni generali di sicurezza sui luoghi di lavoro.

Le suddette attività intraprese in termini di implementazione di procedure/istruzioni operative ed in termini di miglioramento della consapevolezza del personale, rappresentano il concreto impegno da parte del Gruppo di porre le basi per la costruzione e l'implementazione di un Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro.

Sulla base di quanto previsto dal piano formativo e nel rispetto dei protocolli di prevenzione del virus Sars-Cov-2, in relazione ai quali si rinvia al successivo paragrafo, nel corso del 2020 sono proseguite le attività di formazione e aggiornamento quinquennale obbligatorio in materia di sicurezza e salute sia dei lavoratori degli uffici e redazioni (impiegati e giornalisti) sia del personale operante nei centri stampa (operai, manutentori e tecnici), nonché le attività di formazione specifica dei lavoratori addetti ai lavori elettrici e alla conduzione dei carrelli elevatori, in materia di gestione delle emergenze, di formazione per i rappresentanti dei lavoratori della sicurezza, ecc.. Nel corso dell'anno sono proseguite le sessioni formative in merito alla tematica dell'amianto, già avviate nel 2019. Meritano una citazione a parte tutte le attività formative dedicate al tema Covid-19, per le quali si rinvia al suc-

cessivo paragrafo, che si sono sviluppate secondo differenti tematiche: formazione di base per tutti i lavoratori, formazione specifica per gli addetti all'emergenza e l'uso di DPI.

Complessivamente nel corso del 2020 sono state erogate circa 1300 ore di formazione in materia di sicurezza in modalità aula, a distanza e su piattaforma digitale, a 1.618 persone. Dal confronto di questi dati con quelli del 2019 emerge una diminuzione in termini assoluti (circa 8 mila ore di formazione in aula a 2.229 persone nell'anno 2019). In relazione a ciò, occorre considerare che il Protocollo di Regolamentazione per il contenimento della diffusione del Covid-19 nei luoghi di lavoro del 24 aprile 2020, tuttora in vigore, al punto 10 "Spostamenti interni, riunioni, eventi interni e formazione" stabilisce che "il mancato completamento dell'aggiornamento della formazione professionale e/o abilitante entro i termini previsti per tutti i ruoli/funzioni aziendali in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, dovuto all'emergenza in corso e quindi per causa di forza maggiore, non comporta l'impossibilità a continuare lo svolgimento dello specifico ruolo/funzione" determinando di fatto la possibilità di procrastinare l'organizzazione delle attività formative. Lo stato di emergenza è attualmente prorogato fino al 30 aprile 2021. Occorre anche rilevare la diminuzione del numero complessivo di dipendenti del Gruppo rispetto all'anno 2019.

Nel corso del 2020 si sono stati registrati 2 infortuni, di cui nessuno classificato con gravi conseguenze. In linea a quanto indicato dagli standard di riferimento, non è stato considerato il numero degli infortuni in itinere avvenuti con mezzi propri dei dipendenti o durante l'utilizzo di mezzi pubblici, in quanto non organizzati da GEDI trasporti con mezzi aziendali. Confrontando il dato del 2020 con quello del 2019 si riscontra un significativo calo di circa il 70%.

Con riferimento ai soggetti terzi operanti all'interno delle sedi del Gruppo, è stata data continuità al lavoro svolto lo scorso anno, andando ad approfondire le analisi avviate a partire dal 2018 e focalizzandosi sui fornitori che, in relazione alle

tipologie di attività svolte e alle relative presenze in sito, rappresentano un campione significativo con riferimento ai profili di rischio in materia di sicurezza sul lavoro. Tali analisi, nello specifico, hanno riguardato le società che si occupano di vigilanza, pulizia, manutenzione, logistica, assistenza IT (software e hardware), manutenzioni in ambito industriale - rotative, impianti pre stampa e spedizione - e gestione delle antenne, operanti presso Uffici, Redazioni e Centri stampa.

Analogamente a quanto riscontrato nel corso del precedente anno e sulla base dei dati raccolti, nel 2020 non si sono registrati infortuni a carico dei lavoratori delle ditte terze operanti all'interno di sedi del Gruppo.

Per quanto concerne le malattie professionali, analogamente agli anni precedenti, non si registrano casi di malattie professionali accertate. Sulla base delle indicazioni delle linee guida, si riporta che nel corso del 2019 è pervenuta in agosto ad una azienda del gruppo una "denuncia" di malattia professionale che alla data del 31 dicembre 2020 non risulta essere stata riconosciuta e, a tal riguardo, sono attualmente in corso di svolgimento opportune valutazioni e approfondimenti a cura dell'ente interessato al quale è stata fornita tutta la documentazione richiesta.

Infine, per quanto riguarda le ore lavorate è stato rideterminato il dato del 2019 a seguito della verifica dei criteri di aggregazione dei valori inputati per le singole società.

Nel 2020 le ore lavorate sono risultate pari a circa 3,1 milioni, in diminuzione di circa l'8% rispetto a quelle dell'anno precedente (valore ricalcolato). Il dato del 2020 è correlato alla diminuzione di organico che a livello di Gruppo si attesta a poco meno di 1900 unità al 31 dicembre 2020. La diminuzione della forza lavoro è contenuta (circa -5%) per le società GEDI, Elemedia, GEDI Printing, ha un valore superiore per Manzoni & C (circa -20%) e GNN (circa -30%), mentre le società Gedi Digital, Gedi Distribuzione e Mo-net hanno mantenuto invariato o leggermente aumentato il numero di dipendenti.

## Misure di prevenzione della diffusione del virus Sars-Cov-2

GEDI si è attivata sin dal comparire delle prime informazioni riguardanti l'emergenza epidemiologica da Coronavirus (primi giorni del mese di febbraio 2020), noto anche come COVID-19 istituendo una specifica Task Force.

La Task Force ha operato da subito monitorando l'evolversi della situazione in estremo oriente in funzione della presenza dei giornalisti corrispondenti e dei movimenti degli inviati. Al presentarsi dei primi casi in Lombardia e Veneto (21 febbraio 2020) ha attivato un monitoraggio continuo delle fonti istituzionali per fornire corrette indicazioni normative alle funzioni aziendali e ha supportato le società del Gruppo nell'individuazione delle verifiche e delle azioni di tutela in funzione della presenza in azienda e provenienza domiciliare di dipendenti e terzi operanti nelle sedi, prescrivendo e collaborando all'attuazione del divieto per coloro che risiedono nella cosiddetta zona rossa.

Ulteriore attenzione e supporto è stato fornito sia agli inviati all'estero in paesi ad alto rischio, organizzandone il rientro, sia ai giornalisti sul territorio italiano impegnati nel seguire le notizie relative all'evolversi dell'epidemia.

A tutti i dipendenti sono state divulgate informazioni ed istruzioni, in aderenza alle indicazioni ministeriali, sui corretti comportamenti igienici da tenere e sulle azioni di prevenzione attuate dall'azienda tra cui il ricorso al lavoro agile (smart working), la pulizia e la sanificazione. È stato istituito un focal point per fornire informazioni di prevenzione ed indicazioni sanitarie.

A tutti i fornitori sono state inviate comunicazioni informative sul tema ed è stato richiesto riscontro formale sullo stato di salute del personale proprio e di eventuali subappaltatori operanti presso le sedi del Gruppo.

Sono stati effettuati momenti di aggiornamento dei Documenti di Valutazione del Rischio, dei DUVRI e dei Piani di Gestione delle Emergenze, che tenessero conto delle evoluzioni normative, definite dai DPCM e dal Protocollo condiviso di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del

virus Covid 19 negli ambienti di lavoro, siglato tra Governo e Partecipanti il 14 marzo e poi aggiornato il 24 aprile. Analogamente, momenti informativi e di coordinamento con i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza sono stati effettuati in funzione dell'evoluzione della situazione epidemiologica e delle azioni di prevenzione, anche attraverso l'immediata costituzione dei Comitati di Gestione del Protocollo d'intesa siglato tra Governo e Partecipanti.

Nei mesi di aprile, maggio e giugno, conformemente allo sviluppo della normativa, si è provveduto a gestire le previsioni del nuovo Protocollo del 24 aprile 2020 definendo le procedure della cosiddetta FASE DUE con la finalità di regolamentare le attività che si svolgono presso gli ambienti di lavoro, definendo norme di comportamento e di distanziamento sociale, sviluppando iniziative di formazione, addestramento ed informazione ai lavoratori.

Sul piano sanitario sono state poste in essere specifiche iniziative di Screening. Per dipendenti e collaboratori che presenziano in sede è stato definito uno specifico percorso di screening sanitario COVID-19 composto da Test molecolare e/o Test antigenico "rapido" a discrezione del Medico Competente, con periodicità da definire in funzione dell'andamento della curva epidemiologica e dell'indice di trasmissione del virus. Analoga misure di prevenzione è stata presa per le mansioni che operano all'esterno, individuati come casi a maggior rischio, in relazione alla provenienza da specifici Stati e territori esteri oppure frequentazione di luoghi particolarmente affollati. Per poter rendere correttamente funzionante questo nuovo assetto di organizzazione del lavoro, il Gruppo ha esteso tale approccio anche alle realtà che operano all'interno degli stessi ambienti di lavoro e che forniscono il loro supporto con contratti di appalto, con sovrapposizione parziale o totale degli orari lavorativi e stretta interrelazione con dipendenti e collaboratori del Gruppo.

La task force informa quotidianamente Datori di Lavoro e soggetti apicali con report e newsletter dedicati, segnalando le implementazioni normative - nazionali e locali - e le azioni operative

**MISURE IGIENICHE COVID-19**

- 01** **LAVATI SPESSO LE MANI CON ACQUA E SAPONE PER ALMENO 60 SECONDI.** Se non sono disponibili acqua e sapone, è possibile utilizzare anche un disinfettante per mani a base di alcol al 60%.
- 02** All'interno degli ambienti di lavoro, **MANTIENI ALMENO UN METRO DI DISTANZA DALLE ALTRE PERSONE E SEGUI LE INDICAZIONI AZIENDALI.** Se la tua postazione di lavoro non garantisce la distanza di sicurezza, segnalalo al tuo responsabile che provvederà a riorganizzare gli spazi lavorativi.
- 03** Non toccarti occhi, naso e bocca con le mani non ben lavate, che possono essere state a contatto con superfici contaminate dal virus e trasmetterlo al tuo corpo.
- 04** Copri bocca e naso con fazzoletti monouso quando starnutisci o tossisci. Se non hai un fazzoletto usa la piega del gomito.
- 05** Non prendere farmaci antivirali né antibiotici, in assenza di prescrizione medica.
- 06** **L'USO DELLA MASCHERINA È SEMPRE OBBLIGATORIO A MENO CHE NON CI SI TROVI IN UN UFFICIO OCCUPATO SINGOLARMENTE.**
- 07** **SE STAI MALE** e hai febbre, tosse, difficoltà respiratorie, dolori muscolari **RIMANI A CASA.** Non recarti al Pronto Soccorso, ma chiama il tuo medico per avere informazioni su cosa fare; solo se pensi di essere stato contagiato chiama il numero 1500 del Ministero della Salute.
- 08** **SE NON TI SENTI BENE SUL POSTO DI LAVORO, AVVISA IL TUO RESPONSABILE:** lui ti darà le indicazioni necessarie per aiutarti.
- 09** Limita i tuoi spostamenti all'interno degli ambienti di lavoro allo stretto indispensabile. Quando possibile contatta i colleghi degli altri uffici utilizzando il telefono.
- 10** Evita il sovraffollamento delle aree comuni, area break e ascensori, mantenendo almeno un metro di distanza dalle altre persone e seguendo le indicazioni aziendali.

**GEDI**  
GRUPPO EDITORIALE

intraprese per ciascuna società del Gruppo; ulteriori informative specifiche vengono diffuse in caso di necessità.

La Task Force è inoltre costantemente a disposizione di dipendenti e stakeholders, per fornire loro supporto in relazione ad ogni tipo di necessità correlata al Coronavirus.

Per quanto riguarda la segnalazione di casi di infezione da Covid-19 in occasione di lavoro occorre preliminarmente evidenziare che per nessuna società del Gruppo tale rischio è correlabile all'attività lavorativa bensì a una situazione di "inquinamento" proveniente dall'ambiente esterno a seguito della diffusione del vi-

rus a livello nazionale ed internazionale. Non si tratta quindi di un rischio specifico di natura professionale ma di un rischio che possiamo identificare come ambientale. Le segnalazioni di positività accertate con test molecolare dall'inizio della pandemia fino alla data del 31 dicembre 2020 totalizzano 44 casi.

Tutte le misure di prevenzione proseguono nel 2021 sotto la supervisione della Task Force che agisce monitorando attentamente le varie situazioni ed interviene prontamente a supporto dei soggetti interessati per riallineamenti normativi ed operativi.

# Gli impatti ambientali e l'impegno del Gruppo GEDI

## 5.1 La gestione della carta e delle altre materie prime

## 5.2 Gli ambientali di GEDI

da pagina 80

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

La gestione e il consumo di carta sono aspetti fondamentali per il Gruppo e - nonostante l'evoluzione digitale verso cui GEDI ha orientato la propria strategia - svolgono tuttora un ruolo di primaria importanza per quanto riguarda la riduzione degli im-

patti ambientali. Il Gruppo cerca inoltre di operare garantendo un utilizzo responsabile delle varie risorse, attraverso la riduzione dei consumi energetici e idrici e una migliore gestione delle emissioni in atmosfera.

Nel 2020 il Gruppo si è posto importanti obiettivi da conseguire nel prossimo triennio per la gestione delle emissioni di gas effetto serra. In linea con il percorso di adesione agli SDGs e in particolare al SDG 13 "Lotta contro il cambiamento climatico", il Gruppo ha intrapreso le attività e i processi necessari a raggiungere la cosiddetta Carbon Neutrality<sup>4</sup> per una significativa riduzione delle emissioni attraverso utilizzo di green energy (energia elettrica da fonti rinnovabili) e la compensazione delle emissioni residue.

In relazione ai dati quantitativi inerenti la tematica, si sottolinea che quest'ultimi sono stati influenzati dal contesto socio-economico derivante dalla pandemia da Covid-19. Per un maggior livello di dettaglio, si rinvia alle Tabelle di rendicontazione riportate in Allegato 4.

<sup>4</sup>La Carbon Neutrality, intesa come zero emissioni nette, prevede un bilanciamento tra emissioni di gas serra generate ed emissioni riassorbite.

## La gestione della carta e delle altre materie prime

La carta rappresenta una materia di importanza primaria nella produzione industriale del Gruppo GEDI ed è considerata un elemento sensibile anche per l'impatto ambientale ad essa associato. Per l'approvvigionamento delle diverse tipologie di carta per i propri prodotti editoriali, il Gruppo si rivolge a cartiere di primaria importanza internazionale, che sono in grado di garantire l'osservanza delle normative sulla tutela dell'ambiente e i cui processi di produzione sono assoggettati a certificazione di diversi enti, per l'ottenimento delle etichette di sostenibilità e per la verifica dei sistemi di gestione ambientale.

In particolare, l'industria della carta a cui si rivolge il Gruppo GEDI, adotta sistemi di certificazione della gestione forestale, ovvero adotta procedure di verifica, secondo standard riconosciuti, per ottenere da parte di organismi indipendenti la certificazione che la propria gestione boschiva avviene secondo determinati requisiti di sostenibilità. Ad oggi, le certificazioni di gestione forestale maggiormente diffuse e adottate dall'industria della carta sono il Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC) e il Forest Stewardship Council (FSC). I principali sistemi di gestione ambientale certificati adottati dalle industrie della carta fornitori di GEDI sono invece conformi a specifici standard di riferimento come lo standard ISO 14001, il sistema Eco-Management e/o l'Audit Scheme (EMAS), controllato dall'Unione Europea. Tutti questi sistemi sono atti a coprire sia l'organizzazione, sia le attività di approvvigionamento, sviluppo del prodotto, produzione e distribuzione.

In relazione alla carta acquistata per i processi di stampa, il Gruppo GEDI nel 2020, da un lato, ha richiesto ai suoi fornitori specifiche attestazioni, c.d. "Paper Profile", contenenti sia le informazioni su certificazioni e sistemi di gestione sopra indicate, sia specifici parametri ambientali e indicazioni sulla composizione dei prodotti, e, dall'altro lato, ha richiesto, per parte dei quantitativi acquistati, l'emissione di specifiche attestazioni relative alla certificazione di origine del prodotto (indicata come "carta certificata" nella tabella di seguito riportata).

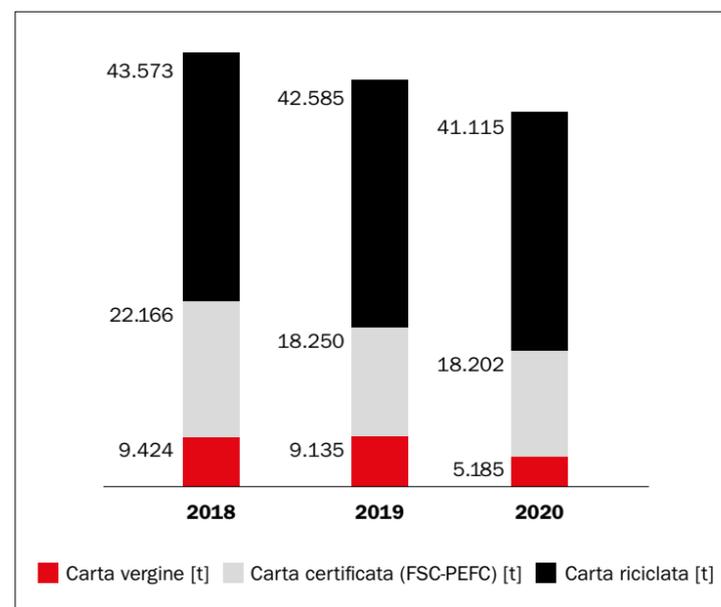
In base alle caratteristiche di composizione del prodotto, la carta utilizzata dal Gruppo per le diverse esigenze di stampa, si distingue in due macro-tipologie, la carta vergine, prodotta da fibre del legno (pasta meccanica e/o chimica), e la carta riciclata,

prodotta da fibre riciclate (c.d. pasta disinchiostrata).

Nel corso del 2020, il Gruppo ha consumato circa 64,5 mila tonnellate di carta, in diminuzione di circa il 7,8% rispetto alle circa 70 mila tonnellate del 2019, in continuità con i precedenti periodi e in coerenza con il trend delle diffusioni in atto. Circa il 92% della carta utilizzata nell'anno è costituito da carta certificata e/riciclata.

Tra il materiale di produzione utilizzato per la stampa, rivestono particolare importanza le lastre e gli inchiostri, i cui consumi del 2020 risultano in diminuzione rispetto al 2019 (-19,6% per le lastre e -27,3% per gli inchiostri) prevalentemente per effetto della riduzione delle tirature e della foliazione e marginalmente per effetto del ricorso all'outsourcing nei processi di stampa.

Consumi di carta vergine, certificata e riciclata del Gruppo (t) (2018-2020)



## Gli impatti ambientali di GEDI

### Consumi ed emissioni CO<sub>2</sub><sup>5</sup>

Per quanto riguarda i consumi energetici, il Gruppo si impegna nell'implementazione di iniziative volte all'efficientamento e al contenimento degli stessi, con l'obiettivo ultimo di perseguire più elevati livelli di eco efficienza. Il consumo di energia elettrica di GEDI fa riferimento a diversi usi, prevalentemente legati all'utilizzo dei ripetitori radio e degli stabilimenti di stampa e all'illuminazione degli uffici amministrativi e redazionali, delle diverse sedi dislocate sul territorio nazionale e dei magazzini. Nel corso del 2020, GEDI ha consumato in energia elettrica circa 48 mila MWh, registrando una diminuzione pari a circa il 6% rispetto ai circa 50,5 mila MWh consumati nell'anno precedente.

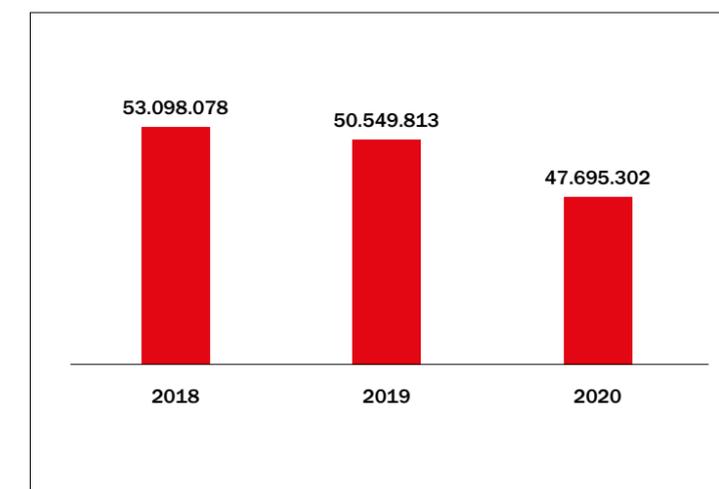
Con riferimento all'energia termica consumata a seguito dell'acquisto di energia da teleriscaldamento, il Gruppo nel 2020 ha consumato circa 1,5 mila GJ, in diminuzione di circa il 14% rispetto ai circa 1,8 mila GJ consumati nel 2019. Per quanto riguarda i combustibili fossili, i consumi di gas naturale hanno registrato una diminuzione, in linea con il precedente trend, passando da 908.057 m<sup>3</sup> del 2019 a 890.174 m<sup>3</sup> del 2020 (-2%). L'utilizzo di gas naturale nel Gruppo è collegato prevalentemente al riscaldamento degli immobili (centri stampa e sedi).

Con riferimento al gasolio, i consumi sono inerenti al riscaldamento e alle auto aziendali. In relazione a tale ultimo dato, si evidenzia che l'attività di rendicontazione ai fini del presente documento è stata avviata a partire dal 2018 ed è stata progressivamente implementata mediante introduzione delle fuel card. Oltre alle autovetture direzionali esistono infatti lavoratori che, per lo svolgimento delle proprie mansioni, si muovono sul territorio utilizzando mezzi aziendali, nello specifico si tratta degli Ispettori di Diffusione, degli Ispettori Antenne e Tecnici Radio delle società del Gruppo. Complessivamente i consumi di gasolio (da riscaldamento e da auto aziendali) nel 2020 sono risultati pari a circa 247 mila litri, in aumento rispetto ai 154 mila litri del 2019 (+61%).

### L'impegno del Gruppo GEDI per la gestione delle emissioni di gas climalteranti

Nel 2020 il Gruppo si è posto importanti obiettivi per la gestione

Consumo di energia elettrica del Gruppo (KWh) (2018-2020)

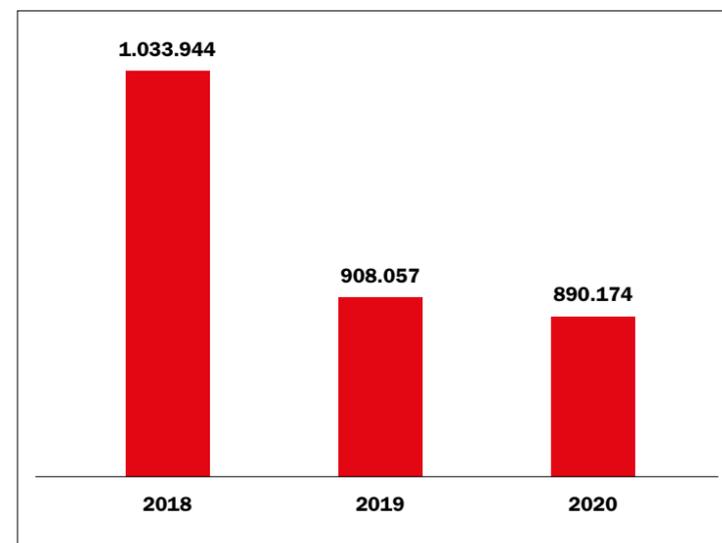


<sup>5</sup> I fattori di conversione utilizzati per il calcolo del consumo energetico sono per l'energia elettrica e per l'energia termica (1 kWh = 0,0036 GJ), nel 2020 per il gas naturale e il gasolio sono stati utilizzati i coefficienti del Ministero dell'ambiente.

delle emissioni di gas climalteranti da realizzare nel prossimo triennio, ovvero l'ampliamento del perimetro di analisi della Carbon Footprint allo Scope 3, il perseguimento di una significativa riduzione delle emissioni tramite l'utilizzo di green energy (elettricità da fonti rinnovabili) e la compensazione delle emissioni residue, con il conseguente obiettivo di raggiungere la neutralità carbonica nel prossimo triennio. Per raggiungere questi obiettivi, sono state intraprese diverse azioni nel corso dell'anno 2020, ovvero:

- la stima/raccolta dei dati relativi alle emissioni indirette del Gruppo prodotte dai centri stampa terzi riferite allo Scope 3;
- la selezione di un fornitore di energia elettrica rinnovabile in

### Consumo di gas naturale del Gruppo (m3) (2018-2020)



modo da azzerare sostanzialmente le emissioni indirette riferite allo Scope 2;

- l'avvio di un percorso approfondito per ricercare e selezionare progetti internazionali in grado di generare carbon credits certificati che possano compensare le emissioni residue del Gruppo e renderlo Carbon Neutral nel prossimo triennio. Questo impegno concreto riflette la sensibilità di GEDI nel migliorare la performance ambientale nel breve e lungo termine in conformità con quanto stabilito dal Green New Deal europeo ed in linea con gli SDG's dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite.

Con riferimento in particolare all'acquisto di energia, GEDI a partire dal 2021 acquisterà per la quasi totalità delle sue utenze energia prodotta esclusivamente da fonti rinnovabili, nel rispetto di quanto stabilito dalla Delibera ARERA ARG/elt 104/11 e ss.mm.ii, con schema di controllo a garanzia, secondo cui ogni kWh acquistato è coperto da un pari approvvigionamento di energia da fonte rinnovabile proveniente da impianti qualificati IGO, certificato tramite Garanzia di Origine rilasciata dal GSE.

Per monitorare il proprio impatto ambientale e implementare iniziative finalizzate alla mitigazione dello stesso, anche nel 2020 GEDI si è impegnato a quantificare le emissioni di gas serra associate direttamente o indirettamente alle proprie attività caratteristiche. Le emissioni complessive di GEDI nel 2020<sup>6</sup> sono state pari a circa 24 mila tonnellate di CO<sub>2</sub> (totale emissioni con calcolo market based), con una diminuzione rispetto all'anno precedente pari al -6,5% circa.

Emissioni indirette Scope 3 <sup>8</sup>		
	kWh	t CO <sub>2</sub>
Energia elettrica totale consumata	7.119.963	2.392
Emissioni indirette Scope 3 <sup>8</sup>		
	Smc	t CO <sub>2</sub>
Gas naturale	770.424	1.529
<b>Totale</b>		<b>3.921</b>

<sup>8</sup> Per il calcolo delle emissioni di gas serra di GEDI sono state utilizzate le metodologie previste dai GRI Sustainability Standards. Per il calcolo delle emissioni da energia elettrica sono stati utilizzati i fattori di emissione TERNA - 2018.

### Scope 3 stima delle emissioni dei centri stampa terzi

Con l'obiettivo di arrivare alla Carbon Neutrality nel prossimo triennio, il Gruppo GEDI ha iniziato nel 2020 il processo di quantificazione delle proprie emissioni indirette – Scope 3. In particolare, per il 2020 ha iniziato il calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> generate dagli stampatori terzi nello svolgimento delle attività di stampa di quotidiani e riviste per il Gruppo.

Per il calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> generate dalle attività di produzione degli stampatori terzi si è proceduto con la raccolta dei dati relativi ai consumi di energia elettrica e gas naturale consumati all'interno dei centri per la stampa di quotidiani e riviste. La produzione nei centri stampa esterni, non essendo dedicata esclusivamente ai quotidiani e alle riviste di GEDI, è soggetta ad un consumo di energia elettrica comprensivo di tutte le attività di stampa. Per tanto si è ritenuto necessario procedere ad una stima dei consumi di energia elettrica rispetto alle pagine stampate per il Gruppo. A tal fine, è stato utilizzato un parametro ottenuto dalla raccolta dei dati, relativi alle pagine stampate e il consumo di energia elettrica, provenienti dal centro stampa di Torino, di proprietà del Gruppo. Attraverso tale metodologia, è stato possibile calcolare una stima dei consumi totali di energia elettrica consumata, per le sole copie commissionate dal Gruppo GEDI a tutti i centri stampa esterni al 31 dicembre 2020.

Si riportano di seguito i dati dei consumi di energia elettrica raccolti attraverso stima e del corrispettivo in t CO<sub>2</sub> emesse.

Emissioni di gas serra			
t CO <sub>2</sub>	2018	2019 <sup>7</sup>	2020
Scopo 1	2.572	2.151	2.343
Scopo 2 (energia termica)	109	149	93
Scopo 2 (energia elettrica location based)	19.115	18.198	16.118
Scopo 2 (energia elettrica market based)	25.328	24.112	22.426
<b>Totale emissioni (con location based)</b>	<b>21.796</b>	<b>20.498</b>	<b>18.461</b>
<b>Totale emissioni (con market based)</b>	<b>28.008</b>	<b>26.501</b>	<b>24.769</b>

<sup>6</sup> Per il calcolo delle emissioni di gas serra di GEDI sono state utilizzate le metodologie previste dai GRI Sustainability Standards.

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

Per il calcolo Location-based sono stati utilizzati i fattori di emissione TERNA - Confronti internazionali 2018, mentre per il calcolo secondo il metodo "Market-based" sono stati utilizzati i fattori di residual mix pubblicati da AIB - European Residual Mixes 2019 (Ver. 1.1, 2020-09-08).

Per il calcolo delle emissioni da energia termica (Scopo 2) il fattore emissivo ISPRA 2020.

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

<sup>7</sup> In virtù del perfezionamento nel processo di raccolta e calcolo, i dati relativi al 2019 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella DNF 2019. Per i dati storici precedentemente pubblicati, si faccia riferimento alla DNF 2019.

### L'impatto ambientale dell'attività radiofonica

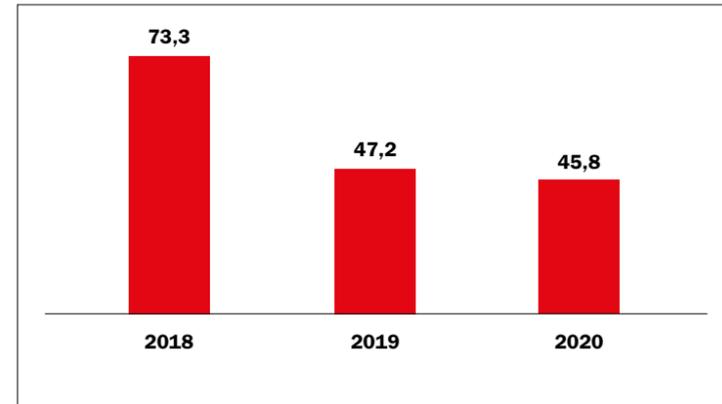
Elemmedia Spa diffonde radio in modulazione di frequenza per conto delle tre emittenti del Gruppo (Radio DeeJay, Radio Capital, m2o). La trasmissione avviene attraverso circa 900 frequenze irradiate da siti trasmettenti ove sono collocate antenne su tralicci metallici. Tali siti sono dislocati principalmente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

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

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

Al fine di mantenere i livelli di inquinamento sistematicamente al di sotto dei limiti, Elemmedia esercita una propria attività di auto-controllo, destinando adeguate risorse espressamente a questo scopo. Il

### Acqua prelevata da acquedotto pubblico del Gruppo (megalitri- MI) (2018-2020)



<sup>9</sup>Lo strumento del WRI è disponibile online alla pagina web: <https://www.wri.org/ourwork/project/aqueduct>. Per l'analisi, sono stati tenuti in considerazione i risultati emersi nella colonna "baseline water stress".

Gruppo opera attraverso una rete di ispettori deputati alla gestione della rete di impianti che effettuano attività di controllo e manutenzione periodiche. Il Gruppo utilizza anche alcune sonde sparse sul territorio italiano e posizionate in alcuni punti strategici delle città grazie alle quali monitora il livello dei segnali (rete di telecontrolli). Non si sono verificati casi in cui Elemedia abbia ricevuto sanzioni per superamento dei limiti radioprotezionistici, mentre è prassi comune per Elemedia affrontare procedure di riduzione a conformità.

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

### I consumi idrici

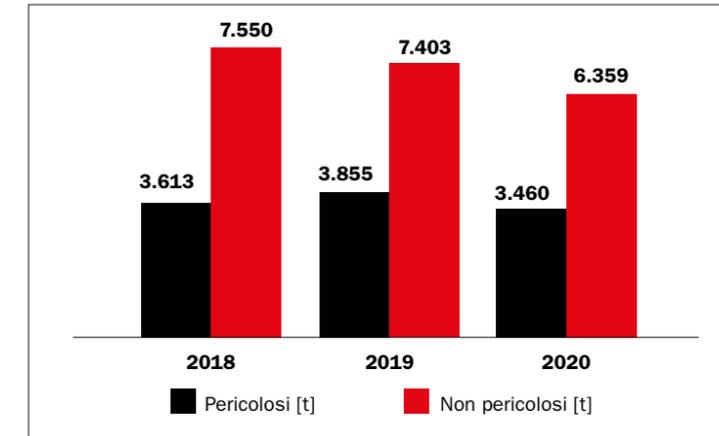
GEDI promuove un utilizzo responsabile e consapevole dell'acqua. Tale risorsa è destinata principalmente all'utilizzo igienico-sanitario da parte dei dipendenti, oltre che ad un limitato impiego nel processo produttivo di stampa di alcuni stabilimenti. Nel corso del 2020, i consumi idrici sono stati pari a circa 45,8 mega litri in diminuzione rispetto ai circa 47,2 mega litri del 2019 (-3,1%). L'approvvigionamento idrico del Gruppo avviene esclusivamente da acquedotto pubblico. Per quanto riguarda gli scarichi idrici, tutte le sedi operano uno scarico in pubblica fognatura nel rispetto delle caratteristiche qualitative imposte dal gestore della rete idrica. Il Centro Stampa di Roma è in possesso di autorizzazione allo scarico in acque superficiali. Con riferimento al prelievo di acqua da aree di water stress, il Gruppo si avvale del Aqueduct Tool sviluppato dal World Resources Institute<sup>9</sup> per identificare le aree potenzialmente a rischio in cui rientra esclusivamente l'area della Città Metropoli-tana di Roma. Le categorie considerate come water stress si riferiscono alla categorizzazione "extreme scarcity" (scarsità estrema) e "scarcity" (scarsità) dello strumento.

### La gestione dei rifiuti

L'attenzione di GEDI per la tutela dell'ambiente e l'utilizzo responsabile delle risorse si concretizza anche nella riduzione dei rifiuti derivanti dallo svolgimento dell'attività caratteristica. Il Gruppo sensibilizza i propri dipendenti ad una corretta gestione e smaltimento dei rifiuti e alla minimizzazione degli scarti. Nel corso del 2020, la produzione complessiva di rifiuti, pericolosi e non pericolosi, è risultata pari a poco più di 9.800 tonnellate. La riduzione rispetto all'anno precedente è stata di circa il 13% e le cause possono essere individuate da una parte nella parziale contrazione del mercato dei quotidiani dovuta all'emergenza sanitaria tuttora in corso e dall'altra nella chiusura del centro stampa di Milano avvenuta nel mese di aprile 2019. La percentuale di rifiuti pericolosi e non pericolosi si attesta, rispettivamente, al 35% e 65%, in linea con l'anno precedente. Nel corso del 2020 circa il 4,7% dei rifiuti è stato riciclato, in leggero calo rispetto al 5,3% dell'anno precedente, occorre però evidenziare che tra il 2019 e 2020 la quantità di rifiuti non pericolosi potenzialmente destinabili al riciclo si è ridotta per i motivi sopra esposti del 14%. La società ha svolto tutti gli adempimenti connessi alle attività di valutazione e gestione dei rifiuti nel rispetto della normativa attualmente in vigore.

Per quanto riguarda i metodi di smaltimento dei rifiuti prodotti nel 2020: il 39,2% è stato messo in deposito temporaneo in attesa di una delle operazioni di recupero previste dal D.Lgs. 152/2006, presso soggetto terzo che non intrattiene rapporti

### Rifiuti prodotti dal Gruppo (t) (2018-2020)



contrattuali con GEDI; il 37,1% è stato sottoposto a trattamento fisico-chimico in attesa di una delle operazioni di smaltimento previste dal D.Lgs. 152/2006, presso soggetto terzo che non intrattiene rapporti contrattuali con GEDI; il 17,3% è stato messo in deposito temporaneo in attesa di una delle operazioni di smaltimento previste dal D.Lgs. 152/2006, presso soggetto terzo che non intrattiene rapporti contrattuali con GEDI; il 4,7% è stato riciclato; l'1,4% è stato sottoposto a selezione preliminare prima di una delle operazioni di smaltimento previste dal D.Lgs. 152/2006, presso soggetto terzo che non intrattiene rapporti contrattuali con GEDI; lo 0,04% è stato sottoposto a ricondizionamento preliminare in attesa di una delle operazioni di smaltimento previste dal D.Lgs. 152/2006, presso soggetto terzo che non intrattiene rapporti contrattuali con GEDI; lo 0,003% è stato conferito in discarica.

### Impatti ambientali di distribuzione e logistica

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

### Quotidiano

La stampa dei quotidiani editi da GEDI Spa e da GEDI News Network Spa viene effettuata complessivamente, al 31 dicembre 2020 e a seguito degli interventi già posti in essere sull'assetto industriale del Gruppo, in 9 centri stampa dislocati sul territo-

rio italiano, di cui 5 di proprietà del Gruppo (Torino, Mantova, Padova, Roma e Sassari) e quattro di stampatori terzi (Milano, Firenze, Catania e Salerno).

Dai diversi centri stampa, ogni notte, partono dei mezzi per la consegna delle copie stampate ai vari distributori locali che a loro volta procedono alla consegna delle copie alle edicole italiane. Il trasporto dal centro stampa al Distributore Locale (operatore terzo) è definito "trasporto primario"; quello dal Distributore Locale alle edicole è invece il "trasporto secondario" e viene gestito integralmente ed in piena autonomia dai Distributori Locali, i quali a loro volta si avvalgono di fornitori terzi. Con l'obiettivo di saturare i mezzi di trasporto, riducendo quindi gli impatti ambientali, sono stati effettuati interventi importanti di riduzione del numero dei trasportatori dedicati ed esclusivi, affidando le attività ad operatori che trasportano anche le pubblicazioni di altri editori. Inoltre, nei centri stampa in cui vengono stampati i quotidiani locali, sono stati attivati trasporti in pool.

### Periodici

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

### Resa e macero

Le copie invendute delle pubblicazioni (c.d. "rese") vengono ritirate presso le edicole dai Distributori Locali che procedono al conteggio e contabilizzazione delle stesse. Generalmente le rese vengono ritirate dai magazzini dei distributori locali su bancali da un unico operatore incaricato del ritiro della resa, che svolge tale attività anche per altri Editori. Le copie ritirate vengono contate e certificate e se si tratta di prodotti opzionali (Libri, Cd, DVD ecc.) vengono "cernitate". Le copie in perfetto stato sono utilizzate per la vendita tramite il servizio arretrati, le restanti copie vengono macerate.

Negli ultimi anni è stato implementato il meccanismo della resa certificata delle pubblicazioni che consiste nel trattamento della resa da parte dei distributori locali attraverso la certificazione ed il contestuale macero. Al 31 dicembre 2020 i Distributori Locali che hanno ottenuto il certificato dall'Organismo Resa Certificata sono 41 su un totale di 43 Distributori Locali attivi. Ciò ha consentito ai Distributori Locali di poter procedere direttamente in loco al macero delle pubblicazioni. Nel 2020 il macero locale è stato di circa 16.810 tonnellate.

# Nota metodologica

Il presente documento rappresenta la Dichiarazione volontaria consolidata volontaria di carattere non finanziario (di seguito anche “DNF” o “Bilancio di Sostenibilità”) di GEDI Gruppo Editoriale (di seguito anche “GEDI” o il “Gruppo”), redatta in conformità agli obblighi previsti dall’art. 7 del D. Lgs. 254/16 (di seguito anche il “Decreto”) e contenente informazioni relative ai temi ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione, in maniera trasparente e completa di GEDI Gruppo Editoriale (di seguito anche “GEDI” o il “Gruppo”) e ha l’obiettivo di descrivere in modo trasparente le iniziative e i principali risultati raggiunti in termini di performance di sostenibilità nel corso dell’esercizio 2020. La presente DNF è stata redatta in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” secondo l’opzione “in accordance Core” definiti nel 2016 dal Global Reporting Initiative (“GRI”). In appendice al documento è presente il “GRI Content Index”, con il dettaglio dei contenuti rendicontati. Per alcune informazioni rendicontate all’interno del documento, si fa esplicito rimando ad altri documenti aziendali (come ad esempio la Relazione sul Governo Societario e gli assetti proprietari, la Relazione finanziaria Annuale, il Codice Etico, etc.). Il processo di raccolta dei dati e delle informazioni necessari alla stesura del Bilancio di Sostenibilità ha coinvolto diverse funzioni delle società del Gruppo ed è stato impostato secondo i principi di balance, comparability, accuracy, timeliness, clarity e reliability espressi dalle linee guida GRI. La periodicità della pubblicazione della DNF è impostata secondo una frequenza annuale. I dati e le informazioni del Bilancio di Sostenibilità si riferiscono a tutte le società facenti parte di GEDI al 31 dicembre 2020, consolidate con il metodo integrale (eventuali eccezioni, oltre a quanto di seguito riportato, sono espressamente indicate nel testo). Al fine di consentire la comparabilità dei dati e delle informazioni nel tempo e la valutazione dell’andamento dell’attività del Gruppo in un arco temporale, laddove possibile, è proposto il confronto con gli esercizi di rendicontazione 2018 e 2019. Si precisa inoltre che, i

dati quantitativi oggetto di stima sono debitamente identificati. Le stime si basano sulle migliori informazioni disponibili o su indagini a campione, come chiarito nei commenti a margine dei dati. Al fine di facilitare il collegamento con i contenuti indicati dal Decreto, per ciascun ambito è stata data evidenza della materialità del tema rispetto alle attività del Gruppo. Inoltre, per ogni tematica del Decreto sono identificati i rischi ad esso collegati e le eventuali modalità di gestione poste in essere dal Gruppo. Per la riconciliazione tra gli aspetti materiali identificati, i GRI Standard e il D.Lgs. n. 254/2016 (temi sociali, attinenti al personale, lotta alla corruzione, diversità, etc.), si invita a consultare la tabella riportata in Allegato 1. Per informazioni sulla tipologia di impatto che le tematiche materiali potrebbero avere sul Gruppo e/o sui propri Stakeholder, si fa invece rinvio al prospetto riportato in Allegato 2. Per la esplicitazione degli Standard GRI rendicontati e della loro collocazione all’interno del testo, si invita infine a consultare il GRI Content Index. Inoltre, per ogni tematica del Decreto sono identificati i rischi ad esso collegati e le eventuali modalità di gestione poste in essere dal Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione di GEDI Gruppo Editoriale Spa ha approvato la DNF in data 5 marzo 2021. Il presente documento è stato sottoposto a giudizio di conformità (“limited assurance engagement” secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Deloitte & Touche S.p.A., che esprime con apposita relazione distinta un’attestazione circa la conformità delle informazioni fornite ai sensi dell’art. 3, comma 10, del D.lgs. 254/2016. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella “Relazione della Società di Revisione Indipendente”, inclusa nel presente documento.

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

**sostenibilita@gedi.it**

# Allegati

## Allegato 1 – Tabella riconciliazione tematiche D.lgs. 254/16 e i principali GRI Standard

	Ambito	Riferimento	Disclosures GRI Standards
Modello aziendale di gestione e organizzazione delle attività dell'impresa	Ambiente, Sociale, Personale, Diritti umani, Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il profilo del Gruppo</li> <li>• Il modello di business e la performance economica</li> <li>• Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi</li> <li>• Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento</li> <li>• L'analisi di materialità</li> <li>• Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità</li> <li>• L'attenzione verso le risorse umane</li> <li>• La gestione della carta e delle altre materie prime</li> <li>• Gli impatti ambientali di GEDI</li> <li>• Nota Metodologica</li> </ul>	102-2; 102-4; 102-5; 102-6; 102-7; 102-9; 102-10; 102-11; 102-12; 102-13; 102-18; 102-25; 102-40; 102-43; 102-44; 204-1; 207-2; 207-3; MA 205; MA 300; 301-1; 302-1; 306-2; MA 400; MA 401
Politiche praticate dall'impresa, comprese quelle di dovuta diligenza, i risultati conseguiti tramite di esse e i relativi indicatori fondamentali di prestazione di carattere non finanziario	Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La gestione della carta e delle altre materie prime</li> <li>• Gli impatti ambientali di GEDI</li> </ul>	MA 301; 301-1; MA 302; 302-1; MA 303; 303-1; 303-2; 303-3; MA 305; 305-1; 305-2; MA 306; 306-2
	Sociale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il profilo del Gruppo GEDI</li> <li>• Il modello di business e la performance economica</li> <li>• Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi</li> <li>• Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento</li> <li>• Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità</li> <li>• Ruolo sociale e partecipazione con il territorio</li> <li>• Responsabilità e comunicazione digitale</li> <li>• La responsabilità verso la collettività</li> </ul>	102-2; 102-4; 102-9; 102-40; 102-42; 102-43; 102-44; MA 205; MA 412; 412-1; MA 413; 413-1; MA 418; 418-1; MA 419; 419-1;
	Personale	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità</li> <li>• L'attenzione verso le risorse umane</li> </ul>	102-8; 102-41; MA 401; 401-1; 401-2; MA 402; 402-1; MA 403; 403-1; 403-2; 403-3; 403-4; 403-5; 403-6; 403-7; 403-9; 403-10; MA 404; 404-1; 404-2; MA 405; 405-1; 405-2
	Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il Modello 231 e le tematiche anticorruzione</li> <li>• Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi</li> </ul>	102-16; MA 205; 205-1; 205-2; 205-3
Principali rischi, generati o subiti, ivi incluse le modalità di gestione degli stessi, connessi ai suddetti temi e che derivano dalle attività dell'impresa, dai suoi prodotti, servizi o rapporti commerciali, incluse, ove rilevanti, le catene di fornitura e subappalto	Ambiente, Sociale, Personale, Diritti umani, Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi</li> </ul>	102-15
Diversità negli organi di amministrazione, gestione e controllo		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il Sistema di Governo Societario</li> <li>• L'attenzione verso le risorse umane</li> </ul>	
Standard di rendicontazione e analisi di materialità	Ambiente, Sociale, Personale, Diritti umani, Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento</li> <li>• L'analisi di materialità</li> <li>• Nota Metodologica</li> <li>• GRI Content Index</li> <li>• Relazione della Società di Revisione</li> </ul>	102-45; 102-46; 102-47; 102-54; 102-55; 102-56

**Legenda:** MA = Disclosures 103-1, 103-2, 103-3

## Allegato 2 – Perimetro degli aspetti materiali di GEDI

Tematiche materiali	Perimetro delle tematiche materiali	Tipologia di impatto
<b>Responsabilità economica e di business</b>		
Performance economica e indipendenza da fonti di finanziamento pubblico	GEDI	Causato dal Gruppo
Soddisfazione degli utenti	GEDI Pubblico	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Modello di business del settore media	GEDI	Causato dal Gruppo
<b>Governance e compliance</b>		
Governance e compliance	GEDI	Causato dal Gruppo
Sistema di gestione dei rischi	GEDI	Causato dal Gruppo
Catena di fornitura responsabile	GEDI Fornitori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
<b>Responsabilità di prodotto</b>		
Responsabilità editoriale e qualità dei contenuti	GEDI	Causato dal Gruppo
Pubblicità e marketing responsabile	GEDI	Causato dal Gruppo
Informazione, ruolo sociale e responsabilità verso la collettività	GEDI Comunità locale	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Privacy e protezione dei dati	GEDI Pubblico	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Tutela della proprietà intellettuale	GEDI Collaboratori	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Digital Transformation	GEDI	Causato dal Gruppo
<b>Responsabilità verso le persone</b>		
Relazioni con le parti sociali	GEDI	Causato dal Gruppo
Valorizzazione, sviluppo delle competenze e attrazione talenti	GEDI	Causato dal Gruppo
Tutela dei diritti umani e condizioni e pratiche di lavoro	GEDI	Causato dal Gruppo
Diversità e pari opportunità	GEDI	Causato dal Gruppo
Salute e sicurezza dei lavoratori	GEDI	Causato dal Gruppo
<b>Responsabilità ambientale</b>		
Gestione dei rifiuti	GEDI	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Consumi energetici ed emissioni	GEDI	Causato dal Gruppo

## Allegato 3 – L'attenzione verso le risorse umane – Tabelle di rendicontazione

a) Risorse umane									
Popolazione aziendale per categoria professionale e genere									
%	2018			2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Dirigenti</b>	2%	1%	3%	2%	1%	3%	3%	1%	3%
<b>Giornalisti</b>	32%	16%	48%	32%	16%	48%	33%	17%	49%
<b>Impiegati</b>	23%	19%	42%	23%	20%	43%	22%	19%	42%
<b>Operai</b>	6%	1%	7%	5%	1%	6%	5%	1%	6%
<b>Totale</b>	<b>63%</b>	<b>37%</b>	<b>100%</b>	<b>62%</b>	<b>38%</b>	<b>100%</b>	<b>63%</b>	<b>37%</b>	<b>100%</b>
Popolazione aziendale per tipologia contrattuale (determinato vs indeterminato) e genere									
n. persone	2018			2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Tempo determinato</b>	23	22	45	13	12	25	4	3	7
<b>Tempo indeterminato</b>	1.458	856	2.314	1.375	821	2.196	1.167	691	1.858
<b>Totale</b>	<b>1.481</b>	<b>878</b>	<b>2.359</b>	<b>1.388</b>	<b>833</b>	<b>2.221</b>	<b>1.171</b>	<b>694</b>	<b>1.865</b>
Popolazione aziendale a tempo indeterminato per tipologia professionale (full time vs part time) e genere									
n. persone	2018			2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
<b>Full time</b>	1.475	813	2.288	1.381	768	2.149	1.165	656	1.821
<b>Part time</b>	6	65	71	7	65	72	6	38	44
<b>Totale</b>	<b>1.481</b>	<b>878</b>	<b>2.359</b>	<b>1.388</b>	<b>833</b>	<b>2.221</b>	<b>1.171</b>	<b>694</b>	<b>1.865</b>
Popolazione aziendale per categoria professionale ed età									
%	2018			2019			2020		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
<b>Dirigenti</b>	0%	1%	2%	0%	1%	2%	0%	1%	2%
<b>Giornalisti</b>	1%	19%	29%	1%	19%	29%	1%	19%	29%
<b>Impiegati</b>	1%	20%	22%	1%	20%	22%	1%	20%	22%
<b>Operai</b>	0%	3%	4%	0%	3%	4%	0%	3%	4%
<b>Totale</b>	<b>1%</b>	<b>43%</b>	<b>56%</b>	<b>1%</b>	<b>43%</b>	<b>56%</b>	<b>1%</b>	<b>43%</b>	<b>56%</b>

Popolazione aziendale per categoria professionale ed età				
2019				
%	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0%	1%	2%	3%
Giornalisti	1%	18%	30%	48%
Impiegati	1%	18%	24%	43%
Operai	0%	2%	4%	6%
<b>Totale</b>	<b>1%</b>	<b>39%</b>	<b>60%</b>	<b>100%</b>

Popolazione aziendale per categoria professionale ed età				
2020				
%	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0%	1%	2%	3%
Giornalisti	0%	17%	32%	49%
Impiegati	1%	17%	25%	42%
Operai	0%	2%	4%	6%
<b>Totale</b>	<b>1%</b>	<b>36%</b>	<b>63%</b>	<b>100%</b>

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

Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2019)										
n. persone	Entrate					Uscite				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	9	31	11	51	3,4%	10	58	76	144	9,7%
Donne	13	24	5	42	4,8%	6	48	33	87	9,9%
<b>Totale</b>	<b>22</b>	<b>55</b>	<b>16</b>	<b>93</b>	<b>3,9%</b>	<b>16</b>	<b>106</b>	<b>109</b>	<b>231</b>	<b>9,8%</b>

Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2020)										
n. persone	Entrate					Uscite				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	2	31	14	47	3,4%	3	71	187	261	18,8%
Donne	9	25	1	35	4,2%	7	75	88	170	20,4%
<b>Totale</b>	<b>11</b>	<b>56</b>	<b>15</b>	<b>82</b>	<b>3,7%</b>	<b>10</b>	<b>146</b>	<b>275</b>	<b>431</b>	<b>19,4%</b>

Categorie protette									
Stampa n. persone	2018			2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Giornalisti	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Impiegati	44	29	73	39	28	67	30	20	50
Operai	7	2	9	6	2	8	5	1	6
<b>Totale</b>	<b>51</b>	<b>31</b>	<b>82</b>	<b>45</b>	<b>30</b>	<b>75</b>	<b>35</b>	<b>21</b>	<b>56</b>

#### b) Formazione <sup>10</sup>

Ore medie per persona di formazione per inquadramento professionale e genere									
n. ore	2018			2019 <sup>11</sup>			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	14,1	15,9	14,5	8,9	14,3	9,9	8,8	6,3	8,4
Giornalisti	0,9	1,1	1,0	2,7	2,6	2,6	0,3	0,5	0,3
Impiegati	6,3	6,1	6,2	8,1	8,3	8,2	4,5	10,4	7,2
Operai	1,6	-	1,3	6,3	0,4	5,0	1,9	0,5	1,7
<b>Totale</b>	<b>3,4</b>	<b>3,9</b>	<b>3,6</b>	<b>5,2</b>	<b>5,7</b>	<b>5,4</b>	<b>2,3</b>	<b>5,7</b>	<b>3,5</b>

#### c) Salute e sicurezza

Infortuni <sup>12</sup>									
n. di casi	2018			2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul lavoro	11	2	13	5	2	7	-	2	2
di cui mortali	-	-	-	-	-	-	-	-	-
di cui con gravi conseguenze (ad esclusione di quelli mortali)	-	1	1	-	-	-	-	-	-

Dati temporali									
n. ore	2018			2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Ore Lavorate	2.827.821	1.513.803	4.341.623	2.679.207	1.559.471	4.238.678	1.967.283	1.155.926	3.123.209

<sup>10</sup> Nel 2019 i dipendenti che hanno ricevuto formazione in aula in materia di anti-corruzione, suddivisi per categoria professionale sono le seguenti: Dirigenti 50% e Impiegati 11%. <sup>11</sup> In virtù del perfezionamento nel processo di raccolta e calcolo, i dati relativi al 2019 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella DNF 2019. Per i dati storici precedentemente pubblicati, si faccia riferimento alla DNF 2019.

<sup>12</sup> Nel numero di infortuni sul lavoro del 2018 non sono considerati gli infortuni dei collaboratori.

Indicatori di salute e sicurezza									
n. di casi	2018			2019			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di frequenza degli infortuni	1,0	0,3	0,7	0,4	0,3	0,3	-	0,3	0,2
Indice di mortalità	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Indice di frequenza di infortuni con gravi conseguenze	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Nessun caso di malattia professionale è stato registrato negli ultimi tre anni: si veda in merito anche quanto riportato nella sezione della DNF dedicata alla salute e sicurezza dei lavoratori.

## Allegato 4 – Gli impatti ambientali – Tabelle di rendicontazione

Carta utilizzata [tonnellate]						
	2018		2019		2020	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Carta vergine [t]	9.424	12,5%	9.135	13,1%	5.185	8,0%
Carta certificata (FSC-PEFC) [t]	22.166	29,5%	18.250	26,1%	18.202	28,2%
Carta riciclata [t]	43.573	58%	42.585	60,9%	41.115	63,7%
<b>Totale [t]</b>	<b>75.163</b>	<b>100%</b>	<b>69.970</b>	<b>100%</b>	<b>64.502</b>	<b>100%</b>

Altri materiali						
	2018		2019		2020	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Lastre Offset [mq]	219.603	40,2%	215.600	41,8%	193.597	46,7%
Lastre Flexo [mq]	326.077	59,8%	300.041	58,2%	221.001	53,3%
<b>Totale lastre [m]</b>	<b>545.680</b>	<b>100%</b>	<b>515.641</b>	<b>100%</b>	<b>414.598</b>	<b>100,0%</b>
Inchiostri per Offset [kg]	309.752	23,6%	384.730	29,9%	305.170	32,7%
Inchiostri per Flexo [kg]	1.003.800	76,4%	900.100	70,1%	628.950	67,3%
<b>Totale inchiostri [kg]</b>	<b>1.313.552</b>	<b>100%</b>	<b>1.284.830</b>	<b>100%</b>	<b>934.120</b>	<b>100,0%</b>

Consumo energetico <sup>13</sup>						
	2018		2019		2020	
	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ
Energia Elettrica [kWh]	53.098.077	191.153	50.549.813	181.979	47.695.302	171.703
Energia Termica [kWh]	581.701	2.094	498.800	1.796	430.686	1.550
Gas Naturale [m3]	1.033.943	36.450	908.057	32.057	890.174	30.524
Gasolio [l]	201.779	7.246	153.893	4.855	247.480	8.914

Prelievo totale di acqua <sup>14</sup>							
MI	2018		2019		2020		Variazione 19-20
	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	
Fonti di prelievo							
Acqua di superficie	-	-	-	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-	-	-	-
Acque marine	-	-	-	-	-	-	-
Acqua prodotta	-	-	-	-	-	-	-
Acque di terzi	73,3	-	47,2	-	45,8	-	-3,1%
<b>Totale</b>	<b>73,3</b>	<b>-</b>	<b>47,2</b>	<b>-</b>	<b>45,8</b>	<b>-</b>	<b>-3,1%</b>

Prelievo d'acqua in aree di water stress <sup>15</sup>					
MI	2019		2020		Variazione 19-20
	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	
Fonti di prelievo					
Acqua di superficie	-	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-	-
Acque marine	-	-	-	-	-
Acqua prodotta	-	-	-	-	-
Acque di terzi	16,60	-	11,15	-	-32,8%
<b>Totale</b>	<b>16,60</b>	<b>-</b>	<b>11,15</b>	<b>-</b>	<b>-32,8%</b>

Rifiuti						
	2018		2019		2020	
	Totale	%	Totale	%	Totale	%
Pericolosi [t]	3.613	32,4%	3.855	34,2%	3.460	35,2%
Non pericolosi [t]	7.550	67,6%	7.403	65,8%	6.359	64,7%
<b>Totale [t]</b>	<b>11.163</b>	<b>100%</b>	<b>11.258</b>	<b>100%</b>	<b>9.819</b>	<b>100%</b>

Rifiuti per smaltimento						
	2018		2019		2020	
	Totale	% totale	Totale	% totale	Totale	% totale
Riciclo [t]	891	8,0%	592	5,3%	462	4,7%
Discarica [t]	23	0,2%	-	0%	0,3	0%
Altro [t]	10.249	91,8%	10.666	94,7%	9.357	95,3%
<b>Totale</b>	<b>11.163</b>	<b>100%</b>	<b>11.258</b>	<b>100%</b>	<b>9.819</b>	<b>100%</b>

<sup>13</sup> I fattori di conversione utilizzati per il calcolo del consumo energetico sono: per l'energia elettrica e per l'energia termica 1 kWh = 0,0036 GJ; per il gas naturale 1 m3=0,03525 GJ (nel 2018) e 1 m3=0,035303 (nel 2019) 1 m3=0,03429 (nel 2020); per il gasolio 1t = 42,87 GJ (nel 2018 e nel 2019) e 1t=42,88 GJ (nel 2020).

<sup>14</sup> Acqua dolce è definita come acqua con ≤1,000 mg/L Materie solide disciolte. Altre tipologie di acqua è definita come acqua con >1,000 mg/L Materie solide disciolte.

<sup>15</sup> Le aree di water stress sono definite attraverso l'Aqueduct Tool sviluppato dal World Resources e sono considerate le categorie di "extreme scarcity" (scarsità estrema) e "scarcity" (scarsità) dello strumento. I prelievi da water stress sono un dettaglio della tabella prelievi totali di acqua. Il dato è riferito alla sede e al centro di stampa di Roma, area soggetta a forte stress idrico. In virtù del perfezionamento nel processo di raccolta e calcolo, i dati relativi al 2019 sono stati riesposti rispetto a quelli pubblicati nella DNF 2019

## GRI Content Index

Il Bilancio di Sostenibilità 2020 di GEDI è stato redatto sulla base delle linee guida del Global Reporting Initiative GRI Standards secondo l'opzione "In accordance - Core". La tabella che segue riporta le informazioni di Gruppo basate sulle linee guida GRI Standard con riferimento all'analisi di materialità di GEDI.

Indicatore		Riferimenti di pagina/note
<b>GENERAL STANDARD DISCLOSURE</b>		
<b>Profilo dell'organizzazione</b>		
102-1	Nome dell'organizzazione	4-5; 8
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	8
102-3	Luogo della sede principale	106
102-4	Luogo delle attività	8-27
102-5	Proprietà e forma giuridica	34-36
102-6	Mercati serviti	8-27
102-7	Dimensione dell'organizzazione	8-27 ; 32; 34-36; 70
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	70-77; 91
102-9	Catena di fornitura	80
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	34-37; 80
102-11	Principio de precauzione	38-39
102-12	Iniziative esterne	46-49; 58-61; 62-63; 64
102-13	Adesione ad associazioni	67
<b>Strategia ed analisi</b>		
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	4-5
<b>Etica</b>		
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	39; 52-54
102-17	Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche	39
<b>Governance</b>		
102-18	Struttura della governance	36-37

Indicatore		Riferimenti di pagina/note
<b>GENERAL STANDARD DISCLOSURE</b>		
<b>Stakeholder engagement</b>		
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	43
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	70; 72
102-42	Individuazione e selezione degli stakeholder	43
102-43	Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	42-43
102-44	Temi e criticità chiave sollevati	42-43
<b>Materialità e perimetro del report</b>		
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	87
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	87
102-47	Elenco dei temi materiali	44-45
102-48	Revisione delle informazioni	87
102-49	Modifiche nella rendicontazione	44-45
<b>Profilo del report</b>		
102-50	Periodo di rendicontazione	87
102-51	Data del report più recente	23 marzo 2020
102-52	Periodicità della rendicontazione	87
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	87
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	87; 96
102-55	Indice dei contenuti GRI	96-102
102-56	Assurance esterna	104-105

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
<b>SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE</b>			
<b>INDICATORI ECONOMICI</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: PERFORMANCE ECONOMICA (2016)</b>			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	45; 90	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	28-33	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	32-33	
201-1	Valore Economico direttamente generato e distribuito	32	
201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	33	
<b>ASPETTO MATERIALE: ANTICORRUZIONE (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	38-39	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	38-39	
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	93	
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel 2020 non sono stati segnalati né riscontrati episodi di corruzione	
<b>INDICATORI AMBIENTALI</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: MATERIALI (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	79-80	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	79-80	
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	94	
<b>ASPETTO MATERIALE: ENERGIA (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	81-82	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	81-82	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	94	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
<b>SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: acqua e affluenti (2018)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	84	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	84	
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	94-95	
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	94-95	
303-3	Prelievo idrico	94	
<b>ASPETTO MATERIALE: Emissioni (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	81-83	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	81-83	
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	83	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	83	
<b>ASPETTO MATERIALE: Scarichi e rifiuti (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	84-85	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	84-85	
306-2	Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	95	
<b>INDICATORI SOCIALI</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: Occupazione (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	70-72	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	70-72	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	92	
<b>ASPETTO MATERIALE: Lavoro e relazioni industriali (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	70-72	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	70-72	
402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	72	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
<b>ASPETTO MATERIALE: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	74-77	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	74-77	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	74	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	74-77	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	76-77	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	74-77	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	74-75	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	74-77	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	74-77	
403-9	Infortuni sul lavoro	93	
403-10	Malattie professionali	93	
<b>ASPETTO MATERIALE: Formazione e istruzione (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	72	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	72	
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	93	
<b>ASPETTO MATERIALE: Diversità e pari opportunità (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	70-72	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	70-72	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	36; 71; 91-93	
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	72	
<b>ASPETTO MATERIALE: Valutazione del rispetto dei diritti umani (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	70-72	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	70- 72	
412-1	Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto	70-72; "Codice Etico"	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
<b>ASPETTO MATERIALE: Comunità locali (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	57-68	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	57-68	
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	57-68	
<b>ASPETTO MATERIALE: Compliance (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	34-39	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	34-39	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Nel 2020 non si sono verificati casi di non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	
<b>ASPETTO MATERIALE: Etichettatura di prodotti e servizi (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	57-67	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	57-67	
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Nel 2020 non si sono verificati casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	
<b>ASPETTO MATERIALE: Privacy dei clienti (2016)</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	66-67	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	66-67	
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel 2020 non sono state registrate denunce riguardanti violazione della privacy dei clienti e perdita dei dati	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
<b>Altri aspetti materiali</b>			
<b>ASPETTO MATERIALE: Soddisfazione degli utenti</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	42-43	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	42-43	
<b>ASPETTO MATERIALE: Responsabilità editoriale e qualità dei contenuti</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	57-67	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	57-67	
<b>ASPETTO MATERIALE: Pubblicità responsabile</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	67	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	67	
<b>ASPETTO MATERIALE: Modello di business del settore media</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	28-33	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	28-33	
<b>ASPETTO MATERIALE: Sistema di gestione dei rischi</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	38-39	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	38-39	
<b>ASPETTO MATERIALE: Digital transformation</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	62-63	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	62-63	
<b>ASPETTO MATERIALE: Tutela della proprietà intellettuale</b>			
103-1	Materialità e perimetro	45; 90	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	52-57	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	52-57	



GEDI Gruppo Editoriale SpA  
Via Ernesto Lugaro n. 15 - 10126 TORINO  
Tel. 06/84781 Fax. 06/84787371  
[www.gedispa.it](http://www.gedispa.it)

Cap. Soc. Euro 76.303.571,85 i.v. P.IVA 00906801006  
Codice Fiscale. 00488680588

