



Dichiarazione Consolidata Volontaria di Carattere Non-Finanziario
Bilancio di Sostenibilità 2021



Dichiarazione Consolidata Volontaria di Carattere Non-Finanziario
Ai sensi del D. Lgs. 254/2016 Bilancio di Sostenibilità 2021

Indice

Lettera agli Stakeholder	p 4
---------------------------------	-----

Capitolo 1 Il Gruppo GEDI	p 6
--	-----

Sezione 1.1	Il profilo del Gruppo GEDI	p 8
Sezione 1.2	Il modello di business e la performance economica	p 20
Sezione 1.3	Introduzione alla Tassonomia UE	p 28
Sezione 1.4	Assetto e Governance	p 32

Capitolo 2 Tematiche materiali e obiettivi ESG	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	Gruppo GEDI e Obiettivi di Sviluppo Sostenibile	p 46
Sezione 2.4	I pilastri del Gruppo GEDI in ambito ESG	p 50

Capitolo 3 Mission e valori	p 52
--	------

Sezione 3.1	Il Gruppo GEDI tra storia e innovazione	p 54
Sezione 3.2	Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità editoriale	p 56
Sezione 3.3	Privacy e protezione dei dati	p 57
Sezione 3.4	Pubblicità responsabile e marketing	p 60

Capitolo 4 Responsabilità verso la collettività	p 62
--	------

Sezione 4.1	Partecipazione con il territorio	p 64
Sezione 4.2	Solidarietà	p 70
Sezione 4.3	Istruzione	p 74

Capitolo 5 Responsabilità e impatti ambientali	p 78
---	------

Sezione 5.1	La gestione della carta e delle altre materie prime	p 82
Sezione 5.2	Gli impatti ambientali di GEDI-Consumi ed emissioni CO ₂	p 86

Capitolo 6 Le risorse umane	p 96
--	------

Sezione 6.1	Le risorse umane	p 98
Sezione 6.2	Salute e sicurezza dei lavoratori	p 104
Sezione 6.3	Sars-CoV-2: misure di prevenzione e gestione del rischio	p 108

Nota metodologica	p 110
--------------------------	-------

Allegati	p 112
-----------------	-------

Allegato 1	Tabella riconciliazione tematiche D.Lgs 254/16 e i principali GRI Standard	p 113
Allegato 2	Perimetro degli aspetti materiali di GEDI	p 114
Allegato 3	L'attenzione verso le risorse umane – Tabelle di rendicontazione	p 115
Allegato 4	Gli impatti ambientali – Tabelle di rendicontazione	p 118

GRI Content Index	p 120
--------------------------	-------

Report della società di revisione	p 128
--	-------

Lettera agli Stakeholder

Il percorso che nel Gruppo GEDI abbiamo avviato in questi anni si riassume in una parola che raccoglie in sé più significati. Racconta quello che siamo, quello che offriamo ogni giorno al nostro pubblico e la direzione in cui vogliamo andare, in un settore in cui la qualità deve sempre restare al primo posto. Questa parola è: innovazione.

Il 2021 di GEDI è stato un anno in cui abbiamo posto la trasformazione di prodotto, tecnologica e digitale al centro dei nostri programmi di sviluppo. Abbiamo infatti creato presidi verticali tematici, i Content Hub, dai quali sono nate iniziative digitali, nuovi allegati ai nostri quotidiani ed eventi di scala nazionale come l'Italian Tech Week, l'Open Summit di Green&Blue e L'Alfabeto del Futuro. La nuova piattaforma di CRM e dati ci ha permesso di dare un'importante spinta alla crescita degli abbonamenti digitali e delle campagne digital dei clienti pubblicitari, oltre a creare nuovi presupposti di usabilità e arricchimento multimediale per i nuovi siti e app delle testate editoriali e radiofoniche.

Probabilmente la "summa" del nuovo approccio di GEDI è l'iniziativa One Podcast che ha consolidato la produzione dei contenuti audio di tutte le testate del Gruppo in una app che ha l'ambizione di competere in Italia con le più importanti piattaforme podcast, forte di grandi professionalità, talenti, autori e giornalisti in grado di produrre podcast originali di intrattenimento e informazione. Un unicum tra i gruppi editoriali italiani, che ha iniziato a scalare le classifiche grazie a serie accattivanti ed importanti volumi di ascolto registrati.

Abbiamo anche creato i presupposti per un forte impegno nel campo della scuola che si svilupperà ulteriormente nei prossimi mesi: l'istruzione occupa infatti una posizione di primo piano tra gli obiettivi che ispirano la nostra politica ESG, perché oltre a concentrarci sui temi legati all'ambiente, alla società e alla governance societaria, contribuire a una scuola più moderna, interessante e inclusiva è il modo più efficace per costruire il nostro futuro.

Nel 2021 abbiamo avviato due iniziative che hanno toccato i temi della formazione scolastica e non solo: la prima è legata alla Fondazione Specchio dei Tempi/Specchio d'Italia, con cui insieme a Yoox e Fondazione Golinelli abbiamo promosso il progetto Digitali e Uguali: oltre 1.500 computer donati a studenti delle scuole di tutta Italia per contribuire alla diminuzione del digital divide, ancora presente in tante famiglie del nostro Paese. Il secondo è l'impegno che ci ha portato a entrare, con le testate del Gruppo, nell'Osservatorio Permanente Giovani Editori con il progetto del "Quotidiano in Classe", che si affianca a Repubblica@scuola, puntando in particolare sul digitale. Per i più giovani acquisire una coscienza critica del mondo usando un linguaggio moderno e immediato è uno dei modi più efficaci per favorire la loro partecipazione attiva alla società.

L'altro tema che ci sta particolarmente a cuore è l'ambiente: oltre alle iniziative interne per ridurre la Carbon Footprint del Gruppo, con la nascita del verticale Green & Blue abbiamo dato voce non solo ai protagonisti del dibattito nazionale sui temi della sostenibilità, ma anche segnalato le esperienze concrete che dimostrano come sia possibile conciliare sviluppo economico-sociale e rispetto per il nostro pianeta.

Ambiente, partecipazione, inclusione, innovazione: il Report di Sostenibilità che presentiamo nelle prossime pagine racconta un anno di trasformazione ed evoluzione di un Gruppo che, nel perseguire e migliorare le proprie attività, interpreta ogni giorno un ruolo di leader del settore. Un Gruppo che crede nell'innovazione da sempre: per vocazione, obiettivi e valori.

*Maurizio Scanavino
Amministratore Delegato
GEDI Gruppo Editoriale*

Il Gruppo GEDI

- 1.1 **Il profilo del Gruppo GEDI**
- 1.2 **Il modello di business
e la performance economica**
- 1.3 **Introduzione alla Tassonomia UE**
- 1.4 **Assetto e Governance**

Il profilo del Gruppo GEDI

GEDI Gruppo Editoriale è una delle principali media company europee, protagonista dell'evoluzione digitale e multimediale del settore. Le attività del gruppo si suddividono in quattro aree principali: le **News** che comprendono le testate di informazione quotidiana, su carta stampata, siti e piattaforme social, come **la Repubblica**, **La Stampa**, **L'HuffPost** Italia e dieci giornali locali; gli **Approfondimenti** con **L'Espresso** e altre testate periodiche, **i content hub verticali** e i portali web come **alfemminile**; **l'Intrattenimento**, dove GEDI rappresenta uno dei principali poli radiofonici nazionali grazie a un brand di assoluta eccellenza come **Radio DeeJay**, oltre a **Radio Capital** e **m2o**; la **Pubblicità** con la concessionaria multiplatforma **A. Manzoni & C.**

La missione del Gruppo è creare **contenuti e prodotti di alta qualità**, dall'informazione alla cultura e l'intrattenimento, secondo principi di indipendenza, libertà e sostenibilità sociale e ambientale, favorendo i propri lettori e ascoltatori nella partecipazione alla vita civile e culturale del Paese.



Le news

Gedi News Network è la realtà del Gruppo che comprende i quotidiani *la Repubblica*, *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*.

la Repubblica, fondata nel 1976, è uno dei più importanti quotidiani italiani, con una diffusione totale di 163 mila copie medie giornaliere (ADS 2021) e 1,5 milioni di lettori giornalieri (indagine Audipress 2021/I). *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 macroeconomiche e finanziarie; **Il venerdì**, il settimanale di attualità, esteri, inchieste, personaggi della politica, dello spettacolo e della cultura; **D – la Repubblica** il femminile che racconta la moda, le nuove tendenze e i cambiamenti sociali; **TrovaRoma** e **TuttoMilano**, le guide settimanali che propongono i migliori eventi delle due città all'insegna del divertimento, della cultura e del buon mangiare. Anche nel 2021 è proseguito l'abbinamento obbligatorio tra il quotidiano *la Repubblica* e la testata **L'Espresso** nel giorno della domenica.

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**, registrano invece una diffusione totale di 248 mila copie medie giornaliere (ADS 2021) e raggiungono quotidianamente 2,1 milioni di lettori (Audipress 2021/I).

Testate di assoluta rilevanza sia geografica (rappresentando un punto di riferimento

per il territorio di appartenenza) sia storica: **la Gazzetta di Mantova**, ad esempio, è il quotidiano più antico d'Italia fondato nel 1664; nel 2014 ha celebrato i 350 anni collocandosi al terzo posto nella graduatoria dell'Associazione mondiale dei giornali dietro due pubblicazioni (una svedese e una olandese). **La Stampa** fu fondata a Torino nel 1867 da Vittorio Bersezio con il titolo *Gazzetta piemontese* e nel 1895 prese il titolo attuale. Nel 2017 il quotidiano ha celebrato 150 anni di attività.

Completa la serie dei giornali GNN **l'HuffPost** Italia, la testata online che ha debuttato 10 anni fa e che nell'agosto 2021 ha completato la sua integrazione all'interno del Gruppo.



The screenshot shows the homepage of *la Repubblica* on 07 March 2022. The main headline is "Guerra in Ucraina, la diretta da Kiev". Below it, a large article titled "Corridoi a senso unico" is featured, with a sub-headline: "Diretta Alle 15 riprendono i negoziati. L'Italia nella lista di Mosca sui Paesi ostili. No di Kiev ai 6 corridoi umanitari indicati dai russi". The article is attributed to Flavia Bini. Navigation menus for various sections like "Politica", "Economia", and "Mondo" are visible at the top.



The screenshot shows the homepage of *LA STAMPA* on 07 March 2022. The main headline is "Attacco all'Ucraina". Below it, a large article titled "Guerra in Ucraina, per Putin 'L'Italia è Paese ostile'. Pechino pronta a mediare. Il Cremlino: 'Stop istantaneo se Ucraina accetta neutralità, riconoscimento Crimea russa e repubbliche Donbass'" is featured. The article is attributed to Francesco Marrocco, Monica Perissin, Chiara Ballo, Giuliano Balestrieri, and Roberto Pinna. Navigation menus for various sections like "TUTTO LIBRI", "TORINO SETTE", and "TUTTO SOLDI" are visible at the top.



The screenshot shows the homepage of *HUFFPOST* on 07 March 2022. The main headline is "LIVE - Al via il 3° round di negoziati. Mosca apre corridoi umanitari verso Russia e Bielorussia. Kiev protesta, Macron accusa i russi di ipocrisia e cinismo". Below it, a sub-headline reads "Berlino blocca le sanzioni su gas e petrolio russi. E'". The article is attributed to Fabrizio Pagani and Elisabetta Guadagni. Navigation menus for various sections like "GUERRA UCRAINA", "COVID", and "VISTO DI SICUREZZA" are visible at the top.

Siti e abbonamenti online: alcuni dei risultati raggiunti nel 2021

Il Gruppo GEDI raccoglie giornalmente 5,3 milioni di utenti unici e, con quasi 27,2 milioni di utenti mensili sull'insieme dei suoi siti, si posiziona al quinto posto per audience tra gli operatori dell'intero mercato digitale italiano.

La Repubblica registra una Total Digital Audience giornaliera di 3,2 milioni e mediamente, nel 2021, il 58% dell'utenza internet interessata alle News si è informata almeno una volta al mese tramite il sito*. Il sito de *La Stampa* ha registrato invece un'attività media online di circa 1 milioni di utenti unici nel giorno medio, mentre tutte le altre testate locali hanno registrato 756 mila utenti, con un peso preponderante del traffico mobile.

Nel 2021 è proseguito il positivo andamento dell'attività di vendita degli abbonamenti digitali, grazie a una massimizzazione della redditività della customer base unita ad attività promozionali e di "retention" come il programma di loyalty GEDI Smile. In seguito a queste azioni, il Gruppo a fine dicembre ha raggiunto i 282 mila abbonati, oltre il 19% in più rispetto a fine dicembre 2020.

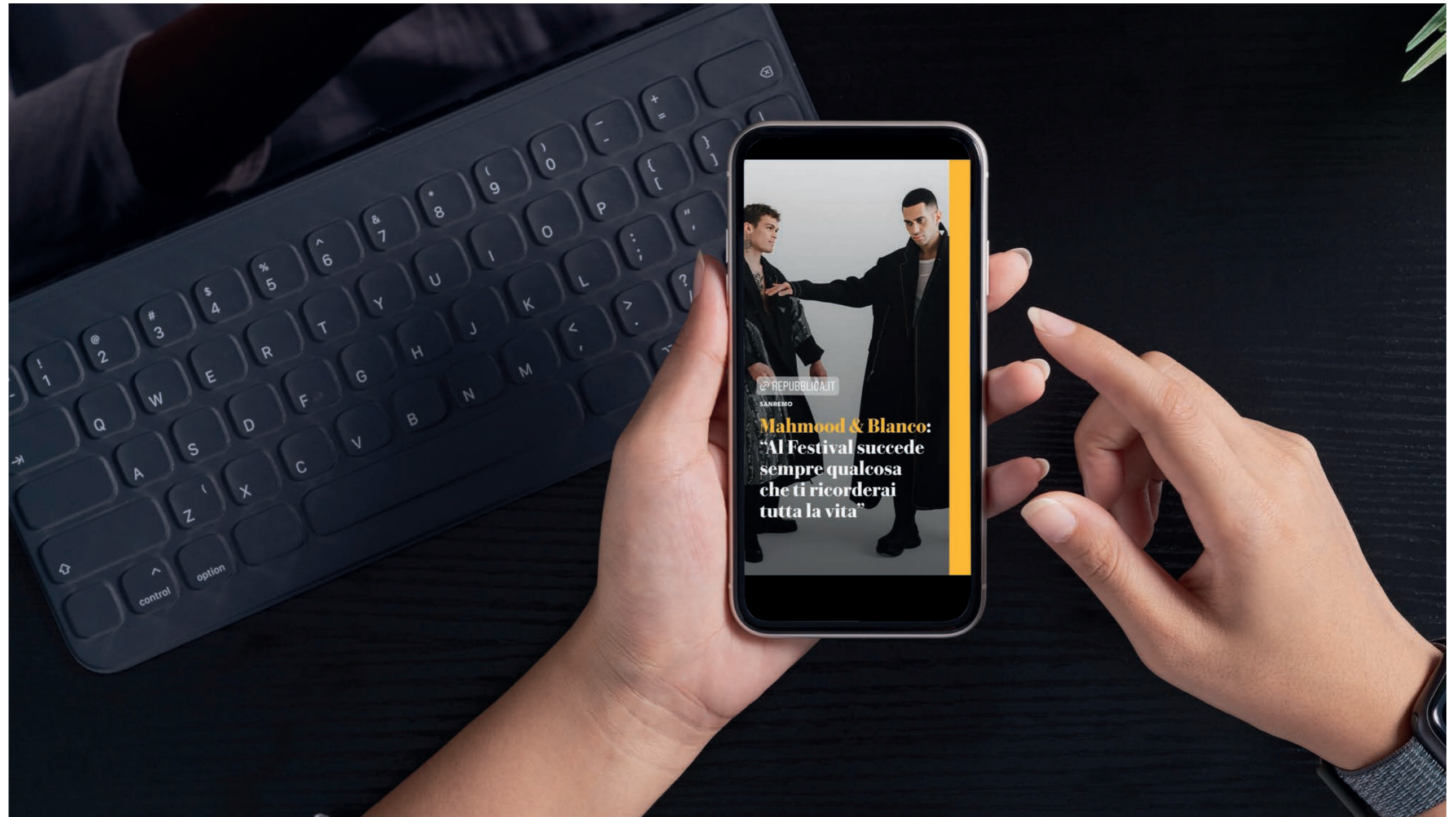
*Fonte: Audiweb, dati medi gennaio - novembre 2021

La crescita sui canali social

Il 2021 è stato inoltre un anno di innovazione e di focus sulla qualità dei contenuti per i social delle testate del Gruppo GEDI, strategia che ha portato risultati importanti in termini di audience e di engagement. Particolare attenzione va posta al boom di Instagram, piattaforma che permette di raggiungere target più giovani rispetto ai siti tradizionali come dimostrano i risultati di La Repubblica (1.62M di fan, +21.22% di crescita sul 2020, 58.60M interazioni generate dagli utenti) e La Stampa (460.4K di fan, +24.73% di crescita sul 2020, 9.08M di interazioni generate dagli utenti).

Se si aggiungono le nuove società acquisite dal gruppo, come HuffPost Italia e Alfemminile, si registra un totale di interazioni generale superiore a 85 milioni e oltre 140 milioni di visualizzazioni, senza contare i Reels: soltanto i video de La Repubblica nel nuovo formato della piattaforma Instagram hanno totalizzato oltre 160 milioni di visualizzazioni nel corso dell'anno.

Stabile anche la crescita su Facebook, in media del 4% per le testate del gruppo, con un totale di oltre 70 milioni di interazioni generate dagli utenti e più di 250 milioni di visualizzazioni.



Gli approfondimenti

Insieme al lavoro di informazione quotidiana e real time delle testate della categoria News, le attività del Gruppo GEDI si compongono di testate periodiche e portali tematici di approfondimento:

L'Espresso, fondato nel 1955, è un settimanale di cultura, economia e politica che sin dalla sua nascita ha saputo raccontare e analizzare, grazie alle sue autorevoli "firme", i principali fatti della storia nazionale e internazionale, alimentando il dibattito e il confronto nell'opinione pubblica italiana. Con la sua nascita ha avuto inizio la storia del Gruppo L'Espresso.

National Geographic, edizione italiana della celebre rivista statunitense fondata nel 1888, nasce nel febbraio 1998. La sua pubblicazione legata alla geografia e tutela ambientale nel senso più ampio del termine, con particolare attenzione alla qualità fotografica, si è arricchita nel 2018 di 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 nuove realtà.

Limes, rivista italiana di geopolitica fondata nel 1993, si è ormai affermata come uno dei più influenti e autorevoli luoghi di riflessione geopolitica. Nell'aprile del 2021 si è inaugurato il primo anno di lezioni della Scuola di Limes, che con una modalità di fruizione interamente da remoto ha già formato oltre 100 studenti nazionali e internazionali.

Le Scienze, edizione italiana di Scientific American con analisi e ricerche legate a tutte le discipline scientifiche, e Mind, nato nel 2018 dall'evoluzione di Mente & Cervello, mensile di psicologia e neuroscienze.

I Content Hub dal 2020 il Gruppo ha deciso di raccogliere alcune risorse giornalistiche specializzate per creare nuovi ed esclusivi verticali tematici distribuite in modo trasversale sui siti delle singole testate. Le prime due iniziative editoriali sono state Green&Blue e Salute, rispettivamente dedicate alla sostenibilità e ai nuovi sviluppi della medicina, seguite dal lancio nel corso dell'anno di Moda e Beauty, hub con focus su fashion e lifestyle, Il Gusto sui piaceri enogastronomici del nostro Paese, e Italian Tech dedicato al futuro della tecnologia.

Alfemminile, da oltre vent'anni il più noto brand italiano di informazione digitale dedicato alle donne. Affronta tematiche di inclusività, gender gap, self care & self love, imprenditoria femminile ed emancipazione, approcciando ogni mese più di 6 milioni di utenti sul sito e sui rispettivi canali social.

AutoXY, tra i primi e principali motori di ricerca italiani specializzati nel mercato delle automobili. Fondato a Lecce nel 2009, semplifica la ricerca di un'automobile creando un collegamento diretto tra gruppi automobilistici, concessionari e clienti finali.



I prodotti editoriali in abbinamento alle testate

Anche nel corso del 2021 sono state lanciate iniziative promozionali finalizzate a sostenere la diffusione dei quotidiani e delle testate periodiche del Gruppo, interessando i diversi ambiti della divulgazione culturale, storica e scientifica.

Letteratura e saggistica – sono continuate le collane di romanzi e opere letterarie in genere, come Leonardo Sciascia, per celebrare i 100 anni dalla nascita dello scrittore siciliano, e l'esclusiva versione illustrata in 9 volumi della Divina Commedia (oltre 600 immagini in totale) in occasione del settecentenario dalla morte del Sommo Poeta.

Per avvicinare anche i più piccoli, è uscito con tutte le testate del Gruppo La Divina Commedia di Geronimo Stilton, personaggio amatissimo dai bambini.

La Giornata della Memoria è stata ricordata con una raccolta di racconti inediti di Primo Levi dal titolo Auschwitz città tranquilla e con il libro per ragazzi Cosa hanno mai fatto gli ebrei? dello storico Roberto Finzi. Infine, nella saggistica il grande successo è stato rappresentato dalla collana La Storia raccontata da Alessandro Barbero: la raccolta dei suoi testi che spaziano tra epoche storiche passate e recenti.

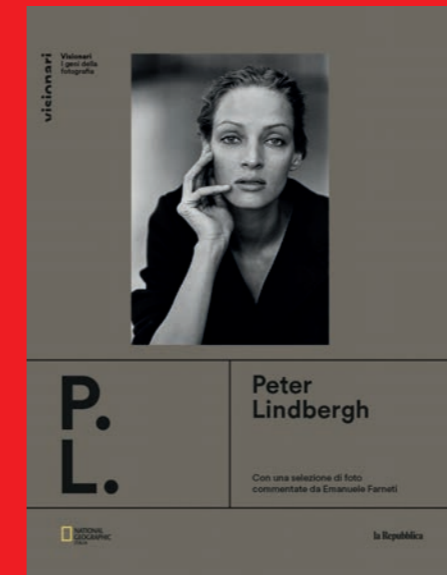
Musica – è proseguita l'offerta di cd musicali principalmente dedicati alla musica classica. È stata lanciata la collezione Beethoven 250, in occasione dei duecentocinquanta anni dalla nascita del

grande compositore: 18 cd con le sue più grandi e celebri esecuzioni. Inoltre, per ricordare il Maestro Morricone il Gruppo ha realizzato una collana in 16 cd, Ennio Morricone Complete Collection, con il meglio della sua produzione musicale.

Fotografia – si è arricchita la pubblicazione della 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, CartierBresson 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 continuata la 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 posiziona 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.





L'intrattenimento

Nel corso degli anni, GEDI ha sviluppato la propria attività nel settore radiofonico creando un importante polo di intrattenimento, informazione e contenuti di qualità grazie a tre emittenti nazionali di assoluto valore: **Radio DeeJay, Radio Capital e m2o**.

Ad arricchire l'offerta di piattaforme prettamente radiofoniche, anche portali web come **Mymovies, Tv Zap – la tv social** e soprattutto **One Podcast**, l'app lanciata ufficialmente a inizio 2022 per raccogliere l'intera offerta di produzione audio del Gruppo – dai podcast giornalistici alle serie prodotte dalla factory di DeeJay.

Radio DeeJay, fondata nel 1982 da Claudio Cecchetto, festeggia nel 2022 i suoi primi 40 anni. Grazie a 4,9 milioni di ascoltatori nel giorno medio (rilevazione RadioTer relativa al II Semestre 2021) si conferma leader nell'intrattenimento, con

programmi di successo condotti da personaggi noti nel mondo dello spettacolo, tra cui Linus che ricopre anche il ruolo di direttore artistico, Nicola Savino, Fabio Volo, Alessandro Cattelan e il Trio Medusa. È la radio che guida le tendenze musicali, con una forte community (è la prima radio con 1 milione di fan su Instagram) che la segue con partecipazione nelle sue occasioni di contatto diretto con il pubblico.

Radio Capital, nasce a metà anni '80, stabile con 1,5 milioni di ascoltatori nel giorno medio (rilevazione RadioTer relativa al II Semestre 2021), è sempre stata un punto di riferimento per il pubblico amante della musica di qualità accompagnata da intrattenimento e da una valida copertura informativa. That'Life è il claim scelto con cui la radio desidera esplorare il potenziale ancora inespresso: 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. 1,7 milioni sono gli ascoltatori nel giorno medio di m2o (rilevazione RadioTer relativa al II Semestre 2021). 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 la trasformazione digitale del business facendo leva sulla forza/ricchezza dei brand del Gruppo e sul processo di acquisizione, sviluppo e gestione dei clienti/abbonati.
- affrontare il declino strutturale dei ricavi della componente tradizionale del business razionalizzando la base costi, sempre 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.

Presidio e strategia digitale

Nel corso del 2021 si è accelerato il processo di trasformazione verso la digitalizzazione del mondo dei media e, in tal senso, si è osservata una continua crescita della fruizione da parte dei lettori delle informazioni in versione digitale con contestuale aumento di audience e abbonati. In tale ottica, 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 2021 ha consolidato il suo 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: il 2021 è stato l'anno dell'accelerazione digitale con il rilascio di nuovi progetti e di sviluppi tecnologici già avviati nella seconda parte dell'anno 2020. In ambito editoriale, sul modello dei siti de la Repubblica e dei Quotidiani Locali, sono stati pubblicati i nuovi siti de La Stampa e de l'Espresso, realizzati in ottica di totale integrazione fra i sistemi editoriali dei prodotti digitali e il sistema editoriale utilizzato per la realizzazione dei prodotti cartacei, per gestire in modo sinergico, immediato e strutturale ogni evoluzione realizzata per un singolo brand. Oltre ai siti, nel corso dell'anno è stata messa a punto la nuova MasterApp di Gruppo, architettura digitale comune su cui sono state sviluppate e rilasciate le app di Repubblica, La Stampa e HuffPost. Il nuovo modello consente di unire in una sola app tutti i contenuti free e premium realizzati dalle singole testate.

Sul fronte dell'offerta digitale, è stata ampliata la gamma dei Content Hub ed è stata lanciata la piattaforma per la pubblicazione delle dirette e dei dati sportivi. Nell'ultimo trimestre 2021 è stato infine lanciato Joy.it, il portale che aggrega milioni di offerte provenienti dai più prestigiosi e-commerce del settore moda e beauty. Infine, è stata sviluppata **OnePodcast**, l'app che aggrega



tutti i contenuti audio di Gruppo: pubblicata a gennaio 2022, i suoi contenuti news sono monetizzati tramite abbonamento mentre i contenuti radiofonici sono accessibili a tutti gli utenti.

Intelligenza Artificiale: in occasione delle elezioni amministrative è stata pubblicata una piattaforma di creazione di notizie brevi realizzate dall'intelligenza artificiale. Le notizie erano generate in modo automatico in base ai dati che venivano pubblicati dal Ministero utilizzando modelli realizzati dalla redazione. I contenuti erano visibili nelle sezioni "elezioni" di ogni singola testata, consentendo di migliorare il posizionamento dei siti sui motori di ricerca.

Progetti strategici, Content Relationship Management, Data Strategy: nel corso dell'anno sono stati progressivamente rilasciati tutti i servizi del progetto di trasformazione "CRM" (Content Relationship Management) per la gestione di tutti i rapporti e le interazioni con i clienti di GEDI. La completa migrazione di tutti i servizi su tutti i brand è prevista nel 2022 ma già nel 2021 La Stampa e Il Secolo XIX hanno concluso il totale passaggio. La nuova piattaforma CRM di Gruppo gestisce tutto il ciclo degli utenti dalla registrazione all'acquisto di un prodotto, dagli strumenti per il customer care ai servizi per il marketing per azioni di retention e di acquisition. Componente importante del progetto è la nuova piattaforma di paywall, operativa su tutti i brand e integrata con i motori di contenuti personalizzati e di erogazione di offerte profilate. Nella prima metà del 2021 è stata formulata la *data strategy*, una analisi strategica volta ad individuare ambiti di applicazione della data science e degli algoritmi di machine learning ai dati digitali del Gruppo GEDI, al fine di sviluppare ed accrescere i volumi di pubblicità e abbonamenti.

Nel corso del 2021 è stato siglato un importante accordo di partnership per lo sviluppo di tecnologie di analisi ed elaborazione dati su piattaforme Google e si è dato avvio al progetto di implementazione di tali piattaforme; esse permetteranno di accrescere le capacità di analisi dei dati per alimentare decisioni di business e una migliore comprensione dei fenomeni aziendali, oltre a costituire la base per lo sviluppo delle attività di data science e machine learning delineate durante la data strategy.

Iniziative e finanziamenti: nel corso del 2021 si è concluso il progetto DNI (Digital News Initiative) Come Together, finanziato da Google, ed è stata lanciata la 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.

In luglio 2021 si è concluso anche 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 in ambito progetti per l'Europa, in novembre 2021, GEDI ha presentato il nuovo progetto EU4Yourfuture che è stato finanziato dal Parlamento Europeo nell'ambito delle azioni a sostegno della Conferenza sul futuro dell'Europa.

GEDI è partner dell'Hub italiano, **IDMO Italian Digital Media Observatory**, ideato dalla Commissione Europea per diffondere pratiche positive nell'uso dei media digitali attraverso la e-literacy e il fact-checking. Coordinato dall'Università Luiss Guido Carli, il Gruppo partecipa insieme a RAI, TIM, Università di Tor Vergata, T6 Ecosystems, Newsguard, Pagella Politica.





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 del 2020 erano stati fortemente penalizzati dall'andamento del primo semestre, periodo nel corso del quale tutte le attività del Gruppo avevano 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. In particolare, il calo dei consumi si era riflesso direttamente sull'andamento degli investimenti pubblicitari.

Anche il 2021 si è caratterizzato per la prosecuzione dell'emergenza sanitaria e delle connesse misure restrittive. In Italia, il numero dei contagi ha conosciuto una progressione a partire da febbraio, toccando un picco nella terza decade di marzo. A partire da metà aprile la situazione è stata in miglioramento e ha consentito l'avvio di una fase

di progressiva riduzione delle restrizioni, con la riapertura delle attività commerciali.

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 2021 è stato pari a € 533,8 milioni (in decremento rispetto a € 535,8 milioni del 2020).

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

- I **costi operativi** sono stati pari a € 332,3 milioni (+2% rispetto al 2020), 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 € 191,8 milioni (-8% rispetto al 2020), rappresentata per la maggior

Prospetto del Valore Economico di GEDI

(€ mn)	2020	2021
Ricavi netti dalle vendite	533,2	519,7
Altri proventi	2,6	14,2
Valore Economico generato	535,8	533,8
Costi operativi	324,2	332,3
Personale	209,5	191,8
Finanziatori	11,2	7,3
Azionisti	0,0	0,0
Pubblica Amministrazione	-10,6	4,8
Valore Economico distribuito agli stakeholder	534,4	536,2
Ammortamenti e svalutazioni	167,5	47,9
Utile/perdita di esercizio	-166,0	-50,3
Valore Economico trattenuto dal Gruppo	1,4	-2,4

- parte dai salari e dagli stipendi delle persone del gruppo GEDI.
- La distribuzione del **Valore Economico** ai finanziatori nel 2021 è stata pari a € 7,3 milioni (-35% rispetto al 2020).
 - La **distribuzione del Valore Economico agli azionisti** è stata praticamente nulla.
 - La remunerazione della **Pubblica Amministrazione**, sotto forma di imposte, è stata pari a circa €4,8 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'espressa 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.

Introduzione alla Tassonomia UE

Per realizzare i piani d'azione che l'Unione Europea si è posta per la sostenibilità del continente, è essenziale coinvolgere anche il settore privato e orientare gli investimenti verso progetti e attività sostenibili. In quest'ottica, le istituzioni europee hanno introdotto, attraverso il Regolamento UE 2020/852 (**Regolamento**) una classificazione (c.d. **tassonomia**) delle attività economiche, che fornisce alle imprese, agli investitori e alle istituzioni pubbliche, criteri e modalità condivise in tutta l'Unione per identificare e rendicontare le attività economiche che rispondono ai criteri di "ecosostenibilità" definiti.

In particolare, ai sensi del Regolamento, un'attività economica è valutata ecosostenibile se:

- **Contribuisce in modo sostanziale al raggiungimento di almeno uno dei seguenti sei obiettivi ambientali** (definiti nell'art. 9 del Regolamento): *i*) mitigazione dei cambiamenti climatici; *ii*) adattamento ai cambiamenti climatici; *iii*) uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine; *iv*) transizione verso un'economia circolare; *v*) prevenzione

e riduzione dell'inquinamento; *vi*) protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi.

- **Non arreca un danno significativo** a nessuno dei sopracitati obiettivi ambientali (c.d. criterio "**Do Not Significant Harm**");
- **È svolta nel rispetto delle garanzie sociali minime**, riconoscendo l'importanza dei diritti e delle norme internazionali;
- **E' conforme ai criteri di vaglio tecnico**, che identificano e definiscono, per ciascuno dei sei obiettivi, i criteri da rispettare affinché un'attività possa essere considerata valida o meno ai fini della tassonomia.

Per la definizione dei criteri di vaglio tecnico, il Regolamento richiede alla Commissione Europea la pubblicazione di specifici Atti Delegati, nell'ambito dei quali definire i requisiti di sostenibilità delle attività. Alla data di approvazione della presente rendicontazione, è stato emanato un Atto Delegato (n.2139/2021) contenente i criteri di vaglio tecnico per i primi due obiettivi ambientali sopra indicati e si attende l'emanazione degli Atti Delegati per gli altri quattro.



¹ La normativa definisce attività "eleggibile" o "ammissibile alla tassonomia" un'attività economica "descritta negli atti delegati adottati [...] indipendentemente dal fatto che tale attività economica soddisfi uno o tutti i criteri di vaglio tecnico stabiliti in tali atti delegati" (Art. 1, Atto Delegato 2178).

² 8.3 "Attività di programmazione e trasmissione" come definito nell'allegato 2 dell'Atto Delegato 2139/2021.

³ Con riferimento all'attività radiofonica, il Gruppo diffonde radio in modulazione di frequenza per conto delle tre emittenti (Radio Deejay, Radio Capital, m2o). La trasmissione avviene attraverso circa 900 frequenze irradiate da siti trasmettenti ove sono collocate antenne su tralicci metallici. La normativa ha incluso tale attività nella lista dei settori potenzialmente in grado di contribuire all'obiettivo di adattamento al cambiamento climatico

⁴ L'articolo 16 del Regolamento 2020/852 descrive un'attività abilitante come segue: "si considera che un'attività economica contribuisce in modo sostanziale a uno o più degli obiettivi ambientali enunciati all'articolo 9 se consente direttamente ad altre attività di apportare un contributo sostanziale a uno o più di tali obiettivi, a condizione che: a) non comporti una dipendenza da attivi che compromettono gli obiettivi ambientali a lungo termine, tenuto conto della vita economica di tali attivi; e b) abbia un significativo impatto positivo per l'ambiente, sulla base di considerazioni relative al ciclo di vita."

Tutte le società che rientrano negli obblighi definiti dal Regolamento sulla tassonomia, devono rendicontare informazioni su come e in che misura le proprie attività siano associate ad attività considerate ecosostenibili ai sensi della tassonomia UE. In particolare, in questo primo anno di applicazione, occorre predisporre un'informativa che includa la quota delle attività economiche ammissibili alla tassonomia (o «Taxonomy – Eligible») e non ammissibili alla tassonomia, nell'ambito del proprio fatturato, delle spese in conto capitale e delle spese operative totali effettuate. Trattandosi del primo anno di applicazione di una nuova normativa a livello internazionale, tutti i criteri e le assunzioni effettuate e inserite in questo paragrafo sono basate sulle informazioni e sui requisiti attualmente disponibili, che potrebbero essere soggetti a future revisioni. Il Gruppo GEDI, in linea con gli impegni di rendicontazione delle performance ESG, ha condotto, su base volontaria, una mappatura delle proprie attività al fine di identificare fra le stesse quelle che la tassonomia ritiene potenzialmente in grado di contribuire agli obiettivi di mitigazione e/o di adattamento climatico (c.d. attività «**eleggibili**»¹). Da tale mappatura si è riscontrata nell'attività radiofonica^{2,3} l'unica attività associabile al business del Gruppo GEDI e inserita nell'ambito delle attività che possono contribuire agli obiettivi di cambiamento climatico e, in particolare, esclusivamente all'obiettivo di adattamento al cambiamento climatico.

Nello specifico, l'attività radiofonica potrebbe, nelle condizioni previste dai criteri di vaglio tecnico, definirsi come c.d. attività «**abilitante**»⁴ in quanto in grado di consentire ad altri operatori economici di apportare un contributo sostanziale a uno o più degli obiettivi ambientali.

Con riferimento quindi al perimetro sopra indicato, la presente informativa sulla tassonomia è resa in termini di rapporto tra le attività eleggibili e il totale delle attività del Gruppo, rendicontando come meglio di seguito specificato **fatturato**, spese in conto capitale (**CapEx**) e spese operative (**OpEx**). Si specifica che, come consentito in fase di prima applicazione della normativa, le predette voci sono rendicontabili sebbene non siano stati ancora verificati i criteri di vaglio tecnico, il criterio «Do Not Significant Harm» e le garanzie sociali minime.

Per quanto concerne il calcolo delle quote di fatturato, si specifica altresì che a regime di piena applicazione delle norme, il fatturato associato alle attività che contribuiscono esclusivamente all'adattamento al cambiamento climatico (come quella radiofonica) potrà essere incluso nel calcolo solo se trattasi di attività abilitanti, pienamente allineate ai criteri definiti dalla tassonomia. Non essendo ancora stato valutato, come in precedenza illustrato, l'effettivo allineamento dell'attività in esame con i criteri definiti dalla tassonomia, non è stato possibile stabilire se essa rispetti tutti i parametri per essere definita abilitante. Tuttavia, conformemente al dettato normativo, l'attività si configura come «idonea a essere abilitata»⁵, in quanto l'effettiva conformità sarà analizzata nel prossimo ciclo di reporting; in virtù di tale configurazione e del contesto normativo di riferimento, per la rendicontazione 2021 i ricavi connessi all'attività radiofonica sono stati inclusi nel calcolo dell'indicatore.

Nella tabella sono quindi riportati i KPI di fatturato, CapEx e OpEx con riferimento all'attività radiofonica, senza prendere in considerazione, per questo primo anno di reporting, i criteri di vaglio tecnico previsti. La determinazione dei tre KPI è condotta direttamente dalla direzione amministrativa di Gruppo

2021	Quota eligible	Quota non eligible
Fatturato	9,9%	90,1%
CapEx	16,9%	68,6%
OpEx	31,4%	83,1%

⁵ Nella sua bozza di comunicazione del 2/2/2022, la Commissione definisce un'attività come «idonea a essere abilitata» quando l'attività è potenzialmente identificabile come abilitante rispetto all'obiettivo di adattamento al cambiamento climatico, ma non è ancora stato valutato l'allineamento rispetto ai criteri di vaglio tecnico previsti.

che, sulla base delle indicazioni riportate nell'Allegato 1 all' Atto Delegato 2178/2021, ha identificato i valori da includere all'interno dei KPI a partire dalle voci di bilancio. Per il numeratore, sono state impiegate esclusivamente le voci di bilancio della controllata Elemedia Spa a cui fanno univocamente riferimento tutte le attività radiofoniche del Gruppo. Per il calcolo del denominatore invece, sono state incluse tutte le relative voci di consolidato, e nello specifico: per il fatturato, i ricavi da vendita di prodotti e servizi, per quanto riguarda la voce di CapEx, gli incrementi lordi contabilizzati nell'anno sugli asset del Gruppo e, infine, per gli OpEx, i costi riferiti alle attività di ricerca e sviluppo, agli affitti e noleggi e i costi di manutenzione. Per evitare eventuali doppi conteggi nel computo dei tre KPI, i valori sono stati determinati direttamente a partire dalle voci comprese nel bilancio di Elemedia S.p.A. per quanto riguarda il numeratore e nel bilancio di GEDI S.p.A. per quanto riguarda il denominatore, entrambi i bilanci predisposti in base ai principi contabili internazionali IAS/IFRS.

Dal punto di vista della composizione, gli elementi principali ricompresi nei tre indicatori sono: i) i ricavi della gestione caratteristica, con riferimento in particolare ai ricavi da pubblicità e da servizi e prodotti dell'attività eleggibile al numeratore, e il totale ricavi consolidati al denominatore (inclusi i ricavi da pubblicazioni); ii) per quanto riguarda gli OpEx, sono inclusi primariamente i costi sostenuti per la promozione dei marchi, considerati riferibili allo «sviluppo» dei brand, i costi per la manutenzione dell'infrastruttura digitale e per la diffusione del segnale, e i costi di affitto e noleggi; iii) nel CapEx sono inclusi i soli incrementi riferiti agli asset, impianti e macchinari del Gruppo e ai diritti di utilizzo delle frequenze radio.

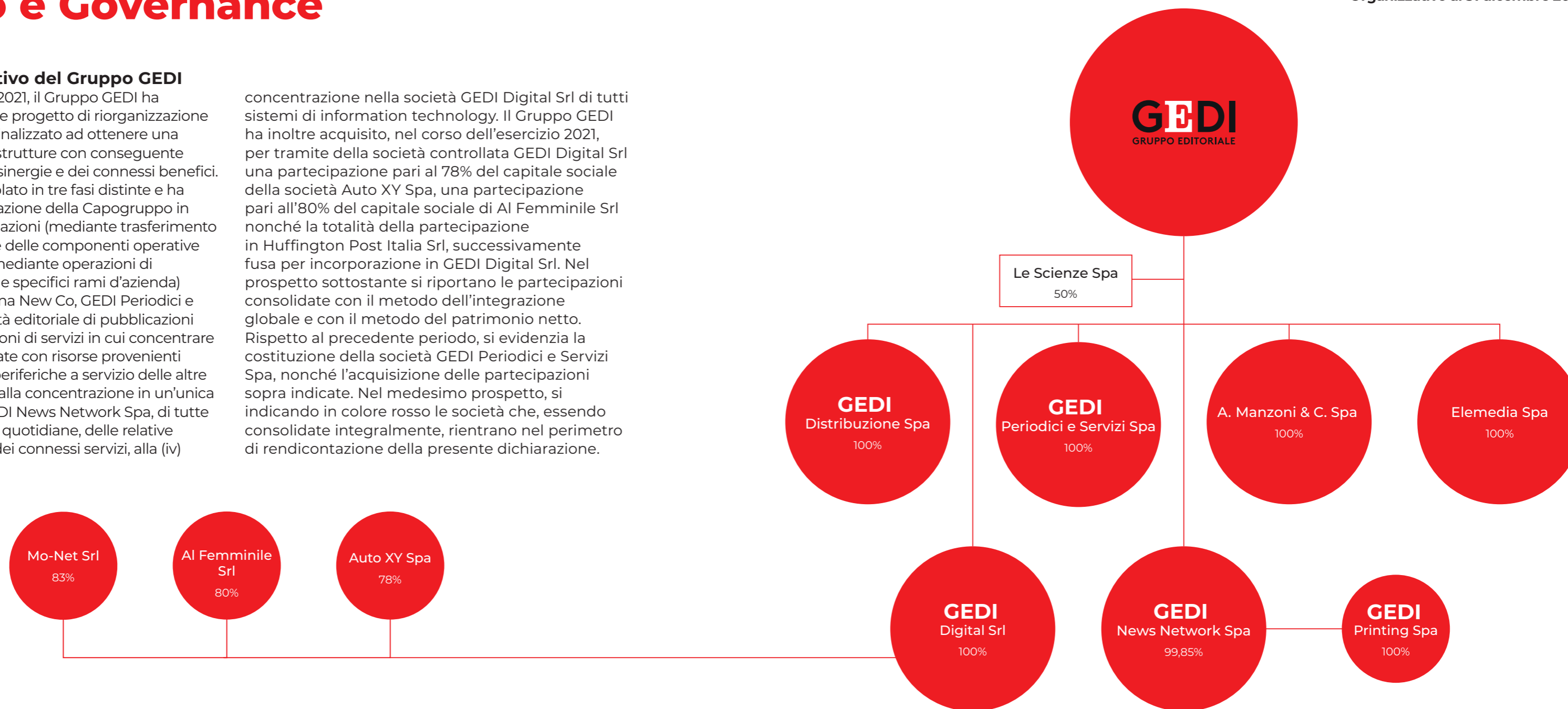
Non sono presenti, nei valori riportati, importi connessi ad attività economiche incluse nella tassonomia condotte per il consumo interno del Gruppo. All'interno delle voci di CapEx e di OpEx, non figurano elementi riconducibili a un piano volto ad espandere le attività economiche allineate alla tassonomia.

Assetto e Governance

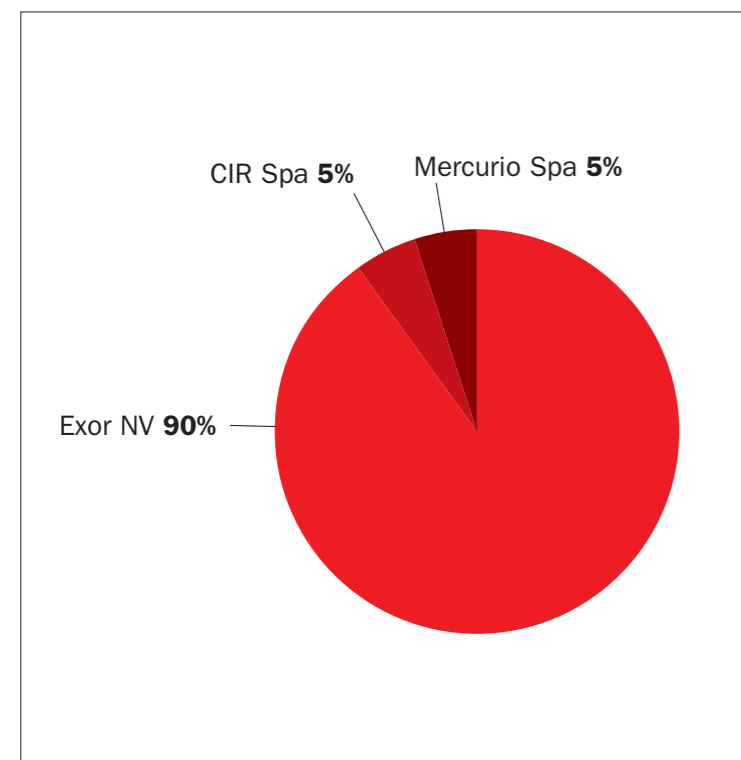
Assetto organizzativo del Gruppo GEDI

Nel corso dell'esercizio 2021, il Gruppo GEDI ha realizzato un importante progetto di riorganizzazione dell'assetto societario, finalizzato ad ottenere una razionalizzazione delle strutture con conseguente massimizzazione delle sinergie e dei connessi benefici. Tale progetto, si è articolato in tre fasi distinte e ha portato (i) alla trasformazione della Capogruppo in una holding di partecipazioni (mediante trasferimento nelle società controllate delle componenti operative e funzioni corporate – mediante operazioni di conferimento di singoli e specifici rami d'azienda) (ii) alla costituzione di una New Co, GEDI Periodici e Servizi Spa, quale società editoriale di pubblicazioni periodiche e di prestazioni di servizi in cui concentrare tutte le funzioni corporate con risorse provenienti dalla Capogruppo e/o periferiche a servizio delle altre società del Gruppo, (iii) alla concentrazione in un'unica società editoriale, la GEDI News Network Spa, di tutte le testate giornalistiche quotidiane, delle relative strutture redazionali e dei connessi servizi, alla (iv)

concentrazione nella società GEDI Digital Srl di tutti sistemi di information technology. Il Gruppo GEDI ha inoltre acquisito, nel corso dell'esercizio 2021, per tramite della società controllata GEDI Digital Srl una partecipazione pari al 78% del capitale sociale della società Auto XY Spa, una partecipazione pari all'80% del capitale sociale di AI Femminile Srl nonché la totalità della partecipazione in Huffington Post Italia Srl, successivamente fusa per incorporazione in GEDI Digital Srl. 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 costituzione della società GEDI Periodici e Servizi Spa, nonché l'acquisizione delle partecipazioni sopra indicate. Nel medesimo prospetto, si indicando in colore rosso le società che, essendo consolidate integralmente, rientrano nel perimetro di rendicontazione della presente dichiarazione.



GEDI Spa
Compagine azionaria al 31 dicembre 2021



GEDI Spa
Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31 dicembre 2021

Genere	%
Uomini	88%
Donne	13%
Età	%
<30	-
30-50	38%
>50	63%

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 dall'Assemblea

degli Azionisti il 22 aprile 2021 che ha determinato in nove il numero dei componenti; 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 2023. Il Consiglio di Amministrazione della società tenutosi in data 22 aprile 2021 ha confermato e nominato Presidente del Consiglio di Amministrazione l'Ing.

GEDI Spa - Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31 dicembre 2021

Nome	Carica
John Elkann	Presidente
Maurizio Scanavino	Amministratore Delegato
Carlo Perrone	Vice Presidente
Marco De Benedetti	Amministratore
Federico Marchetti	Amministratore
Turi Munthe	Amministratore
Pietro Supino	Amministratore
Tatiana Rizzante	Amministratore

John Elkann, Vicepresidente il Dott. Carlo Perrone e Amministratore Delegato l'Ing. Maurizio Scanavino, confermando lo stesso quale Direttore Generale della Società. A seguito delle dimissioni dalla carica di componente del Consiglio di Amministrazione presentate dalla Dott.ssa Giacaranda Caracciolo di Melito Falck, il Consiglio di Amministrazione è attualmente composto da otto componenti e non essendo intervenuta alcuna cooptazione, verrà rimessa alla prossima Assemblea dei Soci ogni

deliberazione in merito. Si riporta di seguito la composizione del Consiglio di Amministrazione di Gedi Spa al 31 dicembre 2021.

Il capitale sociale di GEDI Spa al 31 dicembre 2021 è pari a € 76.303.571,85, rappresentato da n.490.208.941 azioni, con la seguente compagine azionaria: EXOR NV n.439.339.893 azioni di categoria A, CIR Spa 25.434.524 azioni di categoria B e Mercurio Spa 25.434.524 azioni di categoria B.

La gestione dei rischi

Con riferimento al controllo interno e alla gestione dei rischi, il Consiglio di Amministrazione della società ha definito l'assetto di Governance Interna, 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 e incluse nel 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, formulando di volta in volta, nell'ambito degli interventi di audit, proprie valutazioni indipendenti al riguardo. In aggiunta ai rischi identificati nella Relazione finanziaria annuale del Gruppo, connessi in particolare alle condizioni generali dell'economia e del settore editoriale, a rischi di prezzo e di credito, a rischi legali, di

compliance e di regolamentazione del settore e rischi finanziari, 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. 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. Per i rischi relativi al rispetto delle normative in materia di salute e sicurezza sul posto di lavoro, si rinvia alla sezione dedicata alla gestione delle risorse umane ed in particolare alla sicurezza sul lavoro.
- **Tematiche sociali e rispetto dei diritti umani.** I potenziali rischi in ambito diritti umani mappati in

capo al Gruppo GEDI quale operatore media sono riconducibili in particolare alla tutela della proprietà intellettuale, alla pubblicità responsabile e al trattamento dei dati personali. Nel rinviare per una descrizione dettagliata delle azioni a presidio di tali tematiche alla sezione dedicata alla responsabilità verso al collettività, con riferimento in particolare al trattamento dei dati personali e ai rischi di sicurezza informatica degli stessi, si evidenzia che a fronte della necessità di rafforzare il livello di sicurezza IT a causa sia dalla recrudescenza degli attacchi informatici verificatasi nell'ultimo periodo che dall'elevato ricorso allo smartworking che aumenta la superficie di attacco informatico per l'utilizzo spinto di flussi di lavoro totalmente digitali, le società del Gruppo si sono dotate di misure organizzative, tecniche e procedurali per presidiare tali rischi. Si rileva poi la presenza di potenziali rischi legati ai diritti umani inerenti alla catena di fornitura, prevalentemente legati alla catena di distribuzione, gestiti attraverso la condivisione con i fornitori dei principi etico comportamentali e delle politiche che guidano il Gruppo.

- **Tematiche ambientali.** Il Gruppo Gedi presidia costantemente la tematica dei rischi in materia ambientale, ponendo in essere azioni volte a prevenirne e a contenerne gli impatti potenziali. In particolare, a presidio delle tematiche gestionali e di compliance in materia ambientale, il Gruppo GEDI si avvale sia di una struttura interna dedicata sia di società esterne con competenze specifiche

in relazione al settore in cui opera il Gruppo, incaricate di effettuare periodiche attività di verifica, assessment ed eventuale gap analysis. Complessivamente, il Gruppo GEDI è impegnato nella salvaguardia dell'ambiente attraverso 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. La gestione e il consumo di carta sono aspetti fondamentali per il Gruppo e svolgono tuttora un ruolo di primaria importanza per quanto riguarda la riduzione degli impatti ambientali. Il Gruppo cerca inoltre di operare garantendo un utilizzo responsabile delle varie risorse, attraverso la riduzione dei consumi energetici e idrici e una migliore gestione delle emissioni in atmosfera. Per maggiori informazioni, si rinvia alla sezione dedicata agli impatti ambientali del Gruppo.

- **Lotta alla corruzione attiva e passiva.** Nell'ambito della lotta alla corruzione attiva e passiva, il Gruppo GEDI adotta valori e regole etico comportamentali, policy e procedure interne nonché specifici protocolli e controlli in ambito di Modello 231/2001 delle società, oggetto di divulgazione al proprio personale aziendale e ai propri business partner nonché di verifica per garantirne la corretta applicazione. Per un approfondimento di tale tematica si rinvia ai paragrafi successivi dedicati

alle tematiche anticorruzione, al Modello 231 e al Codice Etico del Gruppo.

GEDI ha inoltre predisposto un portale (c.d. “Portale Whistleblowing”) per effettuare le segnalazioni con modalità informatiche, idoneo a garantire la riservatezza dell’identità del segnalante nelle attività di gestione delle segnalazioni. Tale 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 sono trattate garantendo la riservatezza del segnalante nonché la tutela del segnalato.

Il Modello 231 e le tematiche anticorruzione

Il Gruppo GEDI è sensibile all’esigenza di assicurare condizioni di correttezza e trasparenza nella conduzione delle attività aziendali, delle aspettative dei propri stakeholder e del lavoro dei propri dipendenti ed è consapevole dell’importanza di dotarsi di un sistema di controllo interno aggiornato e idoneo a prevenire la commissione di comportamenti illeciti da parte dei propri amministratori, dipendenti e partner commerciali. A tal fine, viene perseguita in maniera continuativa l’analisi degli strumenti organizzativi, di gestione e di controllo, volti a verificare la corrispondenza dei principi comportamentali e dei protocolli già adottati alle finalità previste dal Decreto e ad

implementare il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D. Lgs. 231/01 (di seguito il “Modello”).

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. Le società che di volta in volta entrano nel perimetro di Gruppo, si allineano alla suddetta policy.

Nel corso dell’esercizio 2021, il Gruppo GEDI ha avviato un importante progetto di revisione dei Modelli organizzativi di tutte le società del gruppo, anche in coerenza del progetto di riorganizzazione societaria che è stato realizzato. Il Consiglio di Amministrazione di GEDI Spa in data 16 dicembre 2021 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. In pari data anche le Società GEDI News Network Spa, GEDI Periodici e Servizi Spa, GEDI Printing Spa e GEDI Digital Srl hanno approvato la revisione dei Modelli organizzativi in essere, in coerenza con le delibere assunte dalla Capogruppo. Parimenti, anche le altre società del gruppo GEDI

provvederanno, entro il primo trimestre 2022 ad approvare i nuovi Modelli nei testi già definiti.

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 di comunicazione ai dipendenti delle società, così come i diversi canali attivi ai fini dei flussi informativi nei confronti degli Organismi medesimi, ivi inclusa la piattaforma whistleblowing.

Al fine di mantenere attiva l’attenzione sulle tematiche 231, il Gruppo prevede programmi di formazione sia trasversalmente 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, in ordine alla quale nel corso del 2021 sono state trasmesse ai ricorrenti “pillole informative” e si prevede l’avvio di un programma formativo da erogarsi mediante piattaforma on line entro il primo trimestre 2022, 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 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.

Tematiche materiali e obiettivi ESG

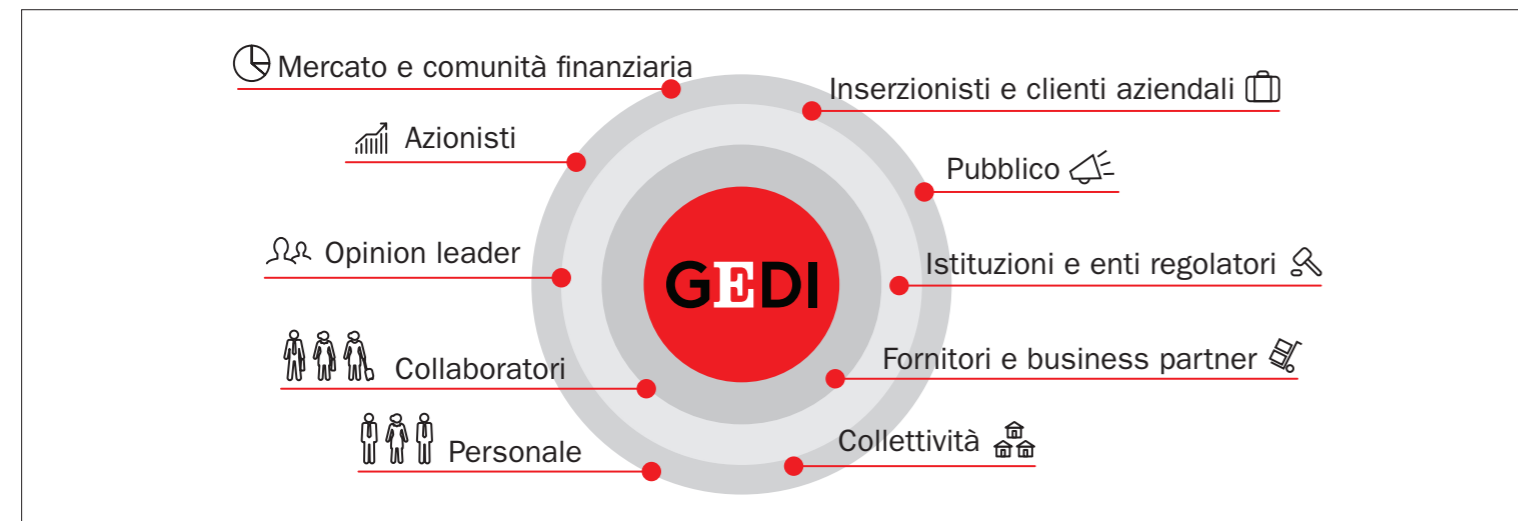
- 2.1 **Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento**
- 2.2 **L'analisi di materialità**
- 2.3 **Gruppo GEDI e Obiettivi di Sviluppo Sostenibile**
- 2.4 **I pilastri del Gruppo GEDI in ambito ESG**

Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento

Nell'ambito della predisposizione del Bilancio di Sostenibilità, sono stati nel tempo identificati **i principali stakeholder**, ovvero i soggetti che possono essere influenzati in modo significativo dalle attività, dai prodotti e dai servizi di Gedi o le cui azioni possono ragionevolmente incidere sulla capacità del Gruppo di attuare con successo le proprie strategie e raggiungere i propri obiettivi. Il Gruppo coinvolge i propri gli stakeholder nel processo di identificazione e valutazione delle tematiche materiali, attraverso

attività di engagement, avvalendosi anche dei diversi strumenti di comunicazione a disposizione. Tra le altre attività di coinvolgimento, di seguito rappresentate, si evidenziano a titolo indicativo e non esaustivo, la partecipazione a conferenze, riunioni periodiche e incontri dedicati, sondaggi sulla soddisfazione degli utenti, feedback dei clienti, focus group, eventi, convegni. Di seguito è riportata la mappatura degli stakeholder identificati, che non subisce variazioni rispetto all'anno periodo precedente⁶.

GEDI Mappa degli stakeholder 2021



⁶ 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.

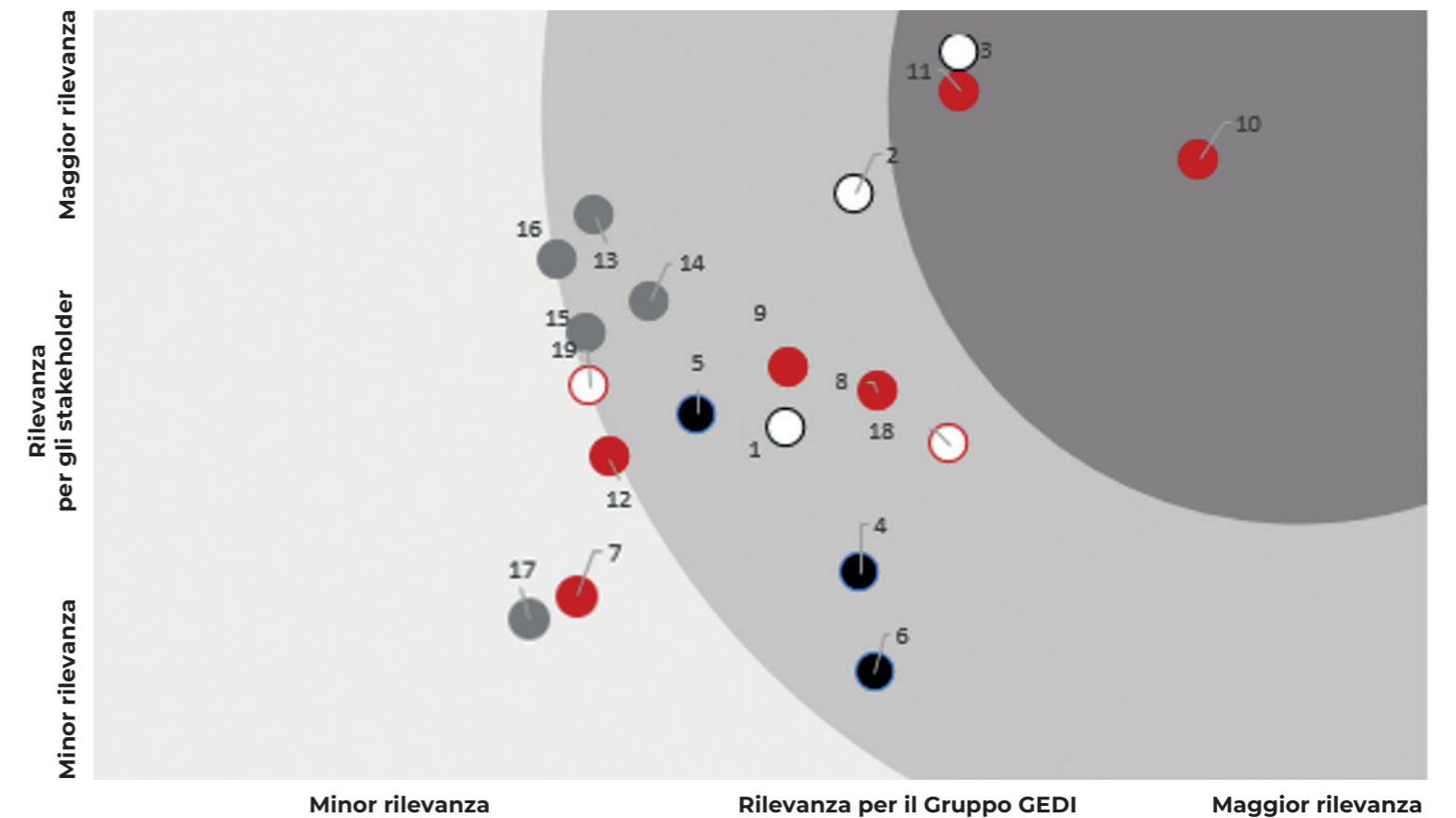
	Mercato e comunità finanziaria	<ul style="list-style-type: none"> • Partecipazione a conferenze • Meeting periodici e incontri dedicati • Diffusione di documentazione
	Pubblico	<ul style="list-style-type: none"> • Contatti e feedback con i clienti • Sondaggi sulla soddisfazione • Incontri dedicati •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

L'analisi di materialità

Il Gruppo GEDI, in un percorso di interazione e coinvolgimento di diversi stakeholder, ha nel tempo rilevato e aggiornato la propria matrice di materialità. In particolare, Nel 2021, GEDI ha aggiornato la propria analisi delle tematiche rilevanti per il Gruppo e i suoi stakeholder tramite un processo che ha coinvolto i dipendenti e il management. A tal fine, in continuità con i precedenti periodi, individuate le best practices nel settore editoriale, gli studi e le pubblicazioni rilevanti e gli argomenti richiamati dal D. Lgs. n.254/16, e considerata l'aderenza delle tematiche di materialità individuate dal Gruppo al contesto in cui opera, è stata predisposta una survey e sottoposta alla categoria di stakeholder dipendenti. Il questionario, in forma anonima, è stato trasmesso nel mese di ottobre tramite la intranet aziendale e ha raccolto un campione rappresentativo di risposte. Sono quindi stati svolti specifici workshop interni, in cui il management ha espresso le proprie valutazioni sulle diverse tematiche e sulla loro rilevanza per il Gruppo. L'obiettivo per i prossimi anni sarà quello di allargare ulteriormente il perimetro delle categorie di stakeholder coinvolte, al fine di rendere il processo di stakeholder engagement sempre più partecipativo e rappresentativo.

Le tematiche emerse come materiali dal processo di aggiornamento dell'analisi di materialità sono

risultate in linea con quelle riportate negli anni precedenti. La matrice di materialità, di seguito rappresentata, colloca le tematiche secondo tre categorie di priorità e, in particolare, riportata nel primo cerchio in alto a destra le maggiormente prioritarie. In particolare: **Responsabilità editoriale e qualità dei contenuti** intesa come libertà di espressione, indipendenza, responsabilità nella scelta e realizzazione dei contenuti e prodotti editoriali; **Soddisfazione degli utenti** ossia la capacità di soddisfare le esigenze e le aspettative di lettori, ascoltatori utenti digitali; **Digital transformation** comprensiva degli obiettivi di evoluzione digitale, percorsi e strategie inerenti. L'analisi complessiva ha consentito l'allineamento degli aspetti ritenuti materiali identificati nel precedente periodo con le recenti trasformazioni strategiche in atto all'interno del perimetro aziendale da un punto di vista economico, ambientale e sociale e che influenzano in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder. Tale analisi è stata svolta in conformità con i criteri definiti dal Global Reporting Initiative (GRI Standards). In linea con gli anni precedenti, le tematiche materiali sono riconducibili a cinque macroambiti, ovvero: *Responsabilità economica e di business*, *Governance e compliance*, *Responsabilità di prodotto*, *Responsabilità verso le persone*, *Responsabilità ambientale*.



- Responsabilità economica e di business
 1. Performance economica e indipendenza da fonti di finanziamento pubbliche
 2. Modello di business del settore media
 3. Soddisfazione degli utenti
- Governance e compliance
 4. Governance e compliance
 5. Sistema di gestione dei rischi
 6. Catena di fornitura responsabile
- Responsabilità di prodotto
 7. Pubblicità responsabile
 8. Informazione, ruolo sociale e responsabilità verso la collettività
 9. Privacy e protezione dei dati

- Responsabilità editoriale e qualità dei contenuti
 10. Responsabilità editoriale e qualità dei contenuti
 11. Digital transformation
 12. Tutela della proprietà intellettuale
- Responsabilità sociale
 13. Salute e sicurezza dei lavoratori
 14. Valorizzazione, sviluppo delle competenze e attrazione talenti
 15. Diversità e pari opportunità
 16. Tutela dei diritti umani e condizioni e pratiche di lavoro
 17. Relazioni con le parti sociali
- Responsabilità ambientale
 18. Consumi energetici ed emissioni
 19. Gestione dei rifiuti

Gruppo GEDI e Obiettivi di Sviluppo Sostenibile

Gli SDGs in cui il Gruppo GEDI si impegna

Il Gruppo GEDI a partire dal 2020 ha intrapreso 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 e di definire i **propri obiettivi in ambito ESG**. Tale percorso, proseguito nel 2021, è in continua evoluzione come anche 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. Di seguito si riportano gli SDGs in cui il Gruppo si impegna e la tabella di correlazione del Gruppo GEDI⁷:

OBIETTIVI PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE



⁷ 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 2021

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

I pilastri del Gruppo GEDI in ambito ESG

Il Gruppo GEDI ha iniziato il suo percorso di rendicontazione delle tematiche di sostenibilità nel 2016, pubblicando poi nel 2017 il suo primo rapporto annuale basato sulle linee guida internazionali del GRI. Unitamente all'avvio di tale percorso, il Gruppo GEDI ha intrapreso anche un crescente coinvolgimento dei propri stakeholder, al fine di perseguire anche grazie alla interazione con loro l'obiettivo dell'equilibrio tra le attività del Gruppo e gli impatti economici, sociali e ambientali che queste attività generano sulla società e sull'ambiente in generale.

Il percorso intrapreso è poi nel tempo cresciuto e procede tuttora continuando ad evolvere anche attraverso la pianificazione di futuri obiettivi, in linea con la strategia di sviluppo sostenibile adottata dall'ONU, che si pone lo scopo di accrescere e armonizzare l'impegno di ciascuno attraverso la pianificazione condivisa.

Nell'ambito di tale percorso, nel 2021 il Gruppo GEDI, applicando un approccio lungimirante alle proprie attività ESG, con l'obiettivo di fissare obiettivi ambiziosi e di svolgere un ruolo di primo piano nello spazio in cui opera, ha focalizzato la propria roadmap volta ad aumentare il proprio impegno nel contribuire alla sostenibilità e

allo sviluppo sostenibile. I pilastri di tale piano di azione sono stati approvati dal Consiglio di Amministrazione di GEDI Spa e si focalizzano, in particolare, nei seguenti ambiti:

Environment

Emissioni, energia e catena di fornitura

- Riduzione significativa delle proprie emissioni di Co₂ massimizzando l'utilizzo di energia da fonti rinnovabili
- Compensazione delle proprie emissioni di Co₂ residue e raggiungimento nel 2022 la propria neutralità carbonica in Scope 1 e 2
- Ampliamento del perimetro di analisi della propria Carbon Footprint nello Scope 3
- Condivisione degli approcci alla sostenibilità con i principali fornitori
- Attenzione nella gestione delle risorse naturali anche mediante l'acquisto di carta certificata o riciclata
- Completamento del percorso già intrapreso di certificazione della catena di custodia della carta

Social

Contenuti editoriali e responsabilità sociale, istruzione, solidarietà

- Operare come uno dei principali promotori della consapevolezza pubblica sulle tematiche di sostenibilità



- Porsi quale attore distintivo che contribuisce al futuro dell'educazione, della formazione e della cultura attraverso il coinvolgimento degli studenti nell'attualità
- Promuovere la partecipazione dei cittadini alla vita e allo sviluppo del territorio organizzando eventi e iniziative a carattere sociale
- Sostenere e promuovere iniziative a contatto con il territorio, orientate a promuovere le uguaglianze colmando le distanze

Governance

Attenzione verso i dipendenti, formazione, diversità e inclusione (D&I)

- Valutare attraverso indagini interne la percezione dei dipendenti dei temi della diversità e dell'inclusione

- Mappare le esigenze dei propri dipendenti e migliorare le attività e le iniziative volte ad accrescere l'inclusività e il rispetto delle diversità
- Supportare i lavoratori nell'affrontare gli impatti della pandemia e migliorare il benessere dei dipendenti
- Nel contesto di smart working, promuovere azioni positive e buone pratiche, con periodici momenti di comunicazione per prevenire ogni forma di isolamento
- Realizzare piani di sviluppo per le proprie risorse per agevolare la transizione al digitale e una diversa gestione dei percorsi professionali

All'interno dei paragrafi del presente documento, sono approfonditi i pilastri e i piani di azione sopra descritti.

Mission e valori

- 3.1 **Il Gruppo GEDI tra storia e innovazione**
- 3.2 **Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità editoriale**
- 3.3 **Privacy e protezione dei dati**
- 3.4 **Pubblicità responsabile e marketing**

Il Gruppo GEDI tra storia e innovazione

Il Gruppo GEDI è la sintesi di esperienze editoriali, testate e professioni che hanno fatto la storia del giornalismo italiano e internazionale. Nato nel 2017 dalla fusione del Gruppo L'Espresso e ITEDI, GEDI raccoglie l'eredità di diversi percorsi, uniti da due segni comuni e distintivi: un'attitudine marcata all'innovazione e l'attenzione costante alla qualità dei contenuti. L'evoluzione tecnologica e l'applicazione di soluzioni innovative caratterizzano da sempre la nostra storia: nel 1976 La Repubblica, è stato il primo giornale italiano stampato nel formato berlinese, all'epoca prerogativa dei tabloid. La Stampa, tra le più antiche testate del Gruppo insieme alla Gazzetta di Mantova, è stato anche il primo quotidiano a offrire in forma digitalizzata il suo intero archivio storico.

L'attenzione alla qualità dei contenuti è il cuore di progetti editoriali che hanno portato alla nascita di testate come L'Espresso, National Geographic Italia, Limes, e ultimi in ordine di tempo, gli hub verticali Green&Blue, Moda e Beauty, Salute, Il Gusto e Italian Tech. Intrattenimento di qualità, passione per la musica e coinvolgimento delle comunità locali sono inoltre le basi su cui sono nate le emittenti radiofoniche del Gruppo, a partire da Radio DeeJay, a cui hanno fatto seguito Radio Capital e m2o.

La tensione costante verso il futuro e l'attitudine per l'innovazione continuano oggi a guidare lo sviluppo di nuove iniziative digitali, rendendo ancora più ricca la proposta che GEDI offre ai suoi lettori e ascoltatori.



Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità editoriale

Il Gruppo GEDI è impegnato ad offrire informazione, cultura, opinioni e intrattenimento, oltre che a favorire la partecipazione di tutti alla vita sociale e culturale, operando in maniera trasparente e responsabile nel rispetto dei principi di qualità e integrità.

In linea con i principi riportati nel proprio Codice Etico, GEDI si ispira a quattro valori fondamentali:

- **la qualità**, che nasce dalla fusione fra conoscenza, la professionalità e la passione. Nel giornalismo si basa sul rispetto delle notizie, dei lettori e dei rapporti di lavoro. Nell'intrattenimento significa unire creatività e intelligenza, andare incontro all'immaginario collettivo sfidando ogni conformismo;
- **l'innovazione**, che per GEDI comporta cogliere l'opportunità della rivoluzione digitale, che consente di raggiungere un pubblico sempre più ampio su qualsiasi piattaforma.
- **l'indipendenza**, che significa autosostenersi finanziariamente per garantire la propria autonomia. Un gruppo editoriale è sano, impermeabile a pressioni e, in ultima istanza, libero se è in grado di mantenersi.
- Infine, **la coesione**, che implica un rapporto

onesto e trasparente tra colleghi nel rispetto di un'organizzazione al servizio di chi legge, guarda e ascolta. Azienda, quotidiani, periodici, radio e concessionaria non sono atomi separati ma compongono, tutti insieme, GEDI

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. La pluralità dei contenuti attraverso un prodotto indipendente è un valore fondamentale e costituisce la ricchezza prima 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 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, e promuove iniziative in ambito scolastico e educativo, favorendo la partecipazione e l'inclusione dei giovani nella nostra società.

Privacy e protezione dei dati

Il Gruppo GEDI si trova ad acquisire e trattare dati personali e confidenziali di dipendenti, clienti, utenti e fornitori. 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 politiche e procedure in ambito privacy 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 politiche, le società del Gruppo trattano i dati necessari all'erogazione dei servizi richiesti dagli utenti, previamente informati circa le modalità del trattamento, consentendo ai soggetti interessati di avere piena contezza delle finalità dei trattamenti effettuati e di come esercitare i loro diritti; inoltre, 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 trattati e conservati i dati personali sulla base di attività di valutazione dei rischi connesse al relativo trattamento, al fine di evitare rischi di distruzione o perdita di dati, accessi non autorizzati o trattamenti non consentiti. Nell'ambito degli adempimenti necessari a garantire la tutela della Privacy le attività legate alla sicurezza IT svolgono un ruolo di fondamentale importanza. La necessità di rafforzare il livello di sicurezza IT nasce sia dalla recrudescenza degli attacchi informatici verificatasi nell'ultimo periodo che dall'elevato ricorso al lavoro agile che aumenta la superficie di attacco informatico per l'utilizzo spinto di flussi di lavoro totalmente digitali. Il Gruppo Gedi, a partire dal 2020, si è dotato di una struttura organizzativa dedicata alla gestione della Cyber Security. La struttura ha operato per garantire la continuità operativa aziendale a fronte degli attacchi informatici agendo sia dal punto di vista procedurale e della formazione che sul fronte tecnico. Dal punto di vista organizzativo oltre alla creazione del Sistema di Gestione della Sicurezza delle Informazioni che prevede la formalizzazione delle Linee Guida, delle Politiche e delle Procedure di Sicurezza di Gruppo, sono state



pianificate ed erogate nel corso del 2021 sessioni di formazione online dedicate ai temi delle frodi informatiche e del phishing ed al lavoro da remoto. Tecnicamente nel corso dell'anno è stata potenziata la copertura del servizio Security Operation Center (S.O.C.) che monitora costantemente lo stato della sicurezza logica dell'infrastruttura dei Data Center e delle reti locali e geografiche di Gruppo compresi i dispositivi di firewall a protezione degli accessi Internet. Il servizio S.O.C. gestisce anche le segnalazioni di eventi di sicurezza ricevute dagli agenti software installati su tutti i PC fissi e portatili aziendali secondo il paradigma Endpoint

Detection and Response. Periodicamente vengono inoltre effettuate attività di Vulnerability Assessment e Penetration Test sui dispositivi/sistemi informatici più critici per evidenziare e correggere proattivamente carenze di sicurezza IT riscontrate.

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 anche con riferimento alle recenti disposizioni contenute nelle Linee Guida Cookie e altri strumenti di tracciamento emanate

dal Garante per la protezione dei dati personali con provvedimento del 10 giugno 2021, entrato in vigore il 9 gennaio 2022.

Più in generale, anche nel corso del 2021, 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. GEDI ha adottato un modello di miglioramento continuo del sistema di protezione dei dati, al fine di rispondere adeguatamente ai nuovi requisiti normativi (e.g. linee guida del Comitato Europeo per la protezione dei dati), all'evoluzione del contesto di business e ai nuovi scenari di rischio.

Per completezza di informazione, 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 ai quali il Gruppo Gedi fornisce prontamente riscontro. Nel corso del 2021 si segnalano tre provvedimenti sanzionatori emanati dal Garante per la protezione dei dati personali, a carico di due società del Gruppo Gedi in riferimento a richieste di oblio di dati personali trattati dagli editori nell'esercizio dell'attività giornalistica negli anni 2019 e 2020. A seguito di tali provvedimenti sanzionatori le suddette società, pur sempre nel rispetto dell'indipendenza editoriale delle testate e

del principio di non ingerenza dell'editore, hanno nuovamente sensibilizzato i responsabili delle testate al rispetto delle disposizioni previste in materia di trattamento dei dati personali in ambito giornalistico, pur nella conciliazione dell'esercizio del diritto di cronaca e di informazione, al fine di garantire la riservatezza e la dignità degli interessati in merito all'essenzialità dell'informazione riguardo a fatti di interesse pubblico.

Inoltre, sempre nel corso del 2021, si è verificato un incidente di media entità determinato da un attacco di tipo ransomware, notificato all'Autorità dalle società del Gruppo interessate che, anche a seguito delle azioni di rimedio prontamente adottate, non ha comportato un impatto significativo sugli interessati. Il Gruppo GEDI, come già sopra indicato, per il tramite della propria organizzazione di sicurezza IT, ha introdotto misure di sicurezza specifiche volte a contrastare il ripetersi di incidenti del medesimo tipo, implementando altresì accorgimenti tecnici per rilevare anomalie rispetto ai comportamenti attesi.

In ultimo con riferimento al reclamo presentato nel 2020 dall'Associazione "noyb", a seguito della pronuncia della Corte di giustizia dell'UE del 16 luglio 2020 nella causa C311/18, cosiddetta Sentenza Schrems II (EUUS Transfers Complaint Overview | noyb.eu), il Gruppo GEDI, dopo aver fornito nel dicembre 2020 le proprie memorie di chiarimento, è in attesa di determinazioni in merito da parte del Garante per la protezione dei dati personali.

Publicità 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 incitino alla violenza fisica e morale, che inneggino al razzismo, che offendano le convinzioni morali, religiose o civili dei cittadini o che contengano elementi che possano danneggiare psichicamente, moralmente o fisicamente i minori. Il Gruppo non accetta pubblicità che possa indurre al gioco d'azzardo, all'abuso di bevande alcoliche, di tabacco e di qualsiasi altra droga e rifiuta i messaggi a contenuto pornografico. Nel corso del 2021, 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.

Responsabilità verso la collettività

4.1 **Partecipazione con il territorio**

4.2 **Solidarietà**

4.3 **Istruzione**

Partecipazione con il territorio

Con l'intento di promuovere la partecipazione dei cittadini alla vita e allo sviluppo del territorio, il Gruppo GEDI organizza eventi ed iniziative di carattere sociale anche attraverso tutte le sue piattaforme e testate. In questa sezione si descrivono alcune tra le principali iniziative del Gruppo nel 2021.

La Repubblica delle Idee (Bologna, 8-11 luglio 2021) – 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 serate dense di appuntamenti, non solo all'aperto ma anche al Teatro Comunale, nel rispetto delle norme di distanziamento e di sicurezza. Le interviste, i talk, i dibattiti, i reading e la musica, si sono concentrati a Piazza Maggiore. Anche per il 2021, 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.

Green & Blue Open Summit (Roma, 16 novembre 2021) – Evento annuale del content hub dedicato al pianeta Terra, al suo stato di salute e allo sviluppo sostenibile. Un festival diretto da Riccardo Luna, che nel corso di un'intera giornata ha visto la partecipazione di scolaresche nel pubblico e ospiti di assoluto rilievo quali il premio Nobel Giorgio Parisi, l'ex segretario di Stato degli USA John Kerry

oltre a ministri, giovani attivisti, imprenditori e startupper, intellettuali e artisti. Oltre a questo, con la road map de «**I territori di Green&Blue**» i valori dell'hub dedicato alla sostenibilità e al rispetto dell'ambiente che ci circonda sono stati declinati nelle specificità di quattro territori (Genova, Torino, Pavia, Valdobbiadene), portando all'attenzione dei lettori locali temi di grande interesse universale (la decarbonizzazione, il consumo del suolo e la lotta alle microplastiche e la mobilità su tutti) intersecati con le questioni specifiche delle quattro aree.

Salute Ritorno al futuro (Roma e Torino, 9-10 settembre 2021) – Le attività di Salute, l'hub dedicato a benessere, scienza e nuove frontiere della medicina, sono continuate nel 2021 con due eventi aperti al pubblico a Villa Medici a Roma e al Teatro Carignano di Torino. Il palcoscenico ha ospitato il Ministro italiano della Salute con i medici e gli scienziati protagonisti di questi mesi di pandemia, per raccontare il futuro post Covid e il ritorno alla nuova normalità. A questi incontri principali si sono aggiunte tre tappe locali in cui il «**Festival di Salute**» ha portato in alcune città simbolo dell'eccellenza scientifica e sanitaria italiana temi di basilare importanza: a Trieste la ricerca, a Padova la medicina e a Genova la tecnologia in ambito medico.

Italian Tech Week - (Torino, 23-24 settembre 2021) – Organizzata insieme al nuovo verticale tematico Italian Tech, la seconda edizione della più grande conferenza italiana sulla tecnologia ha riunito startupper di



successo, fondi di Venture Capital e professionisti della scena tech internazionale. Lo special guest di ITW 2021 è stato il più visionario engineer dei nostri giorni, **Elon Musk**, in dialogo con John Elkann e Maurizio Molinari sul tema della tecnologia e del suo impatto sul nostro futuro. Oltre a lui, invitati dal direttore dell'hub Riccardo Luna, si sono alternati sul palco speaker provenienti da tutto il mondo per parlare della scena tech internazionale con un particolare focus sull'ecosistema italiano accompagnata da una panoramica sulle principali tendenze di corporate innovation, trend tecnologici emergenti e sessioni di approfondimento su specifici settori.

A precedere l'Italian Tech Week, nel mese di giugno è andata in scena una straordinaria serata che ha presentato l'hub Italian Tech al pubblico e non solo: **Next Gen IT**. Sul palco del Teatro India di Roma si sono alternati alcuni fra i migliori under 30 italiani: dalla musica allo sport, dal teatro alla scienza, dalla cultura alle startup. È stata la Festa della Repubblica dei Giovani, per raccontare l'Europa durante la pandemia e quale mondo sognano gli under 30. La serata è andata in diretta streaming su Repubblica, la Stampa e le altre testate del gruppo GEDI.

L'Alfabeto del Futuro – La terza edizione del progetto editoriale nato dal coinvolgimento de La Stampa insieme alle testate locali GNN diretto da Luca Ubaldeschi e Massimo Giannini ha raccontato e fatto emergere le migliori energie che i nostri territori possono esprimere. Il progetto, con il filo conduttore

della parola “innovazione”, si è articolato in 6 eventi nelle principali città delle testate coinvolte (Torino, Trieste, Mantova, Padova, Genova, Udine). La copertura sulle pagine delle edizioni cartacee e web si è inoltre arricchito di un sito d'approfondimento dedicato.

Top 500 – giunto al suo 8° anno consecutivo con le testate del Triveneto (Il Mattino di Padova, La Tribuna di Treviso, La Nuova di Venezia e Mestre, Corriere delle Alpi, Il Piccolo, Messaggero Veneto) e alla 3° con La Stampa, Top500 nasce dalla capillarità e credibilità dei quotidiani GNN sul territorio e dalla capacità di PwC di intercettare e leggere le caratteristiche delle realtà economiche locali. Un'importante ricerca e analisi del tessuto imprenditoriale italiano, capace di offrire una visione macroeconomica del nostro Paese e occasione di ascoltare direttamente gli imprenditori protagonisti delle aziende locali più dinamiche, con i loro piani di investimento e la loro strategia, fondamentali per il rilancio dei territori e dell'Italia.

Top100 Nordest – non solo una classifica ma uno strumento per raccontare i protagonisti e le storie delle aziende guida nel Triveneto. Un ciclo di eventi nei territori di Veneto e Friuli Venezia Giulia. I due primi eventi del ciclo Top 100 sono stati dedicati alle protagoniste del mondo dell'impresa che hanno raccontato sé stesse e le aziende che dirigono, un'occasione senza precedenti per cogliere come un numero crescente di donne partecipi alla guida di alcune delle maggiori aziende del Triveneto e nazionali.





L'Eredità delle Donne al fianco delle donne da più di 20 anni alfemminile è oggi una delle community più grandi di Italia che affronta tematiche di inclusività, gender gap, self care & self love, imprenditoria femminile ed emancipazione. Dall'ingresso nel gruppo Gedi, alfemminile si fa subito portavoce di queste tematiche anche onfiled, diventando sponsor ufficiale del **Festival L'Eredità delle Donne**, da sempre una delle principali manifestazioni in Italia sui temi della Gender Equality che incoraggia e promuove le donne nel perseguire qualsiasi ambizione professionale. All'evento hanno preso parte generazioni di scienziate, economiste, scrittrici, artiste, urbaniste, ambientaliste, attiviste, politiche ed imprenditrici. Nel 2022 alfemminile lancia il sondaggio "Che cosa significa essere donna oggi?", raccogliendo più di 650 risposte spontanee.

Grazie a questi feedback si andranno a individuare i diritti ancora percepiti come da acquisire e le aspettative future con l'obiettivo di diventare portavoce delle donne nell'uguaglianza di genere, con azioni concrete e tangibili

"Spazio La Stampa" – Il museo che racconta l'evoluzione di uno dei più importanti giornali italiani si prepara a riaprire le porte alla città di Torino, e non solo, con un progetto di restyling e aggiornamento degli spazi espositivi. A novembre 2021 il museo La Stampa è stato presentato in anteprima nel corso del ciclo di appuntamenti, promosso dall'Unione Industriale di Torino, dedicati ai "Musei d'Impresa" di aziende e realtà del territorio. Anche nel nuovo allestimento, resta centrale lo spazio didattico per far scoprire a scuole e studenti come nasce oggi un giornale su carta, web e social media.

Deejay Ten – Partita nel 2005 come una corsa "tra amici", negli anni la Deejay Ten ha avuto una crescita esponenziale e si è trasformata in una festa sempre più grande, attesa da ascoltatori e runner delle più grandi città italiane. Negli ultimi due anni, fortemente condizionati dall'emergenza sanitaria, sono state realizzate tappe virtuali della Deejay Ten, la **My DeeJay Ten**, con una grande partecipazione, 15.000 runner in ogni parte d'Italia e del mondo. A ottobre a Milano 1.000 fortunati hanno corso di nuovo la Deejay Ten e si è potuto riprendere anche l'appuntamento di **Triathlon targato Deejay**, che nel 2020 non si era potuto disputare.

A lato delle gare, a giugno Deejay ha organizzato il **Tour de Fans**, viaggio itinerante fatto di condivisione e vicinanza con i propri ascoltatori. Un tour in bici di 15 tappe, partito il 7 giugno da Bergamo, città simbolo della sofferenza che ha colpito l'Italia e il mondo intero, in tre settimane ha portato Deejay Chiama Italia a trasmettere ogni giorno da un comune diverso. **Dynamo Camp** è invece un camp di Terapia Ricreativa per bambini e ragazzi affetti da patologie gravi o croniche, che Deejay promuove da tredici anni attraverso una maratona radio con ospiti e approfondimenti all'interno del programma Deejay chiama Italia. Gli ascoltatori hanno potuto 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.

Planet or Plastic – National Geographic ha organizzato a Bari a partire dal 2 dicembre 2021 una mostra, per sensibilizzare il grande pubblico all'impatto dell'utilizzo della plastica sull'ambiente.

Solidarietà

Fondazione La Stampa - Specchio dei tempi è una fondazione sostenuta dalla comunità de La Stampa e da migliaia di donatori in tutto il mondo. Una onlus e allo stesso tempo una rubrica dello storico giornale torinese: uno spazio nato nel 1955 su idea del direttore Giulio De Benedetti e riservato ai lettori, che sulle colonne del giornale possono raccontare esperienze, esprimere pareri e denunciare ingiustizie. Fin da subito è diventato un punto di riferimento dove chiedere e offrire aiuto al prossimo. Nel 1976 viene riconosciuta come Fondazione, portando avanti con determinazione progetti in Piemonte, ma anche in Italia e all'estero per sostenere i più deboli e rispondere prontamente a calamità. Nella sua lunga storia, Specchio dei tempi ha raccolto e distribuito più di 160 milioni di euro.

Dall'esperienza della Fondazione La Stampa Specchio dei tempi di Torino, mantenendo anima, cuore e know how di una realtà impegnata nel sociale da 66 anni, è nato **Specchio d'Italia**, che si pone quale obiettivo quello di dare aiuti immediati e concreti a chi ne ha realmente bisogno. Basandosi sui valori della tempestività, concretezza e trasparenza, Specchio lavora a livello locale (ad oggi con progetti in 12 regioni italiane), nazionale e internazionale sostenendo famiglie in difficoltà e anziani soli, supportando la scuola e la sanità ed è immediatamente attivo in caso di emergenze e calamità.

Sono stati molti i progetti intrapresi o portati avanti nel 2021 che hanno portato beneficio e sollievo a migliaia di persone, in particolare a chi è stato colpito dalle conseguenze economiche e sociali del Covid.

Specchio dei tempi

Specchio dei tempi ha voluto restare particolarmente vicina agli anziani, proseguendo un impegno che dura da oltre 40 anni, con lo scopo di favorire il mantenimento del loro benessere nel proprio contesto di vita, prevenendo isolamento e solitudine attraverso forme di cura ed intervento domiciliare individuale, oltre che un sostegno economico attraverso consegne costanti di spese alimentari e contributi in denaro per le spese più urgenti (es utenze, acquisto ausili medici). I progetti **Forza nonni! e le Tredicesime dell'Amicizia** hanno riguardato gli over 65 con una situazione economico sociale compromessa, selezionati tramite i sportelli e con l'aiuto di enti territoriali che supportano la fondazione a livello locale.

Da 6 anni la *Fondazione* è impegnata inoltre per il contrasto e la prevenzione della dispersione scolastica nei quartieri più difficili di Torino, gestendo i doposcuola **Il Villaggio che cresce** e **Stella polare** creati in stretta collaborazione con gli insegnanti e con i genitori. Specchio dei Tempi è intervenuta direttamente sia con i minori che con le famiglie, in particolare attraverso un supporto



Specchio dei tempi



FONDAZIONE
Specchio d'Italia
DONIAMO SPERANZA

diretto all'inclusione lavorativa delle madri sole, con il progetto **Forza mamme!**, un percorso verso l'autonomia di 12 mesi, per 100 donne ogni anno: oltre a ricevere buoni per acquisti di beni di prima necessità, le madri possono usufruire di una formazione specifica per l'avviamento al lavoro, un sostegno alla genitorialità ed un programma di educazione finanziaria.

Specchio d'Italia

Nel 2021 Specchio d'Italia ha operato a **Roma**, nel quartiere di Bastogi con doposcuola, centri estivi, donazioni di pc e materiale scolastico a bambini e ragazzi fragili e a San Basilio, in sostegno agli anziani indigenti con aiuti alimentari e con aiuti economici e servizi a domicilio per gli anziani soli. A **Milano**, con progetti contro la dispersione scolastica nel quartiere di Corvetto e via Salomone, con pranzi

per i centri estivi e sostegni economici agli anziani soli e con laboratori di educazione civica nelle scuole secondarie della città. A **Genova**, nel quartiere di Fegino e nel centro storico con doposcuola e centri estivi, ma anche con iniziative per facilitare l'integrazione dei più piccoli e, infine, con le Tredicesime dell'Amicizia. A **Trieste**, con l'avvio di un progetto a sostegno degli anziani soli, con corsi di formazione sull'informatica di base rivolti ad over '60 e con le tredicesime dell'Amicizia. A **Bari**, con iniziative di doposcuola e aiuto compiti e sostegno a due centri estivi, con giochi educativi per favorire l'inclusione e con aiuti agli anziani in difficoltà con sostegni economici e servizi a domicilio. Con l'avvio di uno sportello di ascolto e con laboratori ricreativi per persone over '60. A **Sant'Arcangelo (Pz)**, con un progetto a supporto dell'integrazione dei ragazzi e a contrasto della dispersione

scolastica. A **Sassari** e a **Venezia**, con erogazione di sussidi a favore delle piccole e piccolissime imprese e con le Tredicesime dell'Amicizia. A **Crotone** e a **Palermo**, con bandi a sostegno della piccola imprenditoria, progetti a sostegno delle fasce deboli e con le Tredicesime dell'Amicizia.

Sempre sul territorio italiano, Specchio d'Italia, si è specializzata in erogazioni di sussidi a piccole realtà imprenditoriali, di uno specifico territorio e/o di una determinata categoria, con l'obiettivo di generare un impatto sociale positivo e continuativo sul territorio. Negli ultimi due anni, Specchio d'Italia ha pubblicato 9 bandi a sostegno di 885 piccole aziende, erogando oltre €2,6 milioni.

Sul piano dei progetti di solidarietà internazionale, Specchio d'Italia ha operato: in **Sri Lanka**, a sostegno di due strutture di accoglienza per 70 bambini orfani e bambine vittime di violenze. In **Myanmar**, con un ambulatorio pediatrico e cliniche mobili, che in 2 anni hanno preso in carico circa 20.000 pazienti altrimenti privi di assistenza sanitaria. In **Ruanda**, con un contributo per il pagamento delle rette scolastiche e adozioni a distanza per dare l'opportunità di completare la scuola e lavori di adeguamento e ampliamento della scuola di Nganzo. In **Brasile**, nella provincia di Crateus, fornendo assistenza e distribuzione di pacchi spesa gratuiti a famiglie in grave difficoltà economica causata dalla pandemia Covid-19. Ad **Haiti**, con un'azione immediata dopo il terremoto del 13 agosto, con una raccolta fondi di oltre 100.000€ per sostenere le famiglie in difficoltà e la scuola La Providence di Portau-Prince e l'Ospedale Saint Camille. In **Libano**, con un progetto di agricoltura sociale volto all'incremento dell'occupazione giovanile e al sostegno dell'economia di piccole comunità locali.

Specchio d'Italia
DONIAMO SPERANZA

CHI SIAMO COSA FACCIAMO SOSTIENICI CONTATTI NEWS 🔍

Dona ora ❤️ EN

Abbiamo bisogno del tuo sostegno

Ogni giorno siamo accanto a chi soffre, in Italia e nel mondo. Trasformiamo la tua donazione in aiuti concreti e immediati.

Dona come PRIVATO Dona come AZIENDA

30 € **50 €** **100 €**

DONA ORA ❤️

Copia IBAN: [IT82 F030 6909 6061 0000 0176 056](#) 📄

[Scopri tutte le modalità di donazione](#) →

Specchio digitale e lo sviluppo della community online

Raccontare storie e progetti, raccogliere fondi grazie ad una strategia di digital marketing, offrire aiuti più tempestivi sperimentando nuove tecnologie. Ma soprattutto costruire una community di sostenitori fondata su trasparenza, fiducia e dialogo. Sono questi gli obiettivi di Specchio Digitale, attività avviata nel 2016, accelerata dalla pandemia e sviluppata in parallelo per Specchio dei tempi e Specchio d'Italia. Nel 2021, grazie a **Digitali e Uguali** descritto nel successivo box di approfondimento al portale **Elargizioni**, alla produzione quotidiana di news, contenuti per i social media e newsletter, si è cercato di **raggiungere i lettori tramite le testate Gedi e invitarli a donare**: coinvolgerli sempre di più grazie alle attività online sarà la sfida del 2022.

Istruzione

Il Gruppo GEDI è impegnato nel sostegno all'educazione, alla formazione e alla cultura anche attraverso l'organizzazione di vari progetti di carattere didattico e formativo, rivolti al pubblico e ad altri strati della popolazione. In particolare:

Repubblica@Scuola è il progetto didattico gratuito interamente digitale promosso da Repubblica che coinvolge gli studenti e le scuole secondarie di primo e secondo grado d'Italia. Riconosciuta da prestigiosi organismi internazionali come il World Young Reader Network, Repubblica@Scuola è la più grande piattaforma per la pubblicazione di contenuti per la scuola in Italia. Nei suoi 20 anni di vita vanta la partecipazione di oltre 285.000 studenti, 13.600 professori e circa 2.600 scuole, con oltre 700.000 pubblicazioni fatte dagli studenti. 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 il funzionamento un gruppo editoriale e offerta la possibilità di ottenere crediti formativi. I ragazzi possono inoltre partecipare a diversi progetti e realizzare in autonomia un vero e proprio giornalino scolastico sul web. Durante l'anno scolastico 2020/2021, sono stati oltre 1.200 gli studenti e 50 le scuole superiori che hanno partecipato al progetto. Repubblica@Scuola aderisce altresì al progetto «Percorsi per le Competenze Trasversali e per l'Orientamento (PCTO)» (ex Alternanza ScuolaLavoro) del MIUR in modo assolutamente innovativo e completamente digitale. Nel corso dell'anno Repubblica@Scuola ha realizzato anche numerose

attività in collaborazione con diversi partner, come Bocconi, Zanichelli, Aurora, Comix (con i campionati nazionali di ludolinguistica Comix Games), la grande iniziativa "Effetto Terra" con Green&Blue e Rolex, etc, proponendo contest ed eventi streaming. Repubblica@Scuola 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, facendo conoscere quanto di bello, utile e importante si fa nelle scuole oltre la normale attività scolastica. Il premio Atlante è partner italiano del Global Teacher Prize, noto come il premio Nobel dell'insegnamento.

Il progetto **Messaggero Veneto Scuola** "pensato" come spazio dedicato a studenti con la passione della scrittura e del giornalismo è cresciuto fino a coinvolgere i ragazzi dalle elementari all'università, attestatosi come occasione di Percorso per le competenze trasversali e l'orientamento (Pcto, ex alternanza scuola lavoro per gli studenti delle superiori), offerta formativa di crescita e conoscenza delle opportunità di studio e di lavoro esistenti sul territorio e non solo. Il progetto è nato dalla volontà del quotidiano Messaggero Veneto e della Fondazione Friuli che insieme ventidue anni fa (era il 1999) invitarono gli studenti delle scuole superiori udinesi a creare una redazione composta esclusivamente da ragazzi che firmasse settimanalmente e per tutta la durata dell'anno scolastico articoli su temi



che spaziassero dall'attualità, al cinema, al teatro, alla cultura, alla politica, all'arte. Attualmente sono 140 gli istituti scolastici delle provincie di Udine e di Pordenone che partecipano ogni anno al progetto "MV scuola" ricevendo ogni settimana gratuitamente, grazie al sostegno della Fondazione Friuli, copie del giornale contenente l'inserto.

Dal 2019 però, a causa della pandemia, gli incontri in presenza sono stati sostituiti da quelli on line accelerando così un processo già in corso e portando le redazioni a impegnarsi per produrre informazione sia nell'inserto cartaceo sia sui social (Twitter, Instagram, Youtube, Podcast etc). Ad oggi sono 100 i giovani redattori attivi nelle due redazioni di Udine e di Pordenone provenienti da 14 istituti superiori delle due provincie. Il Messaggero Scuola è così diventato non solo la voce dei giovani ma anche punto di riferimento per il loro percorso di orientamento. Un ruolo prezioso e insostituibile è svolto dagli universitari che, anche se fuori sede, continuano

ad arricchire le pagine con i loro contributi e soprattutto a portare la loro esperienza ai ragazzi che ancora devono scegliere il loro percorso e che trovano nei "più grandi" una sorta di "tutor".

Dall'anno scolastico 2021-2022 anche La Repubblica, La Stampa, Il Secolo XIX, il Corriere delle Alpi, la Gazzetta di Mantova, il Messaggero Veneto, La Provincia Pavese e La Tribuna di Treviso sono entrati a far parte del progetto "Il Quotidiano in Classe" facendo così salire a 23 il numero delle testate giornalistiche coinvolte nell'iniziativa di media literacy dell'**Osservatorio Permanente Giovani-Editori**. Favorire la partecipazione alla vita pubblica, coinvolgendo anzitutto le scuole e gli studenti, rientra tra gli obiettivi ESG che GEDI ha scelto di perseguire con una serie di iniziative di alto profilo, di segno sociale e ambientale. La partecipazione a tale progetto rappresenta inoltre una ulteriore occasione di dialogo con le nuove generazioni e un tassello nella lotta alle fake news.

Il progetto digitali e uguali

Nel corso del 2021, è stato lanciato da YOOX e Gruppo GEDI, in collaborazione con Fondazione Specchio d'Italia Onlus e Fondazione Golinelli il progetto **Digitali e Uguali**, con l'obiettivo di contribuire a colmare il divario digitale e risolvere il forte problema della disuguaglianza tecnologica e povertà educativa presente tra i giovani in Italia, tramite la donazione di laptop agli studenti che più ne avevano bisogno. Grazie a una campagna diffusa tramite tutti i canali del Gruppo Editoriale, si sono raccolti fondi da aziende e cittadini privati, le somme raccolte si sono trasformate rapidamente in computer donati agli studenti più bisognosi tramite le scuole di tutto il territorio italiano. L'iniziativa è partita dalla consapevolezza di quanto grande sia ancora in Italia la disuguaglianza digitale tra i giovani e l'obiettivo era rispondere alla richiesta di aiuto delle scuole, colmare quel gap, rispondere a quel bisogno. Sono state infatti le scuole ad indicare tutte le situazioni a rischio, a ricevere i pc acquistati e a distribuirli ai ragazzi in difficoltà. L'iniziativa ha portato ad una raccolta fondi complessiva di circa 513,5 mila euro, con i quali è stato possibile donare 1.688 devices a 171 scuole, dando risposta a tutti gli istituti che hanno presentato richiesta. L'iniziativa ha avuto il plauso del Presidente della Repubblica, che ha inviato una lettera di apprezzamento al direttore Maurizio Molinari.



la Repubblica

GEDI
GRUPPO EDITORIALE

YOOX

In collaborazione con:



FONDAZIONE
Specchio d'Italia
DONIAMO SPERANZA

**FONDAZIONE
GOLINELLI**
L'intelligenza
di esserci

Responsabilità e impatti ambientali

- 5.1 **La gestione della carta
e delle altre materie prime**
- 5.2 **Gli impatti ambientali di GEDI
Consumi ed emissioni CO₂**

Il cambiamento climatico è per il Gruppo GEDI una priorità da affrontare ogni giorno, attraverso obiettivi, traguardi e azioni concrete. Il Gruppo, mantenendo il proprio impegno nel ridurre il più possibile l'impatto ambientale dei propri prodotti e delle proprie attività produttive, negli ultimi anni ha intrapreso un percorso finalizzato al raggiungimento della cosiddetta **Carbon Neutrality**⁸, in linea con l'adesione agli SDGs e in particolare al SDG 13 "Lotta contro il cambiamento climatico".

Nel 2021, il Gruppo ha individuato le azioni che maggiormente possono incidere sull'abbattimento delle emissioni e al tempo stesso riuscire a contribuire a ridurre il proprio impatto ambientale.

La **gestione e il consumo di carta** rappresentano una componente essenziale nelle attività di business del Gruppo. Pertanto, durante il 2021, oltre ad orientare i propri acquisti verso prodotti certificati e/o riciclati, sono state avviate le attività che condurranno nel 2022 ad ottenere la certificazione della catena di custodia secondo lo standard PEFC. Attraverso questa attività per il Gruppo sarà possibile implementare un sistema di tracciabilità di tutte le fasi di lavorazione, trasformazione e distribuzione della carta utilizzata.

A partire dal 2021, il Gruppo ha deciso di sottoscrivere un contratto per l'approvvigionamento di energia elettrica da fonti rinnovabili certificata capace di coprire circa la quasi totalità dei fabbisogni di energia elettrica derivanti dalle proprie attività strutturali. Il Gruppo GEDI si pone poi l'obiettivo di compensare nel prossimo periodo le proprie emissioni residue in Scope 1 e 2, partecipando contestualmente al finanziamento di **progetti ad alto impatto ambientale e sociale**. In particolare, attraverso un'operazione di compensazione che prevede l'utilizzo di crediti di carbonio certificati Verified Carbon Standard (VCS), principale Standard internazionale, verranno compensate tutte le cosiddette emissioni difficilmente abbattibili. I Carbon Credits sono degli asset intangibili che le aziende possono acquistare per neutralizzare le emissioni prodotte (ogni credito di carbonio equivale ad una tonnellata di CO₂ equivalente). I proventi di questi crediti andranno a sostenere progetti ad alto impatto ambientale, sociale e di biodiversità, sviluppati in Paesi in via di sviluppo.

Tali obiettivi ed azioni, approfonditi nei paragrafi successivi, rappresentano per il Gruppo un impegno concreto intrapreso con la consapevolezza di riuscire a contribuire ad un futuro sostenibile.

⁸ La carbon neutrality, intesa come zero emissioni, prevede un bilanciamento tra emissioni di gas serra generate ed emissioni riassorbite.



La gestione della carta e delle altre materie prime

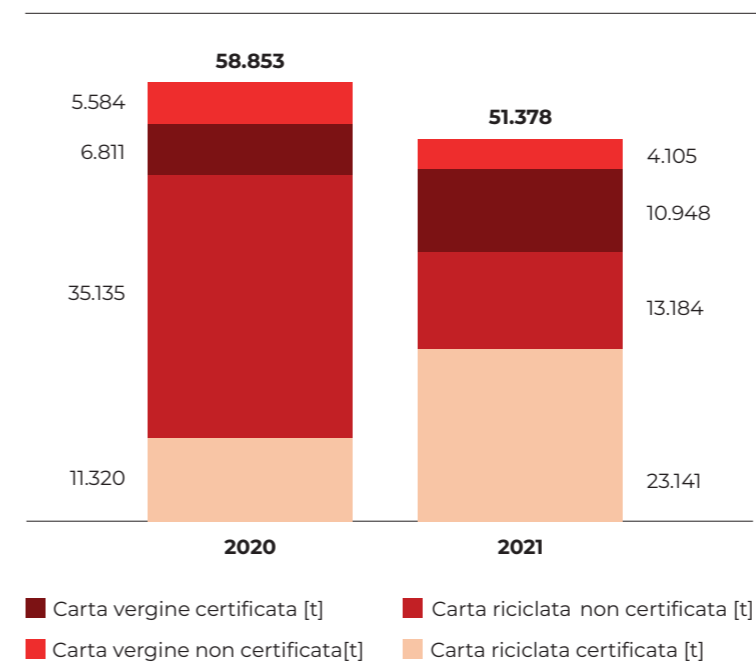
La carta rappresenta una materia di importanza primaria nella produzione industriale del Gruppo GEDI ed è considerata un elemento sensibile anche per l'impatto ambientale ad essa associato. Per l'approvvigionamento delle diverse tipologie di carta utilizzate per i propri prodotti editoriali, il Gruppo si rivolge a cartiere di primaria importanza internazionale, che sono in grado di garantire l'osservanza delle normative sulla tutela dell'ambiente.

In base alle caratteristiche di composizione, la carta utilizzata dal Gruppo per le diverse esigenze di stampa si distingue in due macrotipologie, 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). Sia la carta vergine sia la carta riciclata possono essere certificate; lo standard di Catena di Custodia PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes) equipara comunque la materia prima riciclata alla materia prima vergine certificata PEFC, considerando la materia prima riciclata a tutti gli effetti come certificata. In tale contesto, e con l'obiettivo di ridurre il proprio

impatto ambientale, il Gruppo Gedi da un lato favorisce l'uso di carta riciclata, dall'altro promuove un uso sostenibile delle risorse forestali acquistando carta vergine certificata. Entrambe le scelte hanno lo scopo di alleggerire la pressione che le attività umane esercitano sulle risorse forestali. L'uso di carta certificata, garantisce che le foreste siano adeguatamente gestite, mantenute e rigenerate, che la loro biodiversità sia tutelata e che vengano rispettati i diritti, le tradizioni e le possibilità di sviluppo economico delle popolazioni che accanto alle foreste vivono.

Complessivamente, nel corso del 2021, il Gruppo ha consumato circa 51,4 mila tonnellate di carta, in diminuzione di circa il 13% rispetto alle circa 58,8 mila tonnellate del 2020; tale diminuzione si pone in continuità con i precedenti periodi e in coerenza con il trend delle diffusioni e foliazioni in atto. A fronte di tale diminuzione complessiva degli acquisti, nel 2021 sono invece aumentati di circa il 66% i quantitativi di carta certificata acquistata, che passano da circa 18 mila tonnellate del 2020 a circa 34 mila tonnellate del 2021. Complessivamente, circa il 92% della carta acquistata nel 2021 dal Gruppo Gedi risulta

Gruppo GEDI - Consumi di carta (t) (2020-2021)

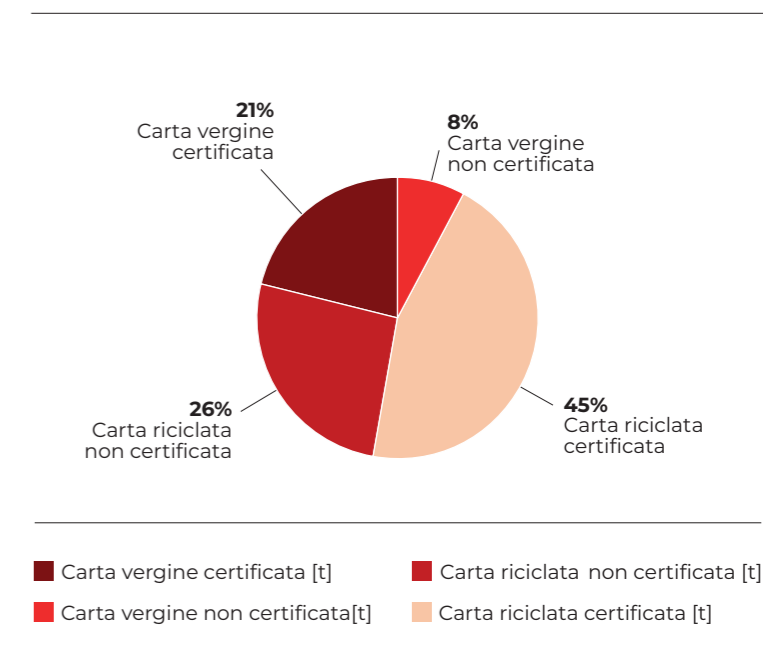


Totale carta acquistata - 13% rispetto al 2020

certificata e/o riciclata. Si vedano in merito i prospetti e i grafici di seguito riportati.

Procedendo ulteriormente nel suo impegno nella riduzione degli impatti ambientali, il Gruppo GEDI nel corso del 2021 ha altresì intrapreso il percorso di Certificazione della propria catena di custodia della carta, al fine di poter garantire non solo che la carta acquistata per la stampa dei propri prodotti sia certificata e/o riciclata ma anche che le diverse fasi delle lavorazioni di stampa siano tali da assicurare che la carta su cui sono stampati i propri prodotti editoriali sia stata prodotta rispettando l'ambiente, cioè ricavandone la materia prima da foreste gestite in modo corretto (carta vergine) o compiendo il

Composing carta 2021 (%)



Totale carta vergine certificata +61% rispetto al 2020

Totale carta riciclata certificata + 104% rispetto al 2020

processo di riciclo in modo ecologicamente corretto (carta riciclata). A tal fine, il Gruppo ha intrapreso il percorso di certificazione del Programme for the Endorsement of Forest Certification Schemes (PEFC), che prevede di concludere entro il 2022. Tra il materiale di produzione utilizzato per la stampa, rivestono particolare importanza anche le lastre e gli inchiostri, i cui consumi del 2021 risultano in diminuzione rispetto al 2020 (-22,5% per le lastre e -42,9% per gli inchiostri) per effetto sia della riduzione delle tirature e della foliazione sia del ricorso all'outsourcing nei processi di stampa. Anche in relazione a tali materiali, il Gruppo GEDI ha intrapreso un percorso di conoscenza e condivisione di approcci alla sostenibilità con i principali fornitori.

Tipologia di Carta	"2020 [t]"	"2021 [t]"	D 21/20 (%)	"Composing 2020 (%)"	"Composing 2021 (%)"
Carta Vergine Certificata	6.811	10.948	61%	12%	21%
Carta Riciclata Certificata	11.320	23.141	104%	19%	45%
Totale Carta Certificata	18.131	34.089	88%	31%	66%
Carta Riciclata non Certificata	35.135	13.184	-62%	60%	26%
Totale Carta Certificata e/o Riciclata	53.266	47.273	-11%	91%	92%
Carta Vergine non Certificata	5.584	4.105	-26%	9%	8%
Totale Carta	58.850	51.378	-13%	100%	100%



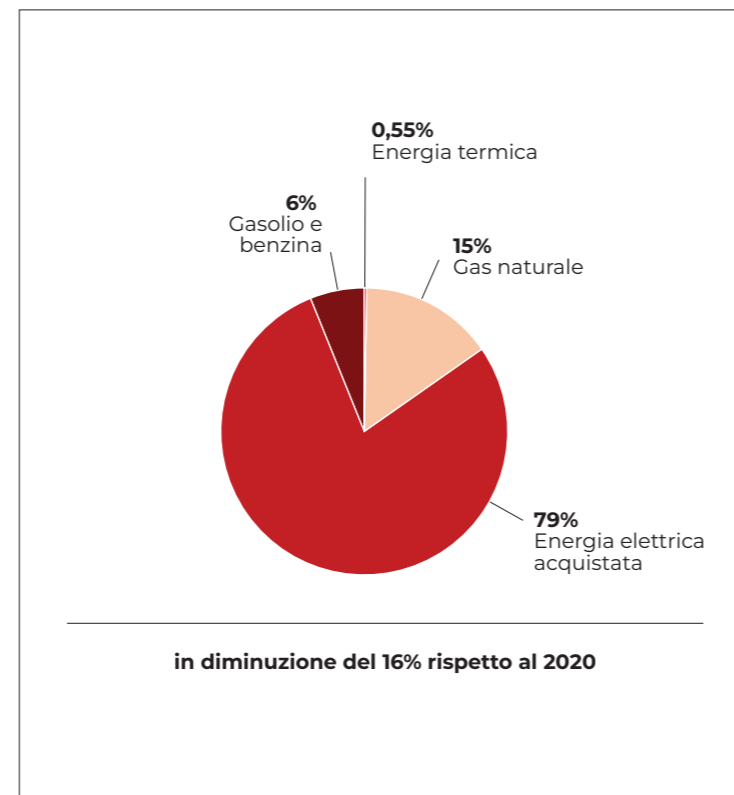
Gli impatti ambientali di GEDI

Consumi ed emissioni CO₂ ⁹

Il Gruppo GEDI, a partire dal 2021, ha intrapreso un percorso volto ad abbattere i propri **consumi di energia** elettrica e allo stesso tempo a scegliere di approvvigionarsi per la quasi totalità di energia elettrica da fonti rinnovabili certificata, grazie alla sottoscrizione di un accordo quadro. 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 2021, GEDI ha consumato in energia elettrica circa 39 mila MWh, registrando una diminuzione pari a circa il 17,8% rispetto ai circa 47,7 mila MWh consumati nell'anno precedente.

Con riferimento all'energia termica consumata a seguito dell'acquisto di energia da teleriscaldamento, il Gruppo nel 2021 ha consumato circa 983 GJ, in diminuzione di circa il 37% rispetto ai circa 1,5 mila GJ consumati nel 2020. Per quanto riguarda i combustibili fossili, i consumi di gas naturale hanno registrato una diminuzione, in linea con la precedente tendenza, passando da 890.174 m³ del 2020 a 746.709 m³ del 2021 (-16%). L'utilizzo di gas naturale nel Gruppo è collegato prevalentemente al riscaldamento degli immobili (centri stampa e sedi).

Totale dei consumi energetici (in GJ) interni al Gruppo GEDI 2021



⁹ 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 2021 per il gas naturale e il gasolio sono stati utilizzati i coefficienti del Ministero dell'Ambiente.

Standard di rendicontazione e tipologie di emissioni

Gli Standard di rendicontazione **GRI**, prevedono la rendicontazione delle seguenti tipologie di emissioni:

- Emissioni derivanti da fonti controllate direttamente dall'ente come, ad esempio, i combustibili utilizzati per alimentare la flotta aziendale, gli automezzi da lavoro e a noleggio, ma anche per il riscaldamento (c.d. Emissioni in **SCOPE 1**).
- Emissioni derivanti da fonti non controllate direttamente dal Gruppo e associate alla generazione di energia (c.d. Emissioni in **SCOPE 2**), attraverso due metodologie di calcolo. Il GreenHouse Gas (**GHG**) Protocol prevede infatti che le organizzazioni rendicontino le emissioni indirette di GHG Scope 2 sia secondo la metodologia **location-based** sia secondo la metodologia **market-based**, qualora l'organizzazione svolga attività in paesi con mercati energetici liberalizzati, per cui sono disponibili i dati specifici sui prodotti o i fornitori di energia sotto forma di strumenti contrattuali. I risultati di ciascun metodo riflettono diversi rischi e opportunità associati alle emissioni derivanti dall'uso dell'elettricità:

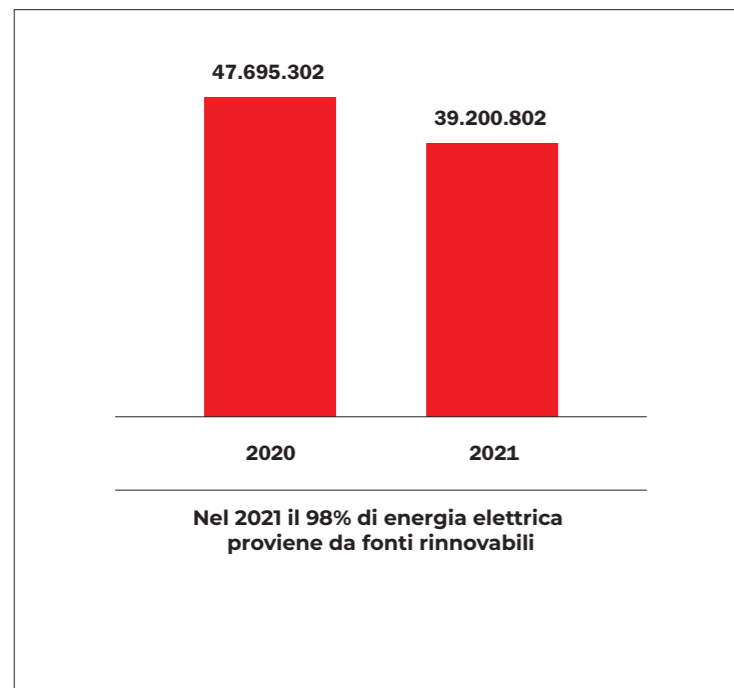
Location-Based questo metodo si basa sulla localizzazione dell'impresa, esso è il risultato del calcolo delle emissioni di gas

serra derivanti dalla produzione di elettricità nell'area in cui il consumo ha luogo. Quindi il fattore di emissione da prendere in considerazione è il fattore di emissione medio della rete nazionale o subnazionale di riferimento, il quale verrà moltiplicato per il consumo energetico dell'organizzazione, espresso in KWh. Pertanto, questo metodo guarda solo al profilo di generazione di energia in una data regione/nazione, indipendentemente dalle relazioni con i fornitori, per cui non riflette le scelte aziendali individuali riguardanti i contratti elettrici o gli acquisti di certificati.

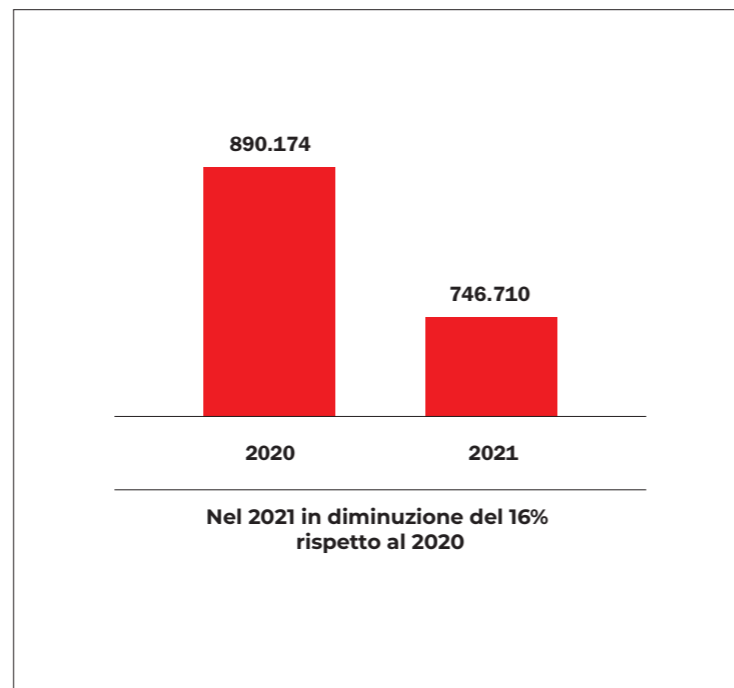
Market Based questo approccio riflette le emissioni di gas serra associate alle scelte di fornitura di energia elettrica da parte del consumatore. Queste iniziative, come la scelta di un fornitore di elettricità al dettaglio o l'acquisto di certificati energetici, sono veicolate da accordi tra acquirente e fornitore. Con questo metodo, l'organizzazione utilizzerà il fattore di emissione di gas serra associato agli strumenti contrattuali qualificanti comunicati dal fornitore per la rendicontazione dello Scope 2. L'origine dell'elettricità deve essere certificata dai cosiddetti "strumenti contrattuali che soddisfano i criteri minimi di qualità". In Europa, l'unico modo di comprovare la provenienza dell'elettricità sono le Garanzie di Origine.

- Emissioni da fonti che non sono sotto il diretto controllo aziendale, ma che sono indirettamente legate all'attività aziendale. Comprende tutte le emissioni indirette generate dalla catena del valore del Gruppo come, ad esempio, quelle connesse alla catena di fornitura e i viaggi dei dipendenti (c.d. Emissioni in **SCOPE 3**).

Consumo di energia elettrica del Gruppo (KWh) (2020-2021)



Consumo di gas naturale del Gruppo (m3) (2020-2021)



Con riferimento al **gasolio e alla benzina**, i consumi sono inerenti al riscaldamento e alle auto aziendali che rappresentano solo il 6% dei consumi energetici interni totali del Gruppo. 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 e benzina (da riscaldamento e da auto aziendali) nel 2021 sono risultati pari a circa 310 mila litri.

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

Nel 2021 il Gruppo, in continuità con gli obiettivi prefissati l'anno precedente, ha continuato un

percorso virtuoso volto, da un lato, a mappare la propria carbon footprint, dall'altro lato, proiettato verso un costante efficientamento delle risorse utilizzate e la conseguente riduzione delle emissioni prodotte dalle proprie attività.

Durante l'anno, il Gruppo, nonostante un leggero ampliamento del perimetro e il progressivo ritorno dei dipendenti alle attività nelle sedi aziendali, ha comunque registrato un generale diminuzione delle emissioni di CO₂ sia dirette che indirette. Tale diminuzione è riconducibile alle politiche attuate dal Gruppo per limitare ed abbattere il proprio impatto ambientale.

In continuità con gli obiettivi fissati per il triennio, nel 2021 il Gruppo GEDI ha sottoscritto un contratto quadro per la fornitura di energia elettrica certificata

Emissioni di gas serra		
t CO ₂	2020	2021
Scopo 1	2.343	2.209
Scopo 2 (energia termica)	93	60
Scopo 2 (energia elettrica location based)	16.118	12.409
Scopo 2 (energia elettrica market based)	22.426	166
Totale emissioni (con location based)	18.461	14.617
Totale emissioni (con market based)	24.769	2.375

¹⁰ Il totale delle emissioni di CO₂ è calcolato sommando le tonnellate di CO₂ derivate dal consumo di energia interna all'organizzazione (scope 1) alle emissioni di CO₂ calcolate seguendo l'approccio Market based.

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, il contratto prevede che ogni kWh acquistato sia coperto da un pari approvvigionamento di energia da fonte rinnovabile proveniente da impianti qualificati IGO, certificato tramite Garanzia di Origine rilasciata dal GSE. Grazie a questa importante azione, il Gruppo durante l'anno ha registrato una diminuzione delle emissioni totali pari al 90,4%¹⁰ rispetto all'anno precedente.

Inoltre, nel 2021, il Gruppo ha avviato un **percorso finalizzato alla selezione di progetti internazionali ad impatto sociale ed ambientale in grado di generare carbon credits certificati** che possano compensare le emissioni residue del Gruppo e renderlo Carbon Neutral nel prossimo triennio.

Dopo un'approfondita analisi dei migliori progetti VCS disponibili, la scelta è ricaduta su un portafoglio ad alto impatto ambientale, tra cui "Fazenda Nascente do Luar" sviluppato dalla società italiana Carbon Credits Consulting nella savana tropicale più ricca di biodiversità al mondo: il Cerrado Biome in Brasile, un'area fortemente deforestata.

Questo progetto prevede un approccio unico: integrare la **riforestazione di 342 ettari di foresta degradata** con il ripristino e la **conservazione di 1.150 ettari di foresta nativa**, generando al contempo benefici ambientali, sociali e di biodiversità.

- **Ambientali:** la specie arborea selezionata è caratterizzata da una straordinaria efficienza nel sequestro di CO₂ e nella produzione di ossigeno;
- **Sociali:** il progetto forestale produce molteplici posti di lavoro per le comunità locali, offrendo

Emissioni indirette Scope 3 ¹¹ 2021	kWh	t CO ₂
Energia elettrica totale consumata	7.119.963	2.438
	Smc	t CO₂
Gas naturale	770.424	1.538
	kgCO₂	t CO₂
Viaggi aziendali	291.631	292
Totale		4.268

¹¹ 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 2020.

ai lavoratori significativi benefici economici, oltre alla formazione e a un incremento della qualità della vita;

- **Biodiversità:** ripristino e protezione della foresta nativa ricreano un ecosistema favorevole per la fauna locale (comprese le specie a rischio che vi ritrovano cibo e rifugio).

Scope 3 stima delle emissioni dei centri stampa terzi

In continuità con il percorso intrapreso nel precedente periodo, il Gruppo GEDI ha proseguito nell'anno il processo di individuazione e quantificazione delle proprie emissioni indirette – Scope 3 mappando le emissioni generate dagli stampatori terzi nello svolgimento delle attività di stampa di quotidiani e riviste per il Gruppo. Per il calcolo delle emissioni di CO₂ 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 2021.

In aggiunta al calcolo delle emissioni di CO₂ generate dalle attività dei centri stampa esterni, il Gruppo nel corso dell'anno ha intrapreso un'attività di raccolta dei dati relativi agli spostamenti aziendali dei propri dipendenti. I viaggi aziendali, in leggera ripresa durante il 2021, hanno coinvolto due tipologie di vettore aereo e treno. Si riporta nella tabella sottostante il totale delle emissioni in tCO₂ emesse, derivante dal consumo di energia elettrica, gas naturale e dai viaggi aziendali.

L'impatto ambientale dell'attività radiofonica

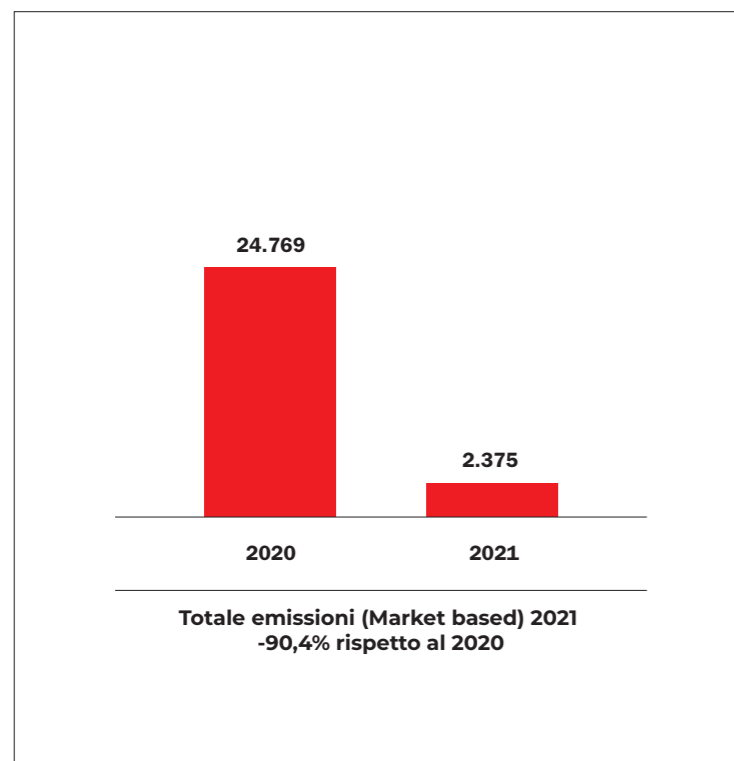
Elemedia Spa diffonde radio in modulazione di frequenza per conto delle tre emittenti del Gruppo (Radio DeeJay, Radio Capital, m2o). La trasmissione avviene attraverso circa 900 frequenze irradiate da siti trasmettenti ove sono collocate antenne su tralicci metallici. Tali siti sono dislocati principalmente 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 Elemedia sono diretta conseguenza di una modalità di esercizio che si basa su un severo rispetto dei parametri assentiti dalla concessione.

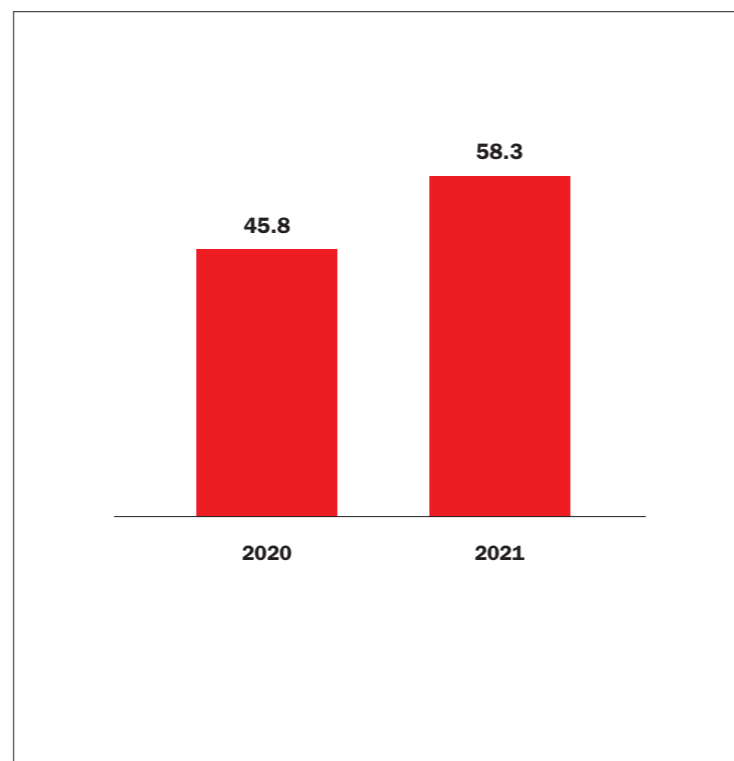
Al fine di mantenere i livelli di inquinamento sistematicamente al di sotto dei limiti, Elemedia esercita una propria attività di autocontrollo, destinando adeguate risorse espressamente a questo scopo. Il Gruppo opera attraverso una rete di ispettori deputati alla gestione della rete di impianti che effettuano attività di controllo e manutenzione periodiche. Il Gruppo utilizza anche alcune sonde sparse sul territorio italiano e posizionate in alcuni punti strategici delle città grazie alle quali monitora il livello dei segnali (rete di telecontrolli). Non si sono verificati casi in cui Elemedia abbia ricevuto sanzioni per superamento dei limiti radioprotezionistici, mentre è prassi comune per Elemedia affrontare procedure di riduzione a conformità.

Totale emissioni (con market based)



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;

Acqua prelevata da acquedotto pubblico del Gruppo (megalitri - MI) (2020 - 2021)



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 2021, i consumi idrici sono stati pari a circa 58,3 mega litri in aumento rispetto ai circa 45,8 mega litri del 2020 (27%). Tale aumento è compatibile con la ripresa delle attività presso le

sedi, con conseguente e progressivo ritorno anche dei dipendenti allo svolgimento delle proprie attività negli uffici del Gruppo. 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. Con riferimento al prelievo di acqua da aree di water stress, il Gruppo si avvale del Aqueduct Tool sviluppato dal World Resources Institute¹² per identificare le aree potenzialmente a rischio in cui rientrano molteplici sedi. La categoria considerata come water stress si riferisce alla categorizzazione "extreme scarcity" (scarsità estrema).

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 2021, la produzione complessiva di rifiuti, pericolosi e non pericolosi, è risultata pari a poco più di 7.100

tonnellate. La riduzione rispetto all'anno precedente è stata di circa il 21% e le cause possono essere individuate da una parte nella chiusura dei Centri Stampa di Mantova e Roma avvenuta nei primi mesi del 2021 e dall'altra nel perdurare della parziale contrazione del mercato dei quotidiani dovuta all'emergenza sanitaria ancora in corso. La percentuale di rifiuti pericolosi e non pericolosi si attesta, rispettivamente, al 46% e 54% (contro il 35% e 65% del 2020). La chiusura dei Centri Stampa ha determinato, nel biennio 2020-2021, una riduzione della produzione di rifiuti non pericolosi che sono passati da 6.300 a 3.800 t mentre la quantità dei rifiuti pericolosi si è ridotta del 3,5% attestandosi poco sopra alle 3.300 t. Questa situazione ha determinato un riassetto delle percentuali tenuto conto che mediamente un centro stampa produce una quota maggiore di rifiuti non pericolosi (carta e cartone e imballaggi, liquidi contenenti inchiostro) rispetto ai pericolosi. Come è possibile evidenziare dalla analisi dei dati rappresentati nelle schede di dettaglio per molte tipologie di rifiuto si è registrata una riduzione anche significativa della produzione, gli aumenti sono limitati ad alcune tipologie di rifiuto (es. apparecchiature elettriche fuori uso, lampade, rifiuti

¹² Lo strumento del WRI è disponibile online alla pagina web: <https://www.wri.org/our-work/project/aqueduct>. Per l'analisi, sono stati tenuti in considerazione i risultati emersi nella colonna "baseline water stress".

ingombranti, emulsioni) che si sono originate da attività di manutenzione differibili, previste nel 2020 e poi posticipate al 2021 a causa della pandemia. La società ha svolto tutti gli adempimenti connessi alle attività di valutazione e gestione dei rifiuti nel rispetto della normativa attualmente in vigore.

Per la gestione operativa dei rifiuti nelle sedi di produzione viene utilizzata una applicazione software dedicata consultabile dal personale GEDI presente in sito e dal consulente esterno che si occupa del controllo da remoto e dell'estrazione periodica dei dati. Il software contiene tutte le informazioni relative ad autorizzazioni e scadenze ed è in grado di generare alert specifici necessari per la corretta verifica e imputazione dei dati, nel rispetto della normativa ambientale vigente. Un ulteriore controllo è effettuato dal personale addetto alla gestione dei rifiuti sul nominativo dell'autista e sulla targa del mezzo incaricato di trasportare i rifiuti dal luogo di produzione (Centri Stampa, Redazioni Uffici) al luogo di trattamento esterno. È disponibile una casella mail dedicata alla quale gli operatori di sito possono fare riferimento per ricevere assistenza dal consulente oppure per organizzare trasporti e smaltimenti di rifiuti non standard. Allo scopo di monitorare il processo vengono infine effettuati periodici audit di verifica

documentale e sostanziale, nel 2021 la verifica ha riguardato i tre Centri Stampa attivi e alcune Sedi Uffici a campione.

GEDI ha incaricato un soggetto terzo qualificato per effettuare i lavori di messa in sicurezza, smontaggio e rimozione di macchinari e impianti presso i Centri Stampa che hanno concluso l'attività produttiva nel 2021 compresi gli oneri derivanti dalla eventuale produzione di rifiuti conseguenti alle suddette attività che pertanto essendo stati generati da un soggetto esterno non sono compresi nei dati sopra esposti.

Per quanto riguarda i metodi di smaltimento dei rifiuti prodotti nel 2021: il 42% circa 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 contrattuali con GEDI; il 54% circa 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 2,5% 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; l'1,5% è stato riciclato. Tutte le operazioni di trattamento dei rifiuti avvengono

all'esterno delle sedi di produzione degli stessi, presso soggetti terzi che non intrattengono rapporti contrattuali con GEDI.

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.

La stampa dei quotidiani editi da GEDI News Network Spa e da GEDI Spa (per quest'ultima fino al 31 agosto 2021, in seguito al conferimento del ramo di azienda a GEDI News Network Spa con efficacia 1 settembre 2021) viene effettuata complessivamente, al 31 dicembre 2021 e a seguito degli interventi già posti in essere sull'assetto industriale del Gruppo, in 10 centri stampa dislocati sul territorio italiano, di cui tre di proprietà del Gruppo (Torino, Padova, Sassari) e sette di stampatori terzi (Bologna, Catania, Firenze, Crisignano, Milano, Roma 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.

Il trasporto primario dai poli di stampa per i periodici e per i prodotti opzionali (libri, Cd, DVD ecc) allegati alle pubblicazioni edita da GEDI News Network Spa, da GEDI Spa (per quest'ultima fino al 31 agosto 2021, in seguito al conferimento dei rami di azienda a GEDI News Network Spa e GEDI Periodici e Servizi Spa, con efficacia 1 settembre 2021) e da GEDI Periodici e Servizi Spa (dall'1 settembre 2021), 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.

Le risorse umane

- 6.1 **Le risorse umane**
- 6.2 **Salute e sicurezza dei lavoratori**
- 6.3 **Sars-CoV-2: misure di prevenzione e gestione del rischio**

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. 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 lo scambio di conoscenze e l'arricchimento professionale. 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 condiviso. Il rispetto dei diritti umani è un elemento fondante del sistema di gestione delle attività del gruppo, espressamente richiesto dal Codice Etico e nel rispetto di quanto previsto dalla normativa nazionale sul lavoro e dai contratti collettivi applicati. 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 relazione alla quale si rinvia ai paragrafi 4.2 e 4.3. Nel corso del 2021, valorizzando quanto sperimentato nella fase di emergenza da COVID-19, è stato definito nel Gruppo GEDI un nuovo modello di organizzazione del lavoro basato sull'alternanza tra il lavoro in presenza e il lavoro agile. In particolare, nel corso dell'anno sono stati sottoscritti accordi di lavoro agile strutturali, che prevedono una presenza ridotta in azienda a seconda della tipologia dell'attività svolta; si tratta di un elemento innovativo ai fini dello sviluppo della digitalizzazione delle attività lavorative ma anche di promozione della sostenibilità sociale, economica e ambientale anche attraverso la riduzione degli spostamenti casa-lavoro.

Composizione dell'organico

L'organico complessivo di GEDI al 31 dicembre 2021 si compone di 1.798 persone (1.865 al 31 dicembre 2020), con la ripartizione per inquadramento professionale di seguito rappresentata. Con riferimento alla distribuzione anagrafica della popolazione aziendale, invece, circa il 62% dei dipendenti si colloca nella fascia d'età superiore ai 50 anni, il 37% circa si colloca tra i 30 e i 50 anni e l'1%



circa ha un'età inferiore ai 30 anni. 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 per dimissioni volontarie è in linea con i precedenti periodi pari a circa l'1%.

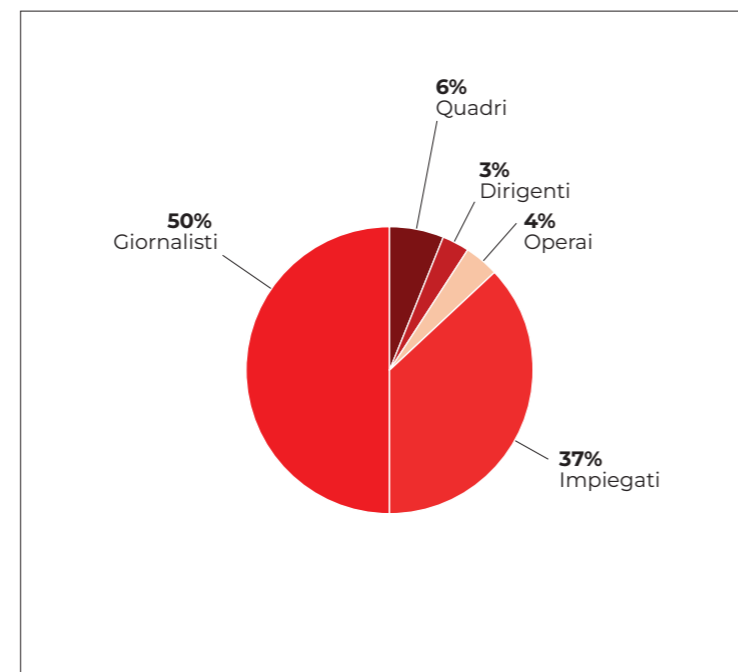
Diversità e Inclusione

Il Gruppo GEDI, in linea con il SDG 5 "Parità di genere" dell'Agenda 2030, è da sempre impegnato nel rispettare e valorizzare le unicità dei propri dipendenti e collaboratori, con l'obiettivo di mantenere un ambiente di lavoro inclusivo. Il Gruppo rifiuta qualsiasi pratica discriminatoria e si impegna nella valorizzazione delle competenze di ogni individuo. I rapporti tra i dipendenti si svolgono nella tutela dei diritti e della libertà delle persone e dei principi fondamentali. L'incidenza delle donne sull'organico è complessivamente pari a circa il 39%; le donne del Gruppo sono presenti in particolare nelle redazioni, oltre che nelle aree amministrative e commerciali. 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 ancora differenze tra lo stipendio medio delle donne e quello degli uomini pari a complessivamente il 15% sul salario medio.

Congedo parentale

Il Gruppo Gedi ritiene da sempre fondamentale

Ripartizione dei dipendenti del Gruppo per inquadramento professionale (2021)



lo sviluppo di una cultura aziendale che possa supportare i neogenitori dipendenti nel rispetto del bilanciamento tra vita privata e lavoro. Nel 2021, il congedo parentale è stato usufruito da 61 dipendenti, in particolare 22 uomini e 39 donne. Il tasso di rientro a lavoro e il tasso di permanenza¹³ si sono attestati al 98%, nel dettaglio al 100% per gli uomini e al 97% per le donne.

Progetto lavoro agile (Smart Working)

Il protrarsi della situazione pandemica e il ricorso allo smart working come modalità di lavoro prevalente, ha portato il Gruppo GEDI a voler indagare gli effetti del lavoro da remoto sulla vita professionale dei propri dipendenti. In particolare, nel 2021, Manzoni, società pilota, ha condotto una rilevazione a 360 gradi

su tutta la popolazione aziendale con l'obiettivo di comprendere i rischi associati al lavoro da remoto, attraverso il progetto "Smart Network Analysis", nato dalla collaborazione con Microsoft, Wattajob, SAA-School of Management di Torino e la società Porini. Il progetto ha messo in luce nuove opportunità, sfruttando le potenzialità nel superare le barriere logistiche e tecnologiche e ridefinendo gli stili manageriali per gestire al meglio il cambiamento. Il progetto è stato sviluppato in tre fasi:

1. Analisi dei comportamenti organizzativi e delle reti di relazione tra i lavoratori, nella fase pre e post Covid e conseguente distribuzione dei carichi di lavoro tra persone appartenenti alla stessa area, con particolare enfasi ai processi di collaborazione, integrazione, motivazione e senso di appartenenza.
2. Definizione di comportamenti organizzativi chiave e revisione dei flussi e dei modelli di collaborazione con implementazione di processi di trasformazione verso il mondo digitale.
3. Formazione a tutto il personale per accompagnare il cambiamento di comportamenti e abitudini, adattandoli ai nuovi modelli organizzativi.

Il progetto di implementazione dello smart working è stato strutturato seguendo una forte logica quantitativa. Oltre all'analisi dei comportamenti, è stato erogato un questionario articolato in 69 domande, di cui 20 specifiche per i manager, e 9 aree di valutazione, riguardanti le esperienze di ogni collaboratore nel periodo

¹³ Tasso di permanenza è calcolato dividendo il numero di dipendenti ancora impiegati 12 mesi dopo il rientro al lavoro al termine del congedo parentale per il Numero totale di dipendenti tornati al lavoro in seguito al congedo parentale nel/i precedente/i periodo/i di rendicontazione.

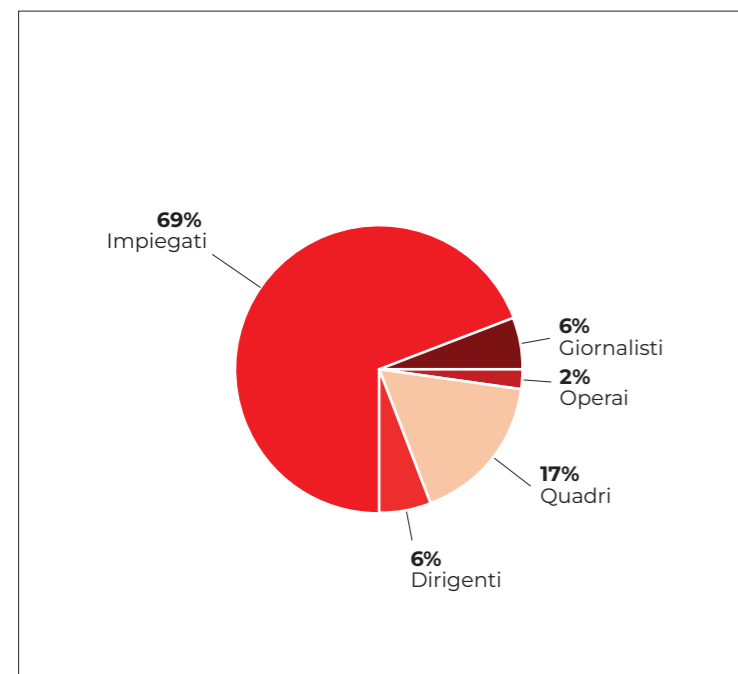
di lavoro da remoto, svolto nel contesto emergenziale. La mappatura delle risposte ottenute ha consentito di identificare gli aspetti rilevanti per affrontare le problematiche emerse e valutare spazi di opportunità e sviluppo. A valle del progetto, condiviso con Lavoratori e Parti Sociali, sono stati definiti accordi per la gestione normativa del Lavoro Agile, anticipando e superando le disposizioni governative.

Con la finalità di mappare le esigenze dei propri dipendenti e migliorare le attività e le iniziative volte ad accrescere l'inclusività e il rispetto delle diversità, il Gruppo GEDI sta definendo tempi e modi per intraprendere un percorso di sviluppo ulteriore sui temi di D&I, che vedrà coinvolti i propri dipendenti.

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 e scaturisce in piani di formazioni annuali. Nel corso del 2021, in particolare, sono stati attivati e sviluppati, anche in continuità con i precedenti periodi, percorsi formativi sia trasversali sia specifici volti anche a rafforzare, in un contesto in rapida evoluzione sia per il ricorso al lavoro agile sia per la forte spinta innovativa nel Gruppo, modalità lavorative che permettano ai lavoratori maggiore

Ore di formazione ai dipendenti del Gruppo per inquadramento professionale (2021)



coesione come squadra, motivazione e produttività. Risentendo della diminuzione dell'organico, ma soprattutto per effetto della ridotta presenza del personale in ufficio nel contesto emergenziale, le ore complessive di formazione nel 2021 sono diminuite rispetto al periodo precedente, ma, allo stesso tempo, sono aumentati gli interventi formativi su singoli settori aziendali a sviluppo di specifiche competenze. Di seguito si rappresentano le ore di formazione per genere e per inquadramento professionale.

Progetto per la valutazione e miglioramento delle competenze digitali (Digital Assessment & Skill Up)

Il Gruppo GEDI, nell'ottica della trasformazione verso il mondo digitale, ha predisposto piani di sviluppo per

le proprie risorse al fine di facilitare tale percorso. Nel corso del 2021 sono state avviate specifiche iniziative di rilevazione e sviluppo della cultura digitale, come, ad esempio, il **Digital Assessment & Skill Up** presso la società Manzoni e corsi di formazione relativi al marketing digitale (che proseguiranno anche nei prossimi periodi) in Elemedia e GNN. Tali progetti si pongono l'obiettivo di supportare lo sviluppo non solo delle competenze digitali, ma anche dell'approccio delle persone all'innovazione e all'uso di strumenti e piattaforme tecnologiche. L'iniziativa si pone diversi obiettivi: misurare le competenze e l'approccio digitale della popolazione in base alle competenze trasversali, verificare la familiarità rispetto ad applicazioni e tools di mercato e valutare la conoscenza degli strumenti digitali peculiari del contesto Manzoni. Infine, sulla base dei risultati, vengono progettati percorsi di formazione mirati e personalizzati. Il progetto, svolto in collaborazione con la società Key2people, consente di misurare le competenze digitali e l'apertura mentale alle nuove tecnologie attraverso un questionario nominale. Sulla base dei risultati ottenuti, vengono inviati dei report individuali a ciascun partecipante e vengono attivati i percorsi di formazione mirati, basati sulle reali esigenze mappate. La survey si compone di tre moduli personalizzati sulla base delle specifiche caratteristiche di Manzoni:

1. Il primo modulo di base ha l'obiettivo di definire una Carta di Identità Digitale del partecipante rilevando quanto la sua esperienza come Utente sia stata contaminata da elementi digitali.
2. Il secondo modulo, più specifico nel settore media, ha l'obiettivo di misurare il livello di conoscenza del partecipante delle tendenze di evoluzione del mercato digitale e delle nuove tecnologie

3. Infine, il terzo modulo riferito a collaborazione e strumenti interni, rileva le competenze di Collaborazione Digitale che abilitano lo Smart Working e rileva il livello di competenze e utilizzo delle piattaforme digitali di cui si avvale Manzoni.

Più nello specifico il questionario di indagine si compone di 70 domande (per una durata di compilazione media compresa tra i 20 e i 30 minuti) e adatta il contenuto sulla base delle risposte fornite dall'utente, approfondendo gli argomenti dove l'utente dimostra di avere competenza. A valle della mappatura delle competenze vengono avviati i percorsi di formazione di base, avanzata, specifica, ossia interventi di cambiamento culturale e organizzativo, anche in relazione all'evoluzione dei modelli di organizzazione del lavoro.

Progetto Flowing Digital

Nel corso del 2021 sono stati erogati alla popolazione dei giornalisti corsi online di perfezionamento di scrittura digital in ottica SEO e di utilizzo corretto dei social media. Il corso è composto da 3 moduli ciascuno della durata di circa 2 ore. Una volta concluso il modulo vengono consegnati dei "vademecum", ovvero delle guide consultabili dai giornalisti in caso di necessità per ritrovare temi e strumenti condivisi in aula e approfondirli in autonomia, grazie ai link inviati, attraverso video e materiali di supporto. Al termine di ciascun corso i partecipanti dovranno sostenere un test di verifica di apprendimento a tempo tramite la piattaforma Google Quiz ottenendo l'attestato di partecipazione al corso base SEO & Social.

Corso Dare e Ricevere Feedback

La trasformazione digitale attuata dal Gruppo

Gedi, ha portato con sé la necessità di strutturare al meglio non solo lo sviluppo delle nuove competenze, ma anche una diversa gestione dei percorsi professionali. In questa ottica nel 2021, la società Manzoni ha erogato il Corso **Dare e Ricevere Feedback** ai propri manager per prepararli al processo di valutazione delle prestazioni. Il corso, della durata di 4 ore e svolto presso la sede Manzoni, ha l'obiettivo di sviluppare la capacità dei partecipanti di erogare feedback costruttivi per sé, per i collaboratori e per il team in generale, al fine di ridurre le probabilità di conflitti e incentivare l'utilizzo dei feedback quale strumento di leadership e di ascolto. La valutazione, in Manzoni, avviene trimestralmente attraverso la compilazione di una scheda nella quale vengono annotati i risultati ottenuti e gli obiettivi, le competenze e le capacità dimostrate, l'attitudine relazionale ed eventuali osservazioni e feedback del collaboratore. Sono in corso di predisposizione progetti riguardanti il Performance Management che saranno svolti in Gedi Digital per l'anno 2022-2023.

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 particolar modo l'introduzione del Lavoro Agile, 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 2021, che la totalità dei dipendenti del Gruppo è coperto da accordi collettivi di contrattazione.

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, si adopera attivamente per adempiere 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 formazione, 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 funzioni responsabili e dei preposti, nel corso del 2021, sono proseguite le attività specifiche dei Servizi di Prevenzione e Protezione aziendali finalizzate alla raccolta delle informazioni relative ai processi lavorativi e alle modalità di esecuzione

delle attività ordinarie e straordinarie, allo scopo di approfondire ulteriormente il processo di identificazione puntuale dei pericoli, di attribuzione degli stessi alle singole mansioni, di valutazione dei relativi profili di rischio ed infine, di 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, delle quali si fornisce informativa nel prosieguo del paragrafo. Il trasferimento del personale afferente a diverse società nelle due nuove sedi uffici di Milano conclusosi negli ultimi mesi del 2021 ha consentito di operare un complessivo miglioramento degli spazi e dell'organizzazione del lavoro con ricadute positive sugli standard di salute e sicurezza dei lavoratori. La struttura dei controlli prevede il coinvolgimento di tutti i soggetti interni (Datore di Lavoro, Dirigenti, Medici Competenti, Preposti e gli stessi lavoratori) e rappresenta un efficace strumento di monitoraggio del livello di sicurezza. Il Gruppo mantiene altresì un costante impegno nel monitoraggio nei luoghi e delle condizioni di lavoro a presidio della tutela e del continuo miglioramento dei livelli di salute e sicurezza dei lavoratori,



implementando anche procedure, istruzioni operative e azioni orientate al miglioramento della consapevolezza del personale, attivando altresì le basi necessarie all'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 SarsCoV-2, in relazione ai quali si rinvia al successivo paragrafo, nel corso del 2021 sono proseguite le attività di formazione e aggiornamento quinquennale obbligatorio in materia di sicurezza e salute dei lavoratori di uffici, redazioni e radio (impiegati e giornalisti) sia quelle del personale operante nei centri stampa (operai, manutentori e tecnici). Sono state inoltre organizzate alcune sessioni formative specifiche per preposti e dirigenti, nonché nei confronti del personale costituente i Servizi di Prevenzione e Protezione aziendali. Nel corso dell'anno sono proseguite le sessioni formative di base per tutti i lavoratori dedicate al tema CoVid19 già avviate nel 2020, per le quali si rinvia al successivo paragrafo.

Complessivamente, nel corso del 2021 sono state erogate circa 1.450 ore di formazione in materia

di sicurezza a 536 persone, nelle modalità aula, a distanza e su piattaforma digitale. Dal confronto di questi dati con quelli del 2020 emerge un leggero incremento delle ore di formazione (nel 2020 erano state 1.320) e una diminuzione del numero di persone formate (nel 2020 erano state 1.618) che evidenzia un aumento delle ore di formazione procapite.

Nel corso del 2021 si sono stati registrati 6 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 si tratta di trasporti non organizzati da GEDI con propri mezzi aziendali. Confrontando il dato del 2021 con quello del 2020 si riscontra un aumento del numero di eventi che sono passati da 2 a 6, il dato si è riallineato a quello del 2019 (7 eventi) relativo al periodo precedente alla fase più acuta della pandemia in cui invece si è fatto ricorso significativo allo smart working con riduzione della presenza fisica di personale nelle sedi di lavoro GEDI. 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.

Sulla base dei dati raccolti, nel 2021 si sono registrati quattro infortuni, di cui nessuno classificato con gravi conseguenze, a carico dei lavoratori delle ditte terze operanti all'interno di sedi del Gruppo. Nel ricordare che lo scorso anno non si erano registrati infortuni, si rileva che l'aumento riscontrato è correlabile alla maggior presenza di personale di ditte esterne presso sedi del Gruppo per attività di manutenzione ordinaria e straordinaria che includono anche le attività originariamente previste nel 2020 ma posticipate al 2021 a causa della pandemia. Tale evidenza è coerente con quanto emerge dall'indicatore "Ore Lavorate" che

passa dalle 115 mila del 2020 alle 205 mila del 2021, confermando la maggior presenza nel 2021 di personale di ditte esterne presso sedi del Gruppo rispetto al periodo precedente.

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 2021 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.

Nel 2021 le ore lavorate sono risultate pari a circa 3 milioni, in diminuzione di circa il 3% rispetto a quelle dell'anno precedente, il dato è correlabile alla leggera diminuzione di organico che a livello di Gruppo si attesta a poco meno di 1.800 unità al 31 dicembre 2021 (-3.6% rispetto all'anno precedente) e che si è generata a seguito della chiusura di due Centri Stampa all'inizio dell'anno.

Sars-CoV-2: misure di prevenzione e gestione del rischio

GEDI si è attivata con tempestività per contrastare la diffusione del virus Covid-19 all'interno dei propri ambienti di lavoro e con lo scopo, quindi, di tutelare la salute dei lavoratori interni ed esterni ed eventuali visitatori, ha predisposto una serie di azioni di prevenzione e specifiche procedure elaborate e redatte sulla base dei disposti normativi e dei protocolli di sicurezza via via emanati dalle Autorità Governo e dagli Enti preposti alla gestione di tale emergenza, quali Ministero della Salute, Istituto Superiore della Sanità e Comitato Tecnico Scientifico ed adottati dalle Parti Sociali.

È stata costituita una Task-Force, che ha operato da subito seguendo con attenzione l'evolversi della situazione in Italia e nel mondo, attivando 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 nei confronti di dipendenti e terzi operanti nelle sedi. La Task Force è inoltre rimasta costantemente a disposizione di dipendenti e stakeholders, per fornire loro supporto in relazione ad ogni tipo di necessità correlata al Coronavirus.

E' stato attivato sin da subito un canale di comunicazione tra lavoratori, Servizio di Prevenzione e Protezione e Medici Competenti per una migliore gestione dell'emergenza all'interno degli ambienti di

lavoro, attraverso casella di posta elettronica dedicata, garantendo il necessario supporto agli interessati e fornendo informazioni in relazione alle procedure da adottare, anche in relazione al periodo di malattia e al rientro al lavoro (in presenza e/o in smart working). Il servizio – tuttora attivo – è stato offerto sia al personale dipendente, sia a collaboratori e agenti. La task force informa quotidianamente Datori di Lavoro e soggetti apicali con approfondimenti e newsletter dedicati, segnalando le implementazioni normative nazionali e locali e le azioni operative intraprese per ciascuna società del Gruppo; ulteriori informative specifiche vengono diffuse in caso di necessità.

È stato ritenuto necessario, ai sensi dell'art. 29 comma 3 del D.Lgs. 81/08, integrare i Documenti di valutazione dei Rischi con uno specifico Addendum per valutare il "nuovo rischio sanitario", andando così a delineare adeguate misure di prevenzione e protezione dal rischio specifico. Sono stati effettuati momenti di aggiornamento dei DUVRI e dei Piani di Gestione delle Emergenze, che tenessero conto degli aggiornamenti normativi e delle indicazioni del Protocollo condiviso di regolamentazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro, aggiornato in data 6 aprile 2021. Nel primo semestre del 2021, sono proseguite le iniziative di screening poste in essere dal Gruppo già attivate nell'autunno del 2020.

A tutti i dipendenti sono state periodicamente divulgate informative ed istruzioni, in aderenza alle indicazioni normative, sui corretti comportamenti igienici da tenere e sulle azioni di prevenzione attuate dall'azienda: pulizia e sanificazione dei luoghi di lavoro, utilizzo di lavoro agile, ingresso di personale esterno, sospensione dell'organizzazione di eventi esterni, limitazione delle trasferte allo stretto indispensabile, utilizzo più ampio possibile di video e/o call conference. I momenti informativi e formativi sul rischio specifico, sono stati costantemente ripetuti ed aggiornati, in relazione all'evolversi della diffusione del virus e delle specifiche disposizioni normative, messi a disposizione dalle società del Gruppo a tutti i lavoratori, attraverso cartellonistica, opuscoli, webinar, ecc.. Le azioni di coordinamento con i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza sono state realizzate in funzione dell'evoluzione della situazione epidemiologica e delle azioni di prevenzione, anche attraverso i Comitati interni di Gestione del Protocollo.

Nel mese di marzo 2021, in reazione alle possibili difficoltà oggettive determinate dal repentino ricorso allo smart working nel contesto emergenziale, è stato attivato lo Sportello di Ascolto gestito da uno Psicologo del Lavoro che – nei primi sei mesi di operatività ha accolto venti richieste, a seguito delle quali sono stati effettuati specifici colloqui e analizzate le criticità emerse, sostanzialmente raggruppabili in due macro ambiti, ovvero la gestione del tempo e la

difficoltà a disconnettersi dal lavoro, da un lato, e la gestione dei carichi di lavoro, dall'altro lato.

Anche ai fornitori sono state periodicamente inviate comunicazioni informative ed è stato richiesto riscontro formale sullo stato di salute del personale proprio e di eventuali subappaltatori operanti presso le sedi del Gruppo. Laddove le attività lo richiedevano sono state concordate con il fornitore – e da questo attuate – azioni di prevenzione specifica a partire dall'utilizzo di DPI.

Per quanto riguarda la segnalazione di casi di infezione da Covid-19 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 virus 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 pervenute e accertate con test molecolare dall'inizio della pandemia fino alla data del 31 dicembre 2021 totalizzano 90 casi.

Tutte le misure di prevenzione proseguono nel 2022 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

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, 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 2021.

La presente DNF include anche la disclosure relativa all’informativa sulla tassonomia come prevista dal Regolamento Europeo 852/20. Tale informativa, predisposta su base volontaria e riportata all’interno del paragrafo 1.3 “Introduzione alla Tassonomia UE”, include le analisi condotte dal Gruppo GEDI su come e in quale misura le proprie attività siano associate ad attività economiche ai sensi della

Tassonomia UE. In particolare, per questo primo anno, l’informativa include la quota delle attività economiche ammissibili (“Taxonomy eligible”) e non ammissibili alla tassonomia relativamente al proprio fatturato, spese in conto capitale e spese operative totali effettuate.

La presente DNF è stata redatta in conformità ai “Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards” secondo l’opzione “in accordance Core” definiti 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 2021, 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 tematico materiali tematiche 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 4 marzo 2022. 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 Spa, 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	Disclosure GRI Standards
Modello aziendale di gestione e organizzazione delle attività dell'impresa	Ambiente, Sociale, Personale, Diritti umani, Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> Il profilo del Gruppo Il modello di business e la performance economica Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento L'analisi di materialità Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità L'attenzione verso le risorse umane La gestione della carta e delle altre materie prime Gli impatti ambientali di GEDI Nota Metodologica 	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 finanziaria-rio	Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> La gestione della carta e delle altre materie prime Gli impatti ambientali di GEDI 	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"> Il profilo del Gruppo GEDI Il modello di business e la performance economica Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità Ruolo sociale e partecipazione con il territorio Responsabilità e comunicazione digitale La responsabilità verso la collettività 	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"> Qualità dei contenuti, indipendenza e responsabilità L'attenzione verso le risorse umane 	1102-8; 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;
	Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> Il Modello 231 e le tematiche anticorruzione Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi 	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"> Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi 	102-15
Diversità negli organi di amministrazione, gestione e controllo		<ul style="list-style-type: none"> Il Sistema di Governo Societario L'attenzione verso le risorse umane 	
Standard di rendicontazione e analisi di materialità	Ambiente, Sociale, Personale, Diritti umani, Corruzione	<ul style="list-style-type: none"> Gli Stakeholder e il loro coinvolgimento L'analisi di materialità Nota Metodologica GRI Content Index Relazione della Società di Revisione 	102-45; 102-46; 102-47; 102-54; 102-55; 102-56

Legenda: MA = Disclosure 103-1, 103-2, 103-3

Allegato 2 – Perimetro degli aspetti materiali di GEDI

Tematiche materiali	Perimetro delle tematiche materiali	Tipologia di impatto
Responsabilità economica e di business		
Performance economica e indipendenza da fonti di finanziamento pubblico	GEDI	Causato dal Gruppo
Soddisfazione degli utenti	GEDI Pubblico	Causato dal Gruppo e direttamente connesso alle sue attività
Modello di business del settore media	GEDI	Causato dal Gruppo
Governance e compliance		
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
Responsabilità di prodotto		
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
Responsabilità verso le persone		
Relazioni con le parti sociali	GEDI	Causato dal Gruppo
Valorizzazione, sviluppo delle competenze e attrazione talenti	GEDI	Causato dal Gruppo
Tutela dei diritti umani e condizioni e pratiche di lavoro	GEDI	Causato dal Gruppo
Diversità e pari opportunità	GEDI	Causato dal Gruppo
Salute e sicurezza dei lavoratori	GEDI	Causato dal Gruppo
Responsabilità ambientale		
Gestione dei rifiuti	GEDI Fornitori	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						
%	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	3%	1%	3%	3%	1%	3%
Quadri				4%	2%	6%
Giornalisti	33%	17%	49%	33%	18%	51%
Impiegati	22%	19%	42%	18%	18%	36%
Operai	5%	1%	6%	3%	1%	3%
Totale	63%	37%	100%	60%	40%	100%
Popolazione aziendale per tipologia contrattuale (determinato vs indeterminato) e genere						
n. persone	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo determinato	4	3	7	8	12	20
Tempo indeterminato	1.167	691	1.858	1.077	701	1.778
Totale	1.171	694	1.865	1.085	713	1.798
Popolazione aziendale a tempo indeterminato per tipologia professionale (full time vs part time) e genere						
n. persone	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full time	1.165	656	1.821	1.084	678	1.762
Part time	6	38	44	1	35	36
Totale	1.171	694	1.865	1.085	713	1.798
Popolazione aziendale per categoria professionale ed età						
%	2020			2021		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
Dirigenti	0%	1%	2%	0%	1%	3%
Quadri	-	-	-	-	-	-
Giornalisti	0%	17%	32%	0%	17%	49%
Impiegati	1%	17%	25%	1%	17%	42%
Operai	0%	2%	4%	0%	2%	6%
Totale	1%	36%	63%	1%	36%	100%

Popolazione aziendale per categoria professionale ed età				
2021				
%	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	0,0%	1%	2%	3%
Quadri	0,0%	2%	4%	6%
Giornalisti	0,2%	18%	32%	51%
Impiegati	1,2%	15%	21%	36%
Operai	0,0%	1%	2%	3%
Totale	1,3%	37,2%	59,3%	100%

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%
Totale	11	56	15	82	3,7%	10	146	275	431	19,4%

Turnover in entrata e in uscita suddiviso per età e genere (2021)										
n. persone	Entrate					Uscite				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover	<30	30-50	>50	Totale	Turnover
Uomini	3	108	235	346	29,55%	3	131	310	444	37,92%
Donne	12	93	137	242	34,87%	5	131	387	523	75,36%
Totale	15	201	372	588	31,53%	8	262	697	967	51,85%

Categorie protette						
Stampa n. persone	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	-	-	-	-	-	-
Quadri	-	-	-	-	3	3
Giornalisti	-	-	-	-	-	-
Impiegati	30	20	50	27	17	44
Operai	5	1	6	1	1	2
Totale	35	21	56	28	21	49

b) Formazione						
Ore medie per persona di formazione per inquadramento professionale e genere						
n. ore	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	8,8	6,3	8,4	9	5,7	8,3
Quadri	-	-	-	10,8	16,6	13,0
Giornalisti	0,3	0,5	0,3	0,8	0,3	0,6
Impiegati	4,5	10,4	7,2	7,4	11,2	9,3
Operai	1,9	0,5	1,7	3,7	1,4	3,2
Totale	2,3	5,7	3,5	3,9	6,4	4,9

c) Salute e sicurezza						
Infortuni						
n. di casi	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Infortuni sul lavoro	-	2	2	4	2	6
di cui mortali	-	-	-	-	-	-
di cui con gravi conseguenze (ad esclusione di quelli mortali)	-	-	-	-	-	-

Dati temporali						
n. ore	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Ore Lavorate	1.967.283	1.155.926	3.123.209	1.955.725	1.072.823	3.028.548

Indicatori di salute e sicurezza						
n. di casi	2020			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Indice di frequenza degli infortuni	-	0,3	0,2	0,4	0,4	0,6
Indice di mortalità	-	-	-	-	-	-
Indice di frequenza di infortuni con gravi conseguenze	-	-	-	-	-	-

Nessun caso di malattia professionale è stato registrato nel 2021.

Allegato 4 – Gli impatti ambientali – Tabelle di rendicontazione

Materie prime (carta)										
	2020					2021				
	Certificata (PEFC)			Non certificata		Certificata (PEFC)			Non certificata	
	Totale	Totale	Totale %	Totale	Totale %	Totale	Totale	Totale %	Totale	Totale %
- di cui carta vergine [t]	12.395	37,6%	5.584	13,7%	6.811	15.053	10.948	32,1%	4.105	23,7%
- di cui carta riciclata [t]	46.455	62,4%	35.135	86,3%	11.320	36.325	23.141	67,9%	13.184	76,3%
Totale [t]	18.131	100%	40.719	100%	18.131	51.378	34.089	100%	17.289	100%

Altri materiali				
	2020		2021	
	Totale	%	Totale	%
Lastre Offset [mq]	193.597	46,7%	195.106	60,7%
Lastre Flexo [mq]	221.001	53,3%	126.153	39,3%
Totale lastre [m]	414.598	100,0%	321.259	100,0%
Inchiostri per Offset [kg]	305.170	32,7%	333.392	62,5%
Inchiostri per Flexo [kg]	628.950	67,3%	199.900	37,5%
Totale inchiostri [kg]	934.120	100,0%	533.292	100,0%

Consumo energetico ¹⁴				
	2020		2021	
	Totale	Totale GJ	Totale	Totale GJ
Energia Elettrica [kWh]	47.695.302	171.703	39.200.802	141.123
Energia Termica [kWh]	430.686	1.550	272.970	983
Gas Naturale [m3]	890.174	30.524	746.709	26.345
Gasolio [l]	247.480	8.914	260.246	9.372
Benzina [l]	-	-	50.422	1.609

Prelievo totale di acqua ¹⁵					
MI	2020		2021		Variazione 20-21
	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	
Fonti di prelievo					
Acqua di superficie	-	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-	-
Acque marine	-	-	-	-	-
Acqua prodotta	-	-	-	-	-
Acque di terzi	45,8	-	-	-	-
Totale	45,8	-	58,3	-	27,3%

Prelievo d'acqua in aree di water stress ¹⁶					
MI	2020		2021		Variazione 2021
	Acqua dolce	Altre tipologie	Acqua dolce	Altre tipologie	
Fonti di prelievo					
Acqua di superficie	-	-	-	-	-
Acque sotterranee	-	-	-	-	-
Acque marine	-	-	-	-	-
Acqua prodotta	-	-	-	-	-
Acque di terzi	11,15	-	-	-	-
Totale	11,15	-	28,07	-	-

Peso totale dei rifiuti non inviati a smaltimento per metodologia di recupero						
Metodo di smaltimento [t]	2020			2021		
	Fuori sede	Totale	%	Fuori sede	Totale	%
Rifiuti pericolosi						
[Altro specificare]	53,3	53,3	2%	64,3	64,3	2%
Rifiuti non pericolosi						
Riutilizzo		0	0%		0	0%
Riciclo	484,9	484,9	13%	65,2	65,2	2%
[Altro specificare]	3.162,9	3.163	85%	2.916,5	2.916,5	96%
Totale	3.701	3.701	100%	3.046	3.046	100%

Peso totale dei rifiuti non inviati a smaltimento per metodologia di recupero						
Metodo di smaltimento [t]	2020			2021		
	Fuori sede	Totale	%	Fuori sede	Totale	%
Rifiuti pericolosi						
[Altro specificare]	3.420,2	3.420,2	63%	3.273,0	3.273,0	79%
Rifiuti non pericolosi						
[Altro specificare]	1.995,3	1.995,3	37%	874,5	874,53	21%
Totale	5.416	5.416	100%	4.147	4.147	100%

¹⁴ 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=0,035281 nel 2021; per il gasolio 1t = 42,873 GJ nel 2021.

¹⁵ 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.

¹⁶ Le aree di water stress sono definite attraverso l'Aqueduct Tool sviluppato dal World Resources ed è stata considerata la categoria di "extreme scarcity" (scarsità estrema) dello strumento. I prelievi da water stress sono un dettaglio della tabella prelievi totali di acqua. Il dato è riferito alle seguenti sedi: Bari, Bologna, Cagliari, Cecina, Empoli, Firenze, Grosseto, Grosseto, Lecce, Livorno, Napoli, Nuoro, Olbia, Oristano, Palermo, Piombino, Pisa, Pontedera, Portoferraio, Prato, Prato, Roma, Sassari e Tem-pio.

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. GRI Standard con riferimento all'analisi di materialità di GEDI.

Indicatore		Riferimenti di pagina/note
GENERAL STANDARD DISCLOSURE		
Profilo dell'organizzazione		
102-1	Nome dell'organizzazione	4-5; 8
102-2	Attività, marchi, prodotti e servizi	8
102-3	Luogo della sede principale	130
102-4	Luogo delle attività	8-19
102-5	Proprietà e forma giuridica	32-35
102-6	Mercati serviti	8-19
102-7	Dimensione dell'organizzazione	8-19; 26; 32-35; 98
102-8	Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	98-109
102-9	Catena di fornitura	82-84
102-10	Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	32-34
102-11	Principio de precauzione	36-38
102-12	Iniziative esterne	46-51
102-13	Adesione ad associazioni	60-61
Strategia ed analisi		
102-14	Dichiarazione di un alto dirigente	4-5
Etica		
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	39; 52-61
102-17	Meccanismi per ricercare consulenza e segnalare criticità relativamente a questioni etiche	38-39
Governance		
102-18	Struttura della governance	34-35

Indicatore		Riferimenti di pagina/note
GENERAL STANDARD DISCLOSURE		
Stakeholder engagement		
102-40	Elenco dei gruppi di stakeholder	43
102-41	Accordi di contrattazione collettiva	98; 66
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
Materialità e perimetro del report		
102-45	Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	110-111
102-46	Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	110-111
102-47	Elenco dei temi materiali	44-45
102-48	Revisione delle informazioni	110-111
102-49	Modifiche nella rendicontazione	44-45
Profilo del report		
102-50	Periodo di rendicontazione	110-111
102-51	Data del report più recente	15 maggio 2021
102-52	Periodicità della rendicontazione	110-111
102-53	Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	110-111
102-54	Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità ai GRI Standards	110-111; 120
102-55	Indice dei contenuti GRI	120-126
102-56	Assurance esterna	128

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE			
INDICATORI ECONOMICI			
ASPETTO MATERIALE: PERFORMANCE ECONOMICA (2016)			
103-1	Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	45; 114	
103-2	La modalità di gestione e le sue componenti	20-27	
103-3	Valutazione delle modalità di gestione	25-27	
201-1	Valore Economico direttamente generato e distribuito	26	
201-4	Assistenza finanziaria ricevuta dal governo	27	
ASPETTO MATERIALE: ANTICORRUZIONE (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	36-38	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	36-38	
205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	117	
205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	Nel 2021 non sono stati segnalati né riscontrati episodi di corruzione	
INDICATORI AMBIENTALI			
ASPETTO MATERIALE: MATERIALI (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	78-83	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	78-83	
301-1	Materiali utilizzati per peso o volume	118	
ASPETTO MATERIALE: ENERGIA (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	86-87	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	86-87	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	118	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE			
ASPETTO MATERIALE: ACQUA E AFFLUENTI (2018)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	92-93	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	92-93	
303-1	Interazione con l'acqua come risorsa condivisa	118-119	
303-2	Gestione degli impatti correlati allo scarico di acqua	118-119	
303-3	Prelievo idrico	118-119	
ASPETTO MATERIALE: EMISSIONI (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	87-91	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	87-91	
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	89	
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	89	
ASPETTO MATERIALE: RIFIUTI (2020)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	93-95	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	93-95	
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	93-95	
306-2	Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	93-95	
306-3	Rifiuti prodotti	119	
306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	119	
306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	119	
INDICATORI SOCIALI			
ASPETTO MATERIALE: OCCUPAZIONE (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	98-103	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	98-103	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	116	
ASPETTO MATERIALE: LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	98-103	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	98-103	
402-1	Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	103	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
ASPETTO MATERIALE: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	104-109	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	104-109	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	104	
403-2	Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	104-109	
403-3	Servizi di medicina del lavoro	104-109	
403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	104-109	
403-5	Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	104-109	
403-6	Promozione della salute dei lavoratori	104-109	
403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	104-109	
403-9	Infortuni sul lavoro	117	
403-10	Malattie professionali	117	
ASPETTO MATERIALE: Formazione e istruzione (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	101-102	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	101-102	
404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	117	
ASPETTO MATERIALE: Diversità e pari opportunità (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45; 114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	100	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	100	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	34; 100; 115-116	
ASPETTO MATERIALE: Valutazione del rispetto dei diritti umani (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	98-103	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	98-103	
412-1	Attività che sono state oggetto di verifiche in merito al rispetto dei diritti umani o valutazioni d'impatto	98-103; Codice Etico	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
ASPETTO MATERIALE: Comunità locali (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	54-77	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	54-77	
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locale, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	54-77	
ASPETTO MATERIALE: Compliance (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	32-35	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	32-35	
419-1	Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	Nel 2021 non si sono verificati casi di non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	
ASPETTO MATERIALE: Etichettatura di prodotti e servizi (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	56	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	56	
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Nel 2021 non si sono verificati casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	
ASPETTO MATERIALE: Privacy dei clienti (2016)			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	57-59	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	57-59	
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Nel 2021 non sono state registrate denunce riguardanti violazione della privacy dei clienti e perdita dei dati	

Indicatore		Riferimenti di pagina/note	Omissione
<i>Altri aspetti materiali</i>			
ASPETTO MATERIALE: Soddisfazione degli utenti			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	44-45	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	44-45	
ASPETTO MATERIALE: Responsabilità editoriale e qualità dei contenuti			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	56	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	56	
ASPETTO MATERIALE: Pubblicità responsabile			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	60-61	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	60-61	
ASPETTO MATERIALE: Modello di business del settore media			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	20-22	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	20-22	
ASPETTO MATERIALE: Sistema di gestione dei rischi			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	36-38	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	36-38	
ASPETTO MATERIALE: Digital transformation			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	20-22	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	20-22	
ASPETTO MATERIALE: Tutela della proprietà intellettuale			
103-1	Materialità e perimetro	45;114	
103-2	Approccio alla gestione della tematica	56	
103-3	Valutazione dell'approccio alla gestione della tematica	56	

Report della società di revisione

Deloitte.

Deloitte & Touche S.p.A.
Via Tortona, 25
20144 Milano
Italia

Tel: +39 02 83322111
Fax: +39 02 83322112
www.deloitte.it

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

Al Consiglio di Amministrazione di GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito "Decreto") e dell'articolo 5 del Regolamento CONSOB n. 20267/2018, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("limited assurance engagement") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario di GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. e sue controllate (di seguito "Gruppo Editoriale" o "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 predisposta ex art. 4 del Decreto, e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 4 marzo 2022 (di seguito "DNF").

L'esame limitato da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "Introduzione alla Tassonomia UE" della DNF, richieste dall'art. 8 del Regolamento europeo 2020/852.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione, su base volontaria, della DNF ai sensi dell'art. 7 del Decreto, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative (di seguito "GRI Standards").

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

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

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

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

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona
Bologna Via Tortona, 25 - 20144 Milano | Capital Social: Euro 10.128.232.000
Codice Fiscale/Registro delle Imprese di Milano/Milano/Brucara/Lodi n. 03049560366 - R.E.A. n. MB-1720239 | Puntella IVA: IT 03049560366

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

© Deloitte & Touche S.p.A.

Deloitte.

2

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

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

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information" (di seguito "ISAE 3000 Revised"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB)* per gli incarichi *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la DNF non contenga errori significativi. Pertanto, il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo l'ISAE 3000 Revised ("reasonable assurance engagement") e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

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

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche del Gruppo rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato;
- analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto;
- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario inclusi nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel Bilancio Consolidato del Gruppo;
- comprensione dei seguenti aspetti:
 - modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
 - politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
 - principali rischi, generati o subiti connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

Deloitte.

3

Relativamente a tali aspetti sono stati effettuati inoltre i riscontri con le informazioni contenute nella DNF ed effettuate le verifiche descritte nel successivo punto 5, lett. a);

- comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di GEDI Gruppo Editoriale S.p.A. e con il personale di A. Manzoni & C. S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

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

- a livello di gruppo capogruppo e società controllate:
 - con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare a modello aziendale, politiche praticate e principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per le seguenti società, A. Manzoni & C. S.p.A. e GEDI News Network, che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la DNF del Gruppo GEDI relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e dai GRI Standards.

Le nostre conclusioni sulla DNF del Gruppo GEDI non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "Introduzione alla Tassonomia UE" della stessa, richieste dall'art. 8 del Regolamento europeo 2020/852.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.


Franco Amelio
Socio

Milano, 15 marzo 2022

GEDI Gruppo Editoriale SpA
Via Ernesto Lugaro n. 15 10126 TORINO
Tel. 06/84781 Fax. 06/84787371
www.gedispa.it

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

