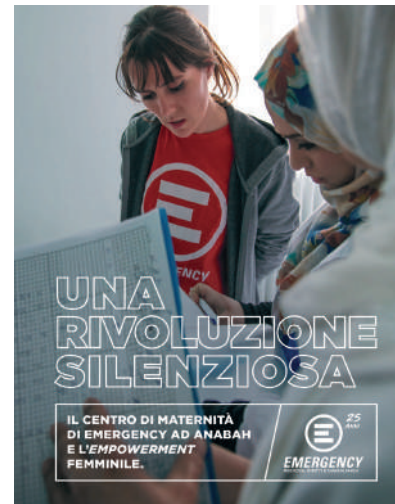


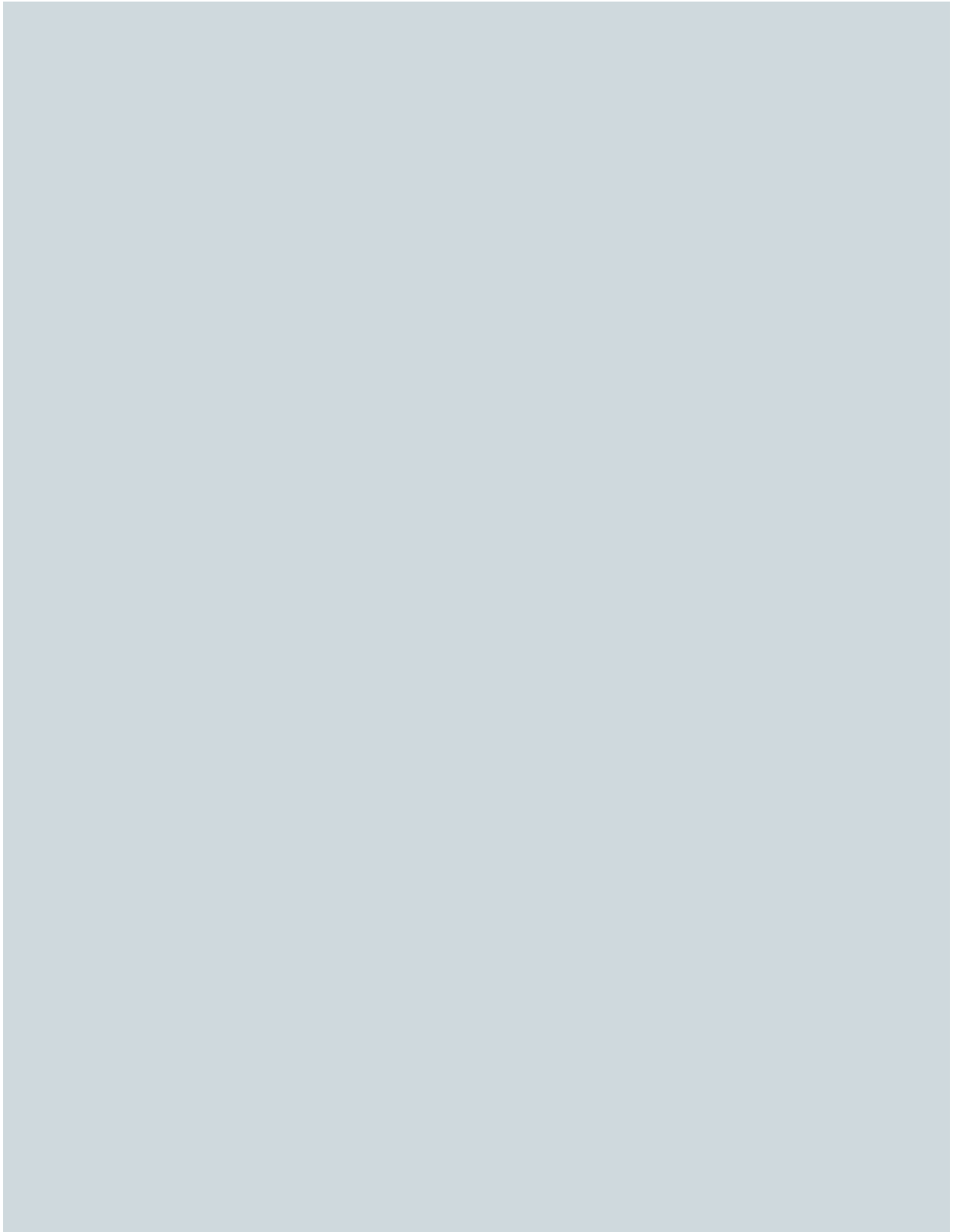
# **Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario**

**ai sensi del D.Lgs. 254/2016**



**Un impegno per tutti noi**

Contribuiamo allo sviluppo culturale e sociale del Paese con i nostri prodotti e servizi. Un impegno che portiamo avanti attraverso progetti di Gruppo e iniziative specifiche dei nostri libri, delle nostre librerie e dei nostri brand, per la diffusione di una cultura inclusiva, il sostegno delle comunità in cui operiamo e la tutela dell'ambiente. In questa pagina in alto da sinistra: Antonio Porro, Amministratore delegato del Gruppo, insieme a Francesca Rigolio durante il webinar "Organizzazioni inclusive: quali impatti per il business e la sostenibilità del Gruppo Mondadori"; la mostra IllusiOcean dell'Università degli Studi di Milano - Bicocca in collaborazione con Focus, Focus Junior e il Museo del Cinema di Torino; il progetto "Podcast d'altro genere" di Rizzoli; l'iniziativa di Emergency per il Centro di maternità di Anabah in Afghanistan sostenuta dal nostro Gruppo; la campagna natalizia "Incarta un libro, regala un futuro" lanciata da Mondadori Store insieme a Oxfam; l'edizione 2022 del Nuovo Devoto-Oli (Mondadori Education), con nuovi lemmi per una società attenta a inclusione, sostenibilità e parità di genere.



# INDICE

<b>NOTA METODOLOGICA</b>	<b>2</b>
<b>1. LA SOSTENIBILITÀ PER IL GRUPPO MONDADORI</b>	<b>4</b>
1.1 Ambiti di riferimento	4
1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder	5
<b>2. GOVERNANCE - PROMOZIONE DEL SUCCESSO SOSTENIBILE DEL BUSINESS</b>	<b>12</b>
2.1 Sistema di governance	12
2.2 Etica e integrità del Gruppo	14
2.3 I principali rischi di natura non finanziaria	20
2.4 Innovazione strategica di business	24
<b>3. SOCIALE - VALORIZZAZIONE DI PERSONE, CONTENUTI E LUOGHI PER L'EDUCAZIONE E LA CULTURA</b>	<b>26</b>
3.1 Valorizzazione e gestione del capitale umano	26
3.2 Diversità, equità e inclusione	39
3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	42
3.4 Istruzione e mondo delle scuole	46
3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	47
3.6 Responsabilità di contenuto	48
3.7 Facilità di fruizione del contenuto	49
<b>4. AMBIENTE - CULTURA AMBIENTALE E MITIGAZIONE DEGLI IMPATTI SUGLI ECOSISTEMI</b>	<b>50</b>
4.1 La gestione degli impatti ambientali	50
4.2 Il ciclo di vita del prodotto cartaceo	50
4.3 Le iniziative per la riduzione degli impatti ambientali	60
4.4 Tassonomia UE	63
<b>GRI – PERIMETRO E TIPOLOGIA DEGLI IMPATTI</b>	<b>64</b>
<b>GRI CONTENT INDEX</b>	<b>70</b>
<b>RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE</b>	<b>80</b>

## NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta la Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario (di seguito anche “Dichiarazione” o “DNF”) ai sensi del D.Lgs. 254/2016 (di seguito anche “Decreto”), in attuazione della Direttiva 2014/95/UE, del Gruppo costituito da Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e dalle sue controllate consolidate integralmente (di seguito anche “Gruppo Mondadori” o “Gruppo”). Il periodo di rendicontazione cui si riferiscono le informazioni e i dati inseriti nella presente DNF è il 2021 (1 gennaio-31 dicembre).

Coerentemente con una delle due opzioni previste dall’art. 5 del D.Lgs. 254/2016, la DNF è inserita con apposita dicitura all’interno della Relazione sulla Gestione del Gruppo Mondadori relativa all’esercizio 2021. La DNF, la cui periodicità di pubblicazione è impostata secondo una frequenza annuale, è disponibile anche sul sito web del Gruppo, [www.gruppomondadori.it](http://www.gruppomondadori.it), all’interno della Relazione finanziaria annuale 2021 e nella sezione “Sostenibilità”.

La DNF è stata redatta nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell’attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto dalla stessa prodotta coprendo i temi ritenuti rilevanti e previsti dagli artt. 3 e 4 del D.Lgs. 254/2016, ossia relativamente agli aspetti ambientali, sociali, attinenti al personale, al rispetto dei diritti umani, alla lotta contro la corruzione attiva e passiva.

Gli standard di rendicontazione adottati dal Gruppo per la redazione della propria DNF sono i GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards). Il presente report è stato redatto in conformità ai GRI Standards: opzione Core. In appendice al documento è possibile consultare il GRI Content Index, con il dettaglio dei contenuti rendicontati in conformità al GRI.

In linea a quanto previsto dai GRI Standards, il Gruppo Mondadori si è ispirato ai principi di materialità, inclusività degli stakeholder, contesto di sostenibilità e completezza per la definizione dei contenuti; ai principi di equilibrio, chiarezza, accuratezza, tempestività, comparabilità e affidabilità, per garantire la qualità delle informazioni e l’adeguatezza delle modalità di presentazione. I contenuti oggetto di rendicontazione sono stati selezionati sulla base dell’analisi di materialità aggiornata nel 2021, che ha permesso di individuare gli aspetti materiali per il Gruppo e i suoi stakeholder. I risultati dell’analisi di materialità sono presentati all’interno del paragrafo “L’analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder”.

Il perimetro di rendicontazione, coerentemente con quanto richiesto dal Decreto, coincide con quello del Bilancio consolidato, ovvero include le società consolidate integralmente per la reportistica finanziaria. Eventuali eccezioni rispetto al perimetro di rendicontazione sopra presentato sono opportunamente segnalate nel testo; queste limitazioni non sono comunque ritenute rilevanti ai fini della comprensione delle attività aziendali, del suo andamento, dei suoi risultati e dell’impatto da essa prodotta.

In relazione alle dimensioni, alla struttura organizzativa, all’assetto proprietario e alla catena di approvvigionamento del Gruppo, si segnala che in data 29 gennaio 2021 è stata finalizzata l’acquisizione di Hej! S.r.l., attraverso la quale il Gruppo Mondadori ha consolidato ulteriormente la propria presenza nel digitale.

In merito a ulteriori operazioni di rilievo avvenute in corso d’anno, si segnala che il Gruppo Mondadori ha finalizzato in data 16 dicembre 2021 l’acquisizione del 100% di De Agostini Scuola S.p.A. tramite la

controllata Mondadori Libri S.p.A. Nel corso del 2021 è stata avviata da parte del Gruppo anche l'acquisizione del 50% di A.L.I. - Agenzia Libreria International - e di DeA Planeta Libri per rafforzare la propria posizione nel business della promozione e distribuzione di editori terzi e consolidare il proprio ruolo nell'editoria per ragazzi. Inoltre, in data 23 dicembre 2021, è stata perfezionata la cessione da parte della controllata Mondadori Media S.p.A. dei rami d'azienda costituiti dalle attività editoriali delle testate *Donna Moderna* e *CasaFacile* a Stile Italia Edizioni S.r.l., appartenente al gruppo Società Editrice Italiana S.p.A. Tali operazioni, i cui effetti anche in ambito di reportistica non finanziaria avranno decorrenza dal 1° gennaio 2022, sono coerenti con la strategia del Gruppo Mondadori - più volte comunicata al mercato - di crescente focalizzazione sul core business dei libri.

A fini comparativi e per evidenziare i trend relativi alle informative quantitative, sono stati riportati i dati di competenza dell'anno di rendicontazione in corso e, laddove possibile, al biennio precedente. Al fine di garantire l'affidabilità delle informazioni rendicontate, è stato limitato, per quanto possibile, il ricorso a stime che, se presenti, sono fondate sulle migliori metodologie disponibili e opportunamente segnalate.

Le informazioni qualitative e quantitative riportate all'interno del presente documento sono state raccolte, aggregate e trasmesse a livello di Gruppo; per la definizione delle stesse sono state coinvolte tutte le funzioni aziendali rilevanti, le quali hanno agito in stretto contatto e su coordinamento dei referenti CSR. Di seguito si riportano le principali

metodologie di calcolo e assunzioni per gli indicatori di prestazione di carattere non finanziario riportati nella presente dichiarazione, in aggiunta a quanto già indicato nel testo della DNF:

- i dati relativi alle sanzioni economiche e ai contributi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione sono riportati in linea al principio di cassa;
- nella composizione del personale per inquadramento, la categoria "dirigenti" include i direttori e vicedirettori di testate; non sono invece inclusi i membri del Consiglio di Amministrazione;
- per i dati ambientali, qualora non disponibili, sono stati utilizzati approcci di stima conservativi che hanno portato a scegliere le ipotesi associabili alle performance ambientali meno positive per l'azienda;
- il calcolo delle emissioni di gas a effetto serra è stato eseguito in linea ai principi dello standard internazionale ISO 14064-1.

La presente Dichiarazione è approvata dal Consiglio di Amministrazione di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. in data 16 marzo 2022.

Il presente documento è stato sottoposto a esame limitato, secondo quanto previsto dal principio International Standard on Assurance Engagement (ISAE 3000 Revised) da parte della Società di revisione EY S.p.A.

Coerentemente agli impegni assunti, nel corso del 2021 il Gruppo Mondadori ha definito un piano di sostenibilità che si declina in tre macro ambiti di riferimento e otto linee guida al futuro, così come meglio specificato all'interno del capitolo "La sostenibilità per il Gruppo Mondadori".

# 1. LA SOSTENIBILITÀ PER IL GRUPPO MONDADORI

Facciamo gli editori con passione, supportando l'educazione di qualità, equa e inclusiva, offrendo occasioni di lettura e di crescita, di intrattenimento e di arricchimento. La nostra missione è favorire la diffusione della cultura e delle idee attraverso prodotti, attività e servizi che soddisfino i bisogni e i gusti del più ampio pubblico possibile. Nella nostra visione facciamo convivere l'amore per la cultura e per la qualità editoriale con le leggi del mercato, la propensione a intuire e anticipare i cambiamenti con il rispetto e la tutela dei valori che sono alla base del ruolo dell'editore nella società civile.

Siamo consapevoli che tale ruolo richieda una naturale e sempre crescente attenzione verso la definizione di strategie e il perseguimento di obiettivi di sostenibilità chiari, volti alla creazione di valore nel lungo termine, a beneficio e tenendo conto degli interessi di tutti i nostri stakeholder.

## 1.1 AMBITI DI RIFERIMENTO

Alla luce degli impegni assunti, nel corso del 2021 è stato avviato un percorso di riflessione utile a formalizzare gli ambiti di riferimento e le linee strategiche di Sostenibilità sulle quali il Gruppo già lavora e che intende perseguire nel futuro. Tale percorso ha visto la partecipazione del management aziendale ed è stato consolidato da molteplici attività di stakeholder engagement con la partecipazione di diverse categorie di portatori di interesse.

L'approccio al futuro in ambito di sostenibilità del Gruppo Mondadori si declina, a oggi, in tre macro ambiti di riferimento e otto linee guida strategiche con obiettivi al futuro collegati ai Sustainable Development Goals (SDGs) definiti nell'ambito dell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile:

4



### **Valorizzazione di persone, contenuti e luoghi per l'educazione e la cultura**

1. Divenire modello di riferimento in ambito di Diversità, Equità e Inclusione, valorizzando e contribuendo al benessere delle nostre persone, attraverso strumenti di welfare e sviluppo delle competenze.
2. Promuovere la cultura e l'istruzione di qualità, equa e inclusiva, che favorisca percorsi di apprendimento continuo.
3. Creare, ideare e sviluppare contenuti di valore e prodotti accessibili ed ESG-friendly.
4. Sostenere i presidi culturali per lo sviluppo sociale attraverso la valorizzazione di librerie, scuole, musei, canali social, eventi e partnership.

### **Promozione del successo sostenibile del business**

1. Perseguire il successo sostenibile del business, favorendo l'integrazione degli ambiti ESG nella governance, nei piani aziendali e nel modello operativo, anche rafforzando le modalità di ascolto dei portatori di interesse per sviluppare percorsi di miglioramento continuo.
2. Mantenere i più alti standard per il presidio e la gestione di rischi e opportunità lungo la catena del valore.

### **Diffusione della cultura ambientale e mitigazione degli impatti sugli ecosistemi**

1. Diffondere la cultura ambientale, anche tramite un'educazione volta allo sviluppo e a uno stile di vita sempre più sostenibili.
2. Mitigare gli impatti ambientali lungo il ciclo di vita del prodotto, promuovendo la tutela della biodiversità e la riduzione delle emissioni climalteranti.

In relazione alle linee guida precedentemente citate, sono stati definiti chiari obiettivi al futuro che saranno periodicamente aggiornati in ottica di miglioramento continuo.

Il piano di sostenibilità è stato sviluppato in linea con i processi di analisi di materialità e coinvolgimento dei portatori di interesse realizzati dal Gruppo, e dei quali si segnalano i principali elementi di interesse all'interno dei paragrafi successivi, e approvato dal Top Management, dal Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e dal Consiglio di Amministrazione.

## **1.2 L'ANALISI DI MATERIALITÀ E IL COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER**

Il Gruppo Mondadori realizza periodicamente un processo di analisi di materialità, al fine di identificare gli elementi di interesse strategico in ambito di sostenibilità e assicurare la corretta rappresentazione e comprensione dell'attività del Gruppo, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto prodotto, in relazione agli ambiti sociali, attinenti al personale, ambientali, al rispetto dei diritti umani e alla lotta contro la corruzione attiva e passiva.

Nel corso del 2021, in particolare, è stato realizzato un aggiornamento dell'analisi di materialità, alla luce delle seguenti quattro fasi, maggiormente dettagliate di seguito: a) mappatura degli stakeholder di riferimento; b) identificazione delle tematiche di sostenibilità di potenziale interesse per il Gruppo e i suoi stakeholder, in linea con i trend di riferimento di settore e le priorità identificate; c) prioritizzazione delle tematiche di sostenibilità identificate, anche attraverso attività di coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni; d) identificazione delle tematiche materiali e loro approvazione.



### a) Mappatura degli stakeholder di riferimento

Le principali categorie di stakeholder interni ed esterni ritenuti prioritari per il Gruppo in termini di influenza e interesse sono riassunte nella grafica sottostante.



6

Consapevole dell'importanza di instaurare e mantenere un dialogo costante con i propri stakeholder, il Gruppo Mondadori ha aperto nei loro confronti diversi canali di comunicazione e coinvolgimento, al fine di poter cogliere e tenere in

considerazione le istanze degli stessi. Nella tabella seguente per ciascuna categoria di stakeholder del Gruppo si riassumono le principali modalità di comunicazione e coinvolgimento messe in atto dal Gruppo.

<b>Categoria stakeholder</b>	<b>Dettaglio stakeholder per categoria</b>	<b>Sintesi delle modalità di comunicazione e coinvolgimento</b>
<b>Azionisti</b>	Azionisti di maggioranza Azionisti di minoranza	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assemblea degli Azionisti</li> <li>• Canali di dialogo in carico alla funzione Investor Relations</li> </ul>
<b>Comunità finanziaria</b>	Analisti / agenzie di rating Banche Investitori	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incontri in modalità virtuale con investitori istituzionali</li> <li>• Canali di dialogo in carico alla funzione Investor Relations</li> </ul>
<b>Consumatori</b>	Clienti librerie ed edicole Fruitori di contenuti e servizi online Lettori di libri Lettori di magazine Studenti / famiglie degli studenti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canali di supporto e assistenza diretta attraverso la rete retail (store ed e-commerce)</li> </ul>
<b>Istituzioni</b>	Antitrust Associazioni di settore CONSOB Legislatore nazionale/comunitario Pubblica amministrazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultazioni ad hoc su tematiche specifiche</li> <li>• Tavoli di confronto istituzionale</li> <li>• Comunicazioni formali</li> </ul>
<b>Mondo educativo</b>	Ministero Istruzione e Ricerca  Insegnanti / educatori	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultazioni ad hoc su tematiche specifiche</li> <li>• Tavoli di confronto istituzionale</li> <li>• Comunicazioni formali</li> <li>• Survey docenti</li> </ul>
<b>Mondo museale</b>	Musei Sovrintendenze Visitatori musei	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partecipazione a gare d'appalto</li> <li>• Tavoli di confronto istituzionale</li> </ul>
<b>Opinion leader</b>	Autori Influencer e blogger Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attività di media relations</li> </ul>
<b>Partner</b>	Agenti (librerie - scolastica) Competitor Edicole Editori terzi Fornitori GDO Inserzionisti Librai Marchi editoriali del Gruppo Nostri franchisee Piattaforme digitali OTT + Chili/Infinity/Netflix	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riunioni periodiche con i fornitori</li> <li>• Convention franchisee</li> </ul>
<b>Risorse umane</b>	Collaboratori Consulenti Dipendenti Sindacati INPS, INAIL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Riunioni periodiche con rappresentanze sindacali</li> <li>• Tavoli di confronti istituzionale</li> <li>• Survey dipendenti</li> <li>• Riunioni settimanali del Comitato di crisi</li> </ul>
<b>Terzo settore</b>	ONG Organizzazioni non profit	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Frequenti consultazioni per lo sviluppo di progetti</li> </ul>

**b) Identificazione delle tematiche di sostenibilità, in linea con i trend di riferimento di settore e le priorità identificate**

Al fine di identificare la lista delle tematiche di sostenibilità di potenziale interesse per il Gruppo e i suoi stakeholder, sono stati considerati in prima istanza i temi emersi dalle analisi di materialità svolte negli anni precedenti, aggiornando le definizioni associate alle tematiche, nonché il dettaglio degli aspetti specifici che le caratterizzano, alla luce dei trend di riferimento di settore e le priorità identificate in ambito di sostenibilità. Il processo è stato sviluppato anche attraverso la realizzazione di analisi di benchmark specifiche in ambito di sostenibilità e il diretto coinvolgimento del Comitato di Sostenibilità.

Rispetto alla precedente edizione della DNF, si segnala una continuità sostanziale in relazione alle tematiche di sostenibilità di potenziale interesse

per il Gruppo e i suoi stakeholder. In particolare, nel corso del 2021 sono state aggiornate alcune etichette e/o categorizzati diversamente alcuni aspetti specifici. Tra le principali modifiche di dettaglio intervenute, si segnala la modifica delle tematiche precedentemente denominate “Inclusività”, “Brand management” e “Accessibilità di prodotto” rispettivamente in “Diversità, equità e inclusione”, “Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali” e “Facilità di fruizione del contenuto”. Le tematiche “Integrità di business e lotta alla corruzione” e “Performance economica” non sono state ricomprese nella nuova lista di temi da sottoporre ad analisi perché considerate imprescindibili nella rendicontazione non finanziaria. Si dettaglia di seguito l’elenco delle tematiche identificate come di potenziale interesse per il Gruppo e i suoi stakeholder, e che sono state portate a valutazione nel successivo processo di analisi di materialità.

<b>Tematiche di sostenibilità identificate</b>	<b>Aspetti specifici</b>
<b>Ciclo di vita del prodotto cartaceo</b>	Gestione delle rese e del macero Ricerca di soluzioni innovative e sostenibili Tutela della biodiversità
<b>Climate change</b>	Monitoraggio e riduzione delle emissioni di gas climalteranti Efficienza nei consumi energetici
<b>Facilità di fruizione del contenuto</b>	Distribuzione efficace dei prodotti/dei punti vendita Accessibilità digitale dei contenuti Disponibilità dei contenuti su formati diversi Accessibilità per portatori di handicap o categorie svantaggiate
<b>Gestione degli impatti ambientali</b>	Gestione dei rifiuti Gestione delle risorse idriche
<b>Gestione della supply chain</b>	Coinvolgimento dei fornitori in un processo di economia circolare Monitoraggio e collaborazione con i fornitori su tematiche di sostenibilità sociale
<b>Diversità, equità e inclusione</b>	Coltivare l'inclusione e valorizzare le diversità come leve per l'innovazione e lo sviluppo del business Favorire lo scambio culturale e il dibattito su diversità e inclusione Produrre contenuti che rispettino i valori di diversità e inclusione
<b>Innovazione strategica di business</b>	Evoluzione costante delle strategie di business Capacità di intercettare nuovi ambiti di attività e mercati Innovazione di prodotto Sinergia tra prodotti digitali e tradizionali
<b>Istruzione e mondo delle scuole</b>	Ideazione di strumenti per la didattica digitale integrata Promozione di iniziative di formazione per il corpo docenti Promozione di iniziative per contrastare l'abbandono scolastico Iniziative per il coinvolgimento dei giovani nella società civile e introduzione all'educazione civica Contributo alle azioni di Longlife Learning Produzione di strumenti formativi di qualità
<b>Privacy e protezione dei dati</b>	Tutela della privacy dei clienti Protezione della privacy dei minori
<b>Promozione della lettura e della crescita socio culturale</b>	Educazione alla lettura e iniziative di promozione Presidio socio-culturale sul territorio attraverso librerie e scuole
<b>Responsabilità di contenuto</b>	Libertà di espressione e di edizione Garanzia della qualità e dell'affidabilità dei contenuti Impegno a divulgare una cultura legata all'Agenda 2030 e alla sostenibilità
<b>Salute e sicurezza sul luogo di lavoro</b>	Miglioramento costante delle condizioni di sicurezza nelle sedi di lavoro, anche in ottica emergenziale
<b>Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore</b>	Lotta alla pirateria Collaborazione tra player e con enti nazionali ed europei per migliorare la regolamentazione sul copyright
<b>Valorizzazione e gestione del capitale umano</b>	Formazione Valutazione e sviluppo delle risorse umane Responsabilizzazione delle persone di Mondadori e orientamento al lavoro per obiettivi Attenzione al work-life balance e gestione del nuovo modello di lavoro ibrido Relazioni con le rappresentanze sindacali
<b>Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali</b>	Declinazione multicanale/multiprodotto del brand

### **c) Prioritizzazione delle tematiche di sostenibilità identificate anche attraverso attività di coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni**

Al fine di prioritizzare le tematiche di sostenibilità identificate per il Gruppo, sono state realizzate specifiche attività di coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni.

In particolare, nel corso del 2021, sono state realizzate interviste individuali con il Top management, inclusi i membri del Comitato di Sostenibilità, ed è stato somministrato un questionario specifico online ai dipendenti e collaboratori del Gruppo, che ha raccolto oltre 1.400 risposte totali (78% circa). Inoltre, è stato realizzato un'ulteriore questionario online dedicato al corpo insegnanti, che ha raccolto quasi 5.000

risposte totali, grazie ai contatti che il Gruppo ha maturato nel tempo con questa categoria alla luce della fondamentale rilevanza della stessa.

Gli stakeholder coinvolti sono stati chiamati a identificare, in linea con le proprie aspettative ed esigenze, le tematiche di sostenibilità che considerano più o meno rilevanti. La partecipazione degli stakeholder interni ed esterni al Gruppo è stata di fondamentale importanza nel processo di analisi di materialità, in quanto ha permesso di identificare in modo più oggettivo le tematiche di interesse e di cogliere con maggiore chiarezza e profondità le diverse prospettive e necessità informative che caratterizzano i portatori di interesse coinvolti. I risultati della materialità comprendono anche le risposte emerse dai questionari con cui sono stati coinvolti i clienti nel 2020.

### **Coinvolgimento degli insegnanti**

Nel corso del 2021, il Gruppo Mondadori ha promosso un'importante attività di coinvolgimento degli stakeholder rivolta specificatamente al corpo insegnanti. In particolare, attraverso una survey online disegnata sui temi della sostenibilità, è stato possibile raccogliere le opinioni e le prospettive di quasi 5.000 insegnanti di scuole primarie e secondarie, di primo e secondo grado, attivi in tutte le regioni d'Italia.

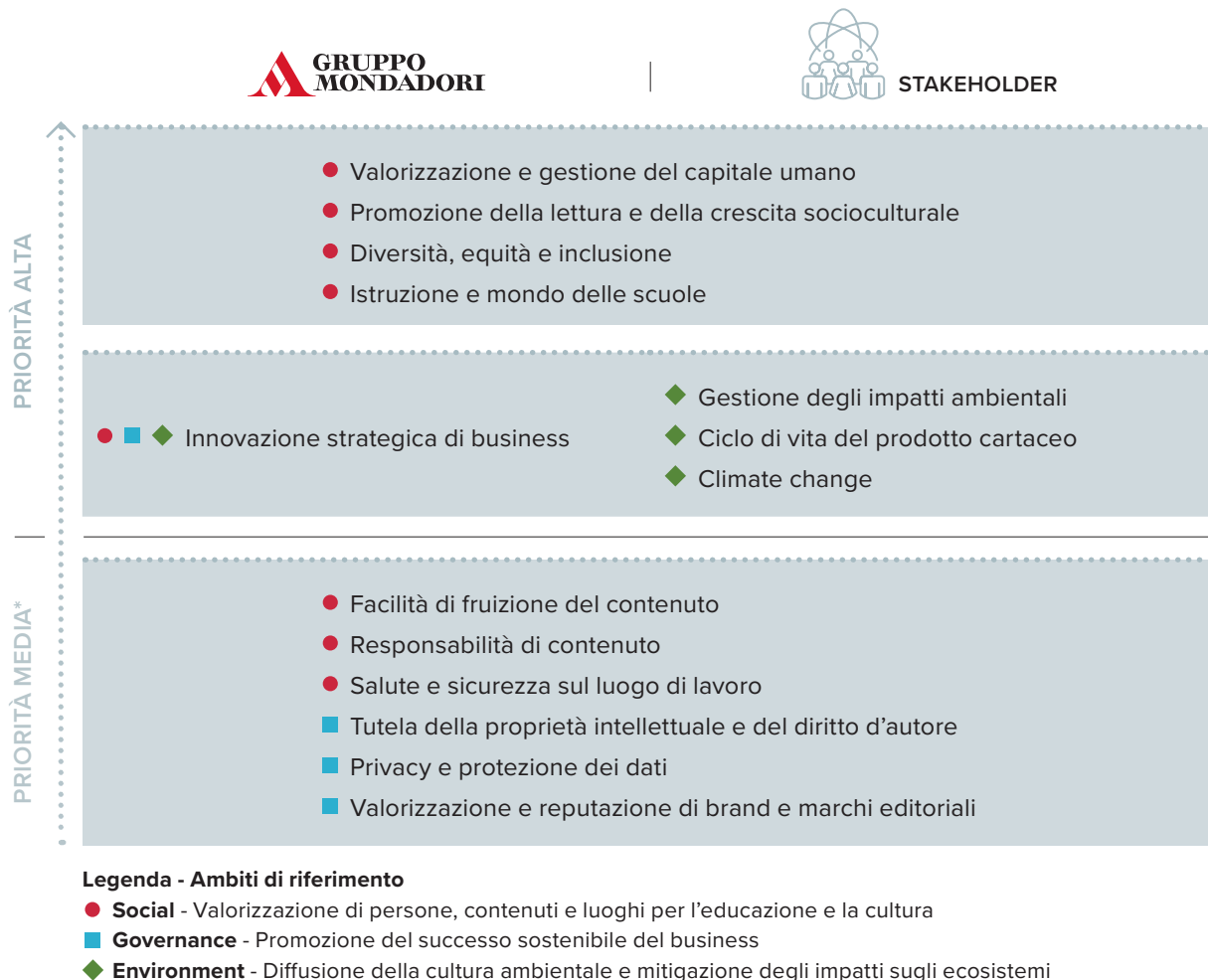
In relazione alle tematiche di sostenibilità considerate più rilevanti alla luce delle aspettative degli insegnanti rispondenti vi sono: diversità, equità e inclusione; promozione della lettura e della crescita socioculturale; gestione degli impatti ambientali; climate change.

Tra i molteplici contributi ricevuti, gli insegnanti rispondenti hanno anche segnalato la necessità di focalizzare maggiormente l'attenzione per il futuro ai seguenti aspetti legati al mondo della scuola: pratiche didattiche innovative, anche in funzione inclusiva; offerta formativa per il corpo docenti dedicata ai temi di sostenibilità e Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile; nonché iniziative per il coinvolgimento dei giovani nella società civile e introduzione all'educazione civica. Ulteriori ambiti di forte attenzione sono legati al contrasto all'abbandono scolastico e alla promozione di iniziative volte a favorire la parità di genere. Tali contributi sono stati recepiti dal Gruppo Mondadori nel percorso di formulazione strategica riportato all'interno dei precedenti paragrafi del presente capitolo, e rappresenteranno ambiti di azione concreti su cui basare azioni per il miglioramento continuo nel corso dei prossimi anni.

#### d) Identificazione delle tematiche materiali e loro approvazione

L'insieme dei risultati delle due analisi ha permesso l'identificazione degli aspetti di

sostenibilità materiali per il Gruppo e per i suoi stakeholder, in continuità con quanto realizzato per le precedenti edizioni della DNF, e rappresentati di seguito.



\* Alla luce delle valutazioni ottenute, la tematica «Privacy e protezione dei dati» risulta relativamente più importante per gli stakeholder, mentre la tematica «Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali» risulta relativamente più importante per il Gruppo Mondadori. Le ulteriori tematiche sono risultate aventi valutazioni similari sia per gli stakeholder sia per il Gruppo. La tematica «Gestione della Supply Chain», anch'essa inclusa nelle analisi effettuate, non è emersa come materiale, alla luce dei risultati ottenuti dalle attività di coinvolgimento. Le tematiche «Integrità di business e lotta alla corruzione» e «Performance economica» non sono state ricomprese nella nuova lista di temi da sottoporre ad analisi perché considerate imprescindibili nella rendicontazione non finanziaria

In relazione alle principali variazioni intervenute rispetto a quanto riportato all'interno della precedente edizione della DNF, la tematica «Diversità, equità e inclusione» è risultata essere tra quelle di maggiore priorità sia il Gruppo sia per i suoi stakeholder, in linea con le priorità strategiche definite dal Gruppo in ambito di sostenibilità.

I risultati dell'analisi di materialità 2021 sono sottoposti all'esame e validati dal Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità in data 7 febbraio 2022. L'elenco dei temi materiali identificati ha guidato l'identificazione dei contenuti sui quali basare la rendicontazione non finanziaria espressa dal presente documento, coerentemente alle richieste del D.Lgs. 254/2016 e dei GRI Standards.

## 2. GOVERNANCE

### Promozione del successo sostenibile del business

Il modello organizzativo e gestionale del Gruppo Mondadori è pensato per garantire la sostenibilità economica dell'impresa e la creazione di valore nel lungo periodo, mettendo in risalto la missione e i valori che guidano la gestione quotidiana delle attività del Gruppo, a partire dall'adesione a codici e regolamenti esterni che danno forma alla sua governance e al sistema di controllo.

In tale contesto, il Codice Etico, il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex 231 e il sistema di whistleblowing rappresentano alcuni dei principali presidi in essere per il mantenimento delle migliori pratiche in ambito di etica di business. Il Gruppo, inoltre, agisce coerentemente con le linee guida e con le norme nazionali e internazionali di riferimento, tra le quali si segnalano quelle nell'ambito della privacy e della sicurezza dei dati, per le quali viene erogata specifica formazione per i dipendenti.

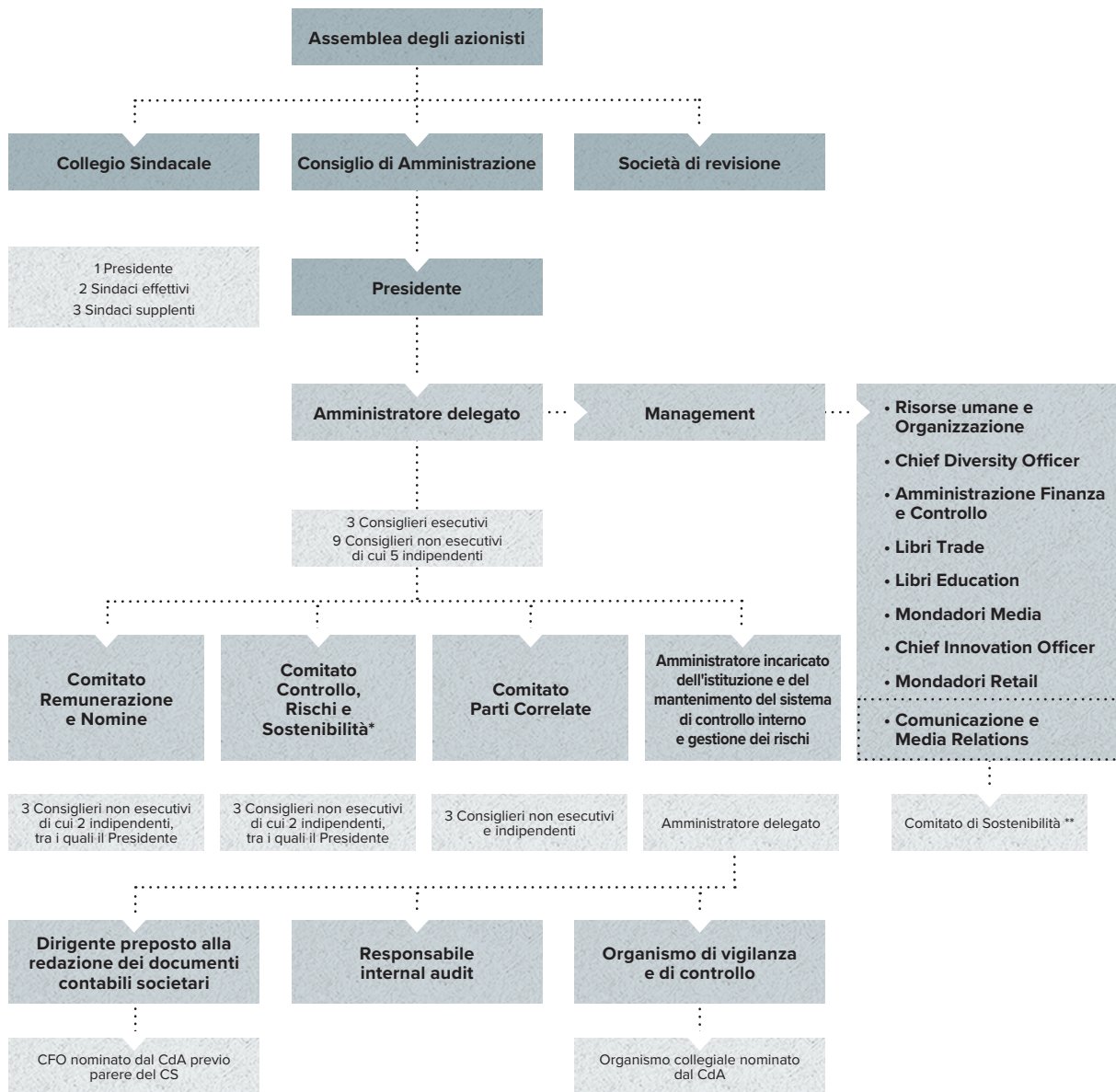
È inoltre stata formalizzata una specifica Politica di Sostenibilità, all'interno della quale si richiamano i

valori e la missione del Gruppo, nonché i principali impegni nei confronti degli stakeholder che il Gruppo ascolta e coinvolge costantemente per alimentare processi di miglioramento continuo. In tale contesto, nel corso del 2021 è stata formalizzata una Policy in materia di engagement di investitori e azionisti.

#### 2.1 SISTEMA DI GOVERNANCE

Il Gruppo Mondadori ha adottato il modello tradizionale di amministrazione e controllo strutturato su un Consiglio di amministrazione e un Collegio sindacale nominati dall'Assemblea degli azionisti. Il Gruppo ha inoltre individuato nel Codice di autodisciplina, ora Codice di Corporate Governance, promosso da Borsa Italiana S.p.A. lo schema di riferimento per la definizione del proprio sistema di governance. Maggiori informazioni relativamente al Modello di Governance sono riportate all'interno della Relazione sulla Gestione e della Relazione sul Governo Societario.

Ai fini della presente DNF, si riporta di seguito una sintesi della struttura di Governance adottata dal Gruppo:



13

## 2.1.1 Governance di sostenibilità

Nell'ambito della Governance di sostenibilità, Il **Comitato Controllo, Rischi e Sostenibilità\*** assiste il Consiglio di Amministrazione nelle valutazioni e decisioni relative alle tematiche di sostenibilità con particolare riferimento all'approvazione della DNF.

Il **Comitato di Sostenibilità\*\*** sovrintende alle proposte relative agli ambiti ESG e le attività di

rendicontazione non finanziaria, che il Gruppo sviluppa dal 2017 sulla base di processi di analisi di materialità allineati con l'approccio strategico dell'azienda, riportando all'Amministratore Delegato. Il Comitato, presieduto dal Direttore comunicazione, è costituito dalle funzioni corporate e di business; si riunisce periodicamente per valutare le proposte operative in ambito di sostenibilità, esamina e valida la bozza della Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario.



Si riporta di seguito la composizione per genere e per fascia d'età del Consiglio di Amministrazione della Capogruppo Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. In particolare, al 31 dicembre 2021, si

segnala una composizione per genere suddivisa tra 42% donne e 58% uomini, e una composizione per età suddivisa in 8% tra 30 e 50 anni, e 92% oltre i 50 anni.

### Composizione per genere ed età del Consiglio di Amministrazione

Età	al 31 dicembre 2021				al 31 dicembre 2020				al 31 dicembre 2019			
	Donne	Uomini	Totale (n.)	Totale (%)	Donne	Uomini	Totale (n.)	Totale (%)	Donne	Uomini	Totale (n.)	Totale (%)
30-50 anni	1	-	1	8%	1	-	1	7%	1	-	1	7%
>50 anni	4	7	11	92%	4	9	13	93%	4	9	13	93%
<b>Totale (n.)</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>
<b>Totale (%)</b>	<b>42%</b>	<b>58%</b>	<b>100%</b>		<b>36%</b>	<b>64%</b>	<b>100%</b>		<b>36%</b>	<b>64%</b>	<b>100%</b>	

## 2.2 ETICA E INTEGRITÀ DEL GRUPPO

Come anticipato all'interno della premessa al presente capitolo, il modello organizzativo e gestionale del Gruppo Mondadori è pensato per garantire la sostenibilità economica dell'impresa e la creazione di valore nel lungo periodo, mettendo al centro la missione e i valori che guidano la gestione quotidiana delle attività del Gruppo, a partire dall'adesione a codici e regolamenti esterni che danno forma alla sua governance e al sistema di controllo.

Con l'applicazione del Modello di organizzazione, di gestione e di controllo (per la Capogruppo e con versioni appropriate a ognuna delle controllate italiane), il Gruppo Mondadori si è posto l'obiettivo di dotarsi di un complesso di protocolli che, a integrazione del sistema di attribuzione di funzioni e di delega dei poteri, unitamente agli altri strumenti organizzativi e di controllo interni, fornisca un adeguato sistema di prevenzione dei reati e degli illeciti amministrativi e sviluppi nei suoi dipendenti e collaboratori la consapevolezza dei comportamenti corretti da osservare nello svolgimento delle loro mansioni. Il Modello e le Linee di condotta del Modello stesso sono costantemente aggiornati e appropriati alle diverse esigenze delle società che fanno parte del Gruppo.

Entrambi i documenti fanno poi riferimento a un insieme di standard etici definiti da leggi, regolamenti e codici di condotta che l'azienda ha fatto propri, nel 2012, con la redazione del nuovo Codice etico, esteso a tutte le società del Gruppo. Strutturato per tipologia di stakeholder. Il Codice etico aziendale enuncia principi etici generali (rispetto dei diritti umani e delle leggi, trasparenza, tutela della proprietà intellettuale e indipendenza dell'informazione) e specifici per portatore di interesse, dai clienti ai fornitori, dalle risorse umane agli investitori, dalle comunità e istituzioni all'ambiente.

Il Codice etico indica dunque il complesso dei principi e delle linee di comportamento a cui devono attenersi gli amministratori, i dipendenti e i collaboratori delle società del Gruppo nell'ambito delle rispettive funzioni e attività lavorative. Le disposizioni del Codice etico sono qualificate come parte integrante delle obbligazioni contrattuali assunte dai contraenti, la cui violazione costituisce inadempimento delle obbligazioni contrattuali con ogni conseguenza di legge anche in ordine alla risoluzione del contratto o dell'incarico e all'eventuale risarcimento dei danni. In tal senso, il rispetto dei principi enunciati nel Codice etico è richiesto non solo a dipendenti e collaboratori ma è clausola dei contratti di fornitura, insieme al rispetto delle normative comunitarie e dell'età minima lavorativa.

In un percorso di crescente coinvolgimento nelle tematiche di sostenibilità, il Gruppo ha aderito ufficialmente a policy più specifiche delineate da associazioni di settore, come la *Carta per le pari opportunità* di Fondazione Sodalitas e il *Manifesto per le pari opportunità* di Valore D, impegnandosi per la valorizzazione del talento a prescindere dal genere.

Altri documenti, come le procedure e le norme operative che regolano specifiche attività aziendali, sono stati creati negli anni, e costantemente aggiornati, per tradurre in prassi quotidiane corrette la compliance all'evoluzione normativa e rispondere con strumenti chiari ed efficaci alle nuove esigenze che l'evoluzione del business ha comportato.

In altri casi, come per esempio per la tematica privacy legata alla professione giornalistica, il Gruppo Mondadori fa riferimento a testi normativi esterni: nel caso specifico il *Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica*, previsto dal D.Lgs. 196/2003 e parte integrante del *Testo unico dei doveri del giornalista*.

Per quanto riguarda la sostenibilità ambientale, nel 2012 il Gruppo ha redatto una policy finalizzata alla riduzione degli impatti associati alle proprie attività che ha prodotto risultati rilevanti in termini di abbattimento delle emissioni di gas serra e, soprattutto, nell'utilizzo incrementale di carta certificata per i propri prodotti. Aspetti minori e non rilevanti, come la gestione dei rifiuti, sono stati comunque oggetto di norme operative specifiche.

Nel corso del 2017, sono state redatte le Linee Guida per la pubblicazione di contenuti e materiali sui siti web di Gruppo, emanate ufficialmente a febbraio 2018: queste disposizioni, insieme alla formazione su diritto d'autore e web e su privacy e giornalismo, curata dalla Direzione Affari legali e societari per i giornalisti, presidiano le tematiche legate al trattamento di contenuti editoriali sensibili nelle attività legate sia alle testate cartacee sia alle testate, ai siti e agli account

social appartenenti al Gruppo Mondadori. Per maggiori dettagli sulle policy di Gruppo in tema di privacy e protezione dei dati personali è possibile fare riferimento al paragrafo "Privacy e protezione dei dati".

Di particolare rilevanza, nel 2018 è stata approvata la Politica di sostenibilità di Gruppo: in essa sono richiamati valori e missione di Mondadori e indicati sei impegni fondamentali, coerenti con le attività dell'azienda e il suo ruolo nella società:

- garantire ai clienti la possibilità di usufruire di prodotti innovativi e di valore;
- promuovere attivamente una cultura che sia accessibile a tutti, con la consapevolezza che il diritto a istruzione e informazione di qualità è un elemento essenziale per lo sviluppo e la crescita di un Paese;
- dare voce a diversi punti di vista, premiando l'originalità e la pluralità di pensiero e assicurando il rispetto della libertà di espressione nel processo di sviluppo del prodotto editoriale;
- investire nello sviluppo professionale delle persone, valorizzandone il talento e spingendole a essere creative e intraprendenti;
- creare un ambiente di lavoro sicuro, per i dipendenti e collaboratori, che offra pari opportunità di realizzazione e di espressione, sia personale sia professionale;
- rispettare e proteggere l'ambiente circostante attraverso un uso responsabile delle risorse naturali e dei principali vettori energetici, la riduzione delle emissioni inquinanti e climalteranti, un'attenta gestione dei rifiuti e la sensibilizzazione di clienti e fornitori sui temi della sostenibilità ambientale.

Con l'introduzione nel 2019 del sistema di whistleblowing per effettuare e gestire le segnalazioni relative a condotte illecite, presunte o effettive, rilevanti ai sensi del D.Lgs. 231/2001, e violazioni, presunte o effettive, dei Modelli 231 e/o del Codice Etico adottati dalle Società del Gruppo, nel pieno rispetto e tutela del segnalante e del segnalato, è stata emanata la relativa procedura e sono stati aggiornati Modello e Linee guida della Capogruppo e di tutte le società.

### 2.2.1 Lotta alla corruzione

All'interno del sistema di gestione e di controllo del Gruppo Mondadori, il Modello di organizzazione, gestione e controllo e le Linee di condotta del Modello, nelle diverse versioni approntate per ciascuna società e costantemente aggiornate, rappresentano un presidio ragionevolmente efficace nel garantire l'integrità del business e la lotta alla corruzione in ogni attività e settore del Gruppo.

Il progetto di adozione di una Policy e di un *Programma di compliance anticorruzione*, nel rispetto della normativa vigente, è stato affidato all'Internal Audit e alla Direzione Controllo interno e si completerà entro il 2022.

Nel triennio 2019-2021 non si rilevano episodi di corruzione che abbiano riguardato dipendenti o fornitori, né sono state avviate o concluse azioni legali contro il Gruppo o i suoi dipendenti per episodi di corruzione. Nel corso del 2021, non si evidenziano, inoltre, segnalazioni all'interno del sistema di whistleblowing.

### 2.2.2 Market abuse

Con gli adeguamenti della *Procedura in materia di informazioni privilegiate*, effettuati nel 2016 e nel 2019 in ottemperanza del Regolamento (UE) n. 596/2014 in materia di Market Abuse Regulation, il Gruppo Mondadori ha rafforzato il proprio presidio sulle modalità di monitoraggio, gestione e circolazione interna dei documenti e delle informazioni societarie, le modalità di comunicazione al mercato e al pubblico in conformità alle applicabili disposizioni di legge e regolamentari, delle informazioni privilegiate, e le verifiche relative al Registro delle persone che hanno accesso alle informazioni privilegiate.

Il sistema di controllo è stato completato dalla procedura di internal dealing per quanto concerne gli obblighi di comunicazione verso CONSOB, la Società stessa e il mercato di tutte le operazioni, di importo pari o superiore a 20.000 Euro (comprese tutte le operazioni successive, compiute su strumenti finanziari emessi dalla Società, indipendentemente dall'importo, una volta che sia stato raggiunto un importo complessivo di 20.000

Euro nell'arco di un anno civile), su strumenti derivati e su strumenti finanziari a essi collegati, effettuate dai componenti degli organi di amministrazione e controllo di Mondadori, dai dirigenti che abbiano regolare accesso a informazioni privilegiate e detengano il potere di adottare decisioni, che possano incidere sull'evoluzione futura e sulle prospettive del Gruppo Mondadori e dalle persone a loro strettamente associate.

Nel corso del 2020 si è proceduto con l'integrazione della nozione di Specifica Informazione Rilevante all'interno della procedura con conseguente istituzione della Relevant Information List e definizione dei relativi criteri di gestione. I ruoli e le responsabilità relative al processo di gestione delle informazioni privilegiate sono stati rivisti, attribuendo inoltre il ruolo di FGIP (Funzione di Gestione delle Informazioni Privilegiate) al CFO di Gruppo. Le attività di formazione, a carico del Gruppo Mondadori, sono state inoltre svolte nei confronti degli owner del processo.

Nel corso del 2021 sono state ulteriormente ottimizzate le modalità di annotazione e tracciabilità degli elementi informativi connessi al ritardo nella comunicazione di informazione privilegiate di cui all'art. 17 del Regolamento UE 596/2014.

Nel triennio 2019-2021 non si sono verificate azioni legali contro il Gruppo Mondadori per comportamento anticoncorrenziale, violazioni delle normative antitrust o pratiche monopolistiche.

### 2.2.3 Compliance

Il Gruppo Mondadori esercita la propria attività nel rispetto di tutte le leggi di settore e delle normative applicabili. È tuttavia possibile che, nell'operare, si possano configurare fattispecie suscettibili di contestazione, a vario titolo.

In particolare, tipici dell'attività editoriale sono i rischi legati al reato di diffamazione, in quanto rischi intrinseci nella stesura di libri e/o articoli. Il reato di diffamazione consiste, infatti, nell'offesa dell'altrui reputazione. La concezione che ognuno ha degli avvenimenti e delle circostanze del caso concreto è soggettiva, pertanto il concetto di "offensivo" può variare da persona a persona.

Ciò premesso, il Gruppo Mondadori effettua controlli scrupolosi prima della pubblicazione di libri e/o articoli, ciò nonostante, è inevitabile che vi siano contestazioni e cause per diffamazione.

L'ammontare delle sanzioni pagate nel 2021 consiste in 332.000 Euro circa, di cui 19.000 Euro circa per sanzioni tributarie e 313.000 Euro circa in sanzioni economiche relative a sentenze.

<b>Sanzioni monetarie (Euro/milioni)</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Sanzioni tributarie	0,02	0,21	-
Sanzioni economiche	0,31	0,14	0,26
<b>Totale</b>	<b>0,33</b>	<b>0,35</b>	<b>0,26</b>

Nell'intento di avere una sempre maggiore trasparenza verso i propri stakeholder l'azienda ha istituito a inizio 2012 un archivio concernente le sanzioni non monetarie. Per sanzioni non

monetarie si intendono casi quali, per esempio, la pubblicazione di sentenze. Nel corso del 2021 non si sono verificati casi in tal senso.

<b>Sanzioni non monetarie</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Numero di casi	-	1	-

## 2.2.4 Privacy e protezione dei dati

La protezione dei dati personali e la tutela della privacy rappresentano elementi fondamentali per l'intero Gruppo Mondadori, all'interno del quale ciascuna società si impegna a garantire che la raccolta e il trattamento dei dati personali avvengano nel rispetto dei principi e delle norme di legge applicabili.

Nello svolgimento della propria attività, il Gruppo Mondadori gode di un ormai consolidato impianto teso alla protezione dei dati personali, che garantisce la compliance al Regolamento (UE) 2016/679 (c.d. "GDPR"), al D.Lgs. 196/03 (c.d. "Codice Privacy") come successivamente aggiornato dal D.Lgs. 101/2018, nonché alle indicazioni e ai provvedimenti emanati dal Garante per la protezione dei dati personali.

Nello specifico, all'interno del Gruppo, le politiche di gestione dei dati personali sono regolate da una serie di procedure nei settori della *data retention*, della *privacy by design e by default*, del *data protection impact assessment*, del *data breach*, del riscontro agli interessati e della nomina dei responsabili del trattamento ai sensi e per gli effetti di cui all'art. 28 del GDPR. Il Gruppo è inoltre dotato di un Data Protection Officer.

Su tutti i siti web di ciascuna società del Gruppo Mondadori sono disponibili per la consultazione le privacy e cookie policy, mantenute costantemente aggiornate. Sul sito corporate di Gruppo è inoltre disponibile una sezione che descrive puntualmente le politiche di gestione dei dati personali poste in essere dall'intero Gruppo Mondadori.

Nel corso del 2021, il Gruppo ha gestito numerose richieste di esercizio di diritti da parte degli interessati, tra cui, in particolare, richieste di

accesso ai dati personali e richieste di cancellazione degli stessi. Non sono state rilevate violazioni di dati personali considerabili quali *data breach*.

<b>Reclami per violazione della privacy/perdite o furti di dati dei clienti</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Reclami documentati ricevuti per violazione della privacy dei clienti (n.)	1	2	1
- di cui provenienti da <i>Organi di controllo</i>	-	1	-
- di cui ricevuti da <i>soggetti esterni</i>	1	1	1
Perdite o furti di dati dei clienti (n.)	-	-	1

## 2.2.5 Politica fiscale

In relazione al regime del consolidato fiscale nazionale, il Gruppo Mondadori ha rinnovato nel 2019, con valenza triennale (2019-2021), l'accordo con Fininvest S.p.A. (Società Consolidante), contenente una clausola di salvaguardia in forza della quale la Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e le sue società controllate aderenti non possono essere chiamate a effettuare versamenti di imposta sul reddito, per un importo superiore a

quanto quelle stesse società avrebbero effettuato nell'ipotesi in cui Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e le sue controllate avessero dato vita a un autonomo consolidato fiscale.

Si segnala che l'opzione per il consolidato fiscale, il cui triennio scade nel presente periodo d'imposta, sarà nuovamente esercitata per il triennio 2022-2024. Le imposte sul reddito (correnti e differite) sono determinate in ciascun Paese in cui il Gruppo opera secondo una prudente interpretazione delle normative fiscali vigenti.

18

<b>Imposte</b> (Euro/migliaia)	<b>2021</b>		<b>2020</b>	
	<b>Italia</b>	<b>Stati Uniti</b>	<b>Italia</b>	<b>Stati Uniti</b>
Ricavi da vendite a terze parti	761.870	45.475	707.374	36.619
Ricavi da operazioni infragruppo con altre giurisdizioni fiscali	1.065	1.377	568	564
Utile/perdita ante imposte	34.437	4.129	139	1.411
Attività materiali diverse da disponibilità liquide e mezzi equivalenti	13.243	1.371	15.484	1.470
Imposte sul reddito delle società versate sulla base del criterio di cassa	12.997	947	6.949	-
Imposte sul reddito delle società maturate sugli utili/perdite	15.504	1.162	12.257	435

## 2.2.6 Indipendenza editoriale

La Capogruppo Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. è quotata alla Borsa di Milano. Il capitale sociale al 31 dicembre 2021, interamente sottoscritto e

versato, è pari a 67.979.168,40 Euro, suddiviso in 261.458.340 azioni ordinarie del valore nominale pari a 0,26 Euro ciascuna.

Azionista di maggioranza è la holding Fininvest S.p.A., di proprietà della famiglia Berlusconi.

### Azionisti significativi al 31 dicembre 2021

Azionista	% possesso sul capitale sociale al 31/12/2021
Fininvest S.p.A.	53,3%
Flottante	46,3%
Azioni proprie	0,4%

Nel corso del periodo di rendicontazione, il Gruppo Mondadori ha ricevuto dalla Pubblica Amministrazione in Italia contributi finanziari per un valore monetario pari a circa 7,35 milioni di Euro, di cui 4,6 milioni di Euro a Electa nel giugno 2021 dal Ministero della Cultura ai sensi del Decreto del DG-MU (Direttore Generale Musei) n. 506 del 31 maggio 2021 e 2,5 milioni di Euro di contributo INPS per il costo del lavoro relativo al piano formazione finanziato dal Fondo Nuove Competenze, 98.000

Euro sotto forma di credito d'imposta e 12.000 Euro in investimenti pubblicitari da Mondadori Retail, 96.000 Euro sotto forma di credito d'imposta per l'acquisto di servizi digitali da Mondadori Media, 28.000 Euro in credito di imposta per sanificazione da Arnoldo Mondadori Editore e 158.000 Euro in sussidi Covid erogati dal Governo statunitense per Rizzoli Bookstore.

Si riporta di seguito un dettaglio relativo agli ultimi due esercizi per area geografica.

19

Contributi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione (Euro)	2021	2020 <sup>1</sup>
Italia	7.355.764,80	11.421.677,34
USA Rizzoli International Publications <sup>2</sup>	158.339,20	713.993,29
<b>Totale (Italia e USA)</b>	<b>7.514.104,00</b>	<b>12.135.670,63</b>

<sup>1</sup> I dati del 2020 sono stati ricalcolati e riesposti per includere solamente i contributi ricevuti dalla Pubblica Amministrazione

<sup>2</sup> Valori espressi in Euro, convertiti da USD al tasso di cambio di fine periodo di rendicontazione di appartenenza

Si sottolinea infine che il Gruppo Mondadori non ha erogato contributi di alcun genere a partiti o a politici nel corso dell'esercizio in oggetto.

## 2.2.7 Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore

L'impegno del Gruppo nella tutela dei diritti legati ai beni immateriali frutto dell'attività creativa e inventiva è sancito dal Codice etico della Società, in quanto presupposto imprescindibile dell'attività editoriale. Il diritto d'autore è disciplinato dalla Legge 22 aprile 1941 n. 633. Negli ultimi anni si è peraltro assistito a un acceso dibattito che contrappone i produttori tradizionali di contenuti ai nuovi player del web che utilizzano questi contenuti. In tale contesto il Gruppo collabora con le associazioni di categoria nazionali e internazionali (FIEG - Federazione Italiana Editori Giornali, AIE - Associazione Italiana Editori ed EMMA - European Magazine Media Association) affinché la Direttiva europea sul diritto d'autore nel mercato unico digitale (Direttiva 2019/790) possa trovare la più efficace applicazione nella legislazione degli Stati membri.

## 2.3 I PRINCIPALI RISCHI DI NATURA NON FINANZIARIA

20

Nel corso del 2021 è proseguita, nell'ambito delle attività di Risk Assessment di Gruppo, un'analisi completa e sistematica dei rischi riconducibili agli effetti sociali e ambientali delle attività aziendali, anche al fine di rispondere alle richieste del D.Lgs. 254/2016 e alimentare il percorso di miglioramento continuo in ambito di sostenibilità.

Tali rischi sono frutto di un'integrazione tra i rischi non finanziari già oggetto del processo di Risk Assessment di Gruppo e di specifici approfondimenti interni. Si rimanda, per maggiori informazioni relativamente a quanto concerne le azioni di mitigazione, a quanto indicato nel paragrafo *Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi* (p. XY della *Relazione Finanziaria Annuale 2021*).

A fronte della profonda interconnessione e complessità dell'ambiente economico e sociale in cui opera il business, e che la situazione emergenziale dovuta alla diffusione del Covid-19 ha accentuato, in alcuni casi la mappatura dei rischi è stata riconsiderata, attuando una profonda revisione delle azioni strategiche sinora poste in essere, al fine di ridurre l'entità dei rischi e assicurare la business continuity.

Nel 2021, caratterizzato dal protrarsi degli effetti della pandemia, i temi di maggior rilievo e oggetto di adeguati interventi di mitigazione sono:

- la supply chain, ove tra i principali rischi vi sono la possibile chiusura o perdita di marginalità dei punti vendita o le possibili insolvenze da parte dei fornitori, quale conseguenza delle numerose situazioni di dissesto finanziario, generato dall'attuale contesto economico. Vi è stato, inoltre, un aggravio delle problematiche legate all'approvvigionamento delle materie prime (carta, energia e gas) e all'aumento dei costi industriali, con il conseguente incremento dei costi di carta, stampa, legatura e trasporto.
- i rischi attinenti alla tutela della proprietà intellettuale, all'istruzione nel mondo delle scuole e all'accessibilità del prodotto.

Si presentano di seguito le principali considerazioni legate ai rischi connessi agli ambiti di riferimento delineati dal D.Lgs. 254/2016, anche alla luce delle priorità definite dall'ESMA per l'anno di rendicontazione 2021.

### 2.3.1 Rischi connessi alle tematiche ambientali

Il cambiamento climatico rappresenta un tema di grande attenzione per ogni settore industriale, compreso quello dell'editoria, le cui emissioni di gas a effetto serra sono legate principalmente

ai consumi energetici, ai trasporti (per esempio l'efficienza e l'efficacia dei processi in ambito logistico/distributivo o i business travel) e al ciclo produttivo del prodotto cartaceo. Inoltre, l'aumento del livello di attenzione da parte di stakeholder e istituzioni rispetto al cambiamento climatico, potrebbe, in futuro, modificare le attuali disposizioni normative in merito.

Accanto ai rischi connessi alle emissioni climalteranti, si annoverano quelli legati all'efficacia della gestione energetica che, se ridotta, potrebbe portare a minori benefici economici e quelli connessi alla potenziale discontinuità della disponibilità di carta. Da rilevare inoltre l'importanza che stanno sempre più assumendo le performance socio-ambientali nell'ambito della valutazione dei fornitori della società.

Principali rischi	Principali azioni di mitigazione
Aumento delle pressioni da parte degli stakeholder e delle istituzioni nazionali e sovranazionali in materia di cambiamento climatico.	Mantenimento del presidio sulla tematica, attraverso il monitoraggio continuo delle emissioni di gas serra complessive e la conseguente definizione di interventi utili a ridurle, in riferimento alle diverse attività realizzate dal Gruppo (per esempio logistica e distribuzione dei prodotti, business travel).
Mancata opportunità di benefici economici a fronte di una ridotta efficacia degli interventi di efficientamento energetico.	Mantenimento del presidio sulla tematica, attraverso il monitoraggio continuo dei consumi complessivi, una forte attenzione al rinnovo della strumentazione IT e la definizione di interventi di efficientamento energetico degli spazi aziendali.
Discontinuità nella gestione del processo produttivo per scarsa disponibilità della materia prima cartacea.	Estensione progressiva dell'utilizzo di carta certificata FSC e PEFC a tutto il Gruppo.



### 2.3.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani

Il settore dell'editoria porta inevitabilmente con sé alcuni rischi connessi ai diritti umani (libertà di espressione e protezione della privacy) e ad aspetti sociali (alfabetizzazione mediatica, accessibilità del prodotto), soprattutto per il ruolo di promotori e diffusori di cultura ricoperto dagli operatori che ne fanno parte.

Tali rischi possono derivare sia da comportamenti messi in atto dal Gruppo sia da comportamenti derivanti da cause esterne. È indubbio che in tali circostanze sarà importantissimo monitorare i rischi crescenti in termini di libertà personale, benessere, prospettive educative e ricchezza delle giovani generazioni.

Principali rischi	Principali azioni di mitigazione
Criticità legate alla possibilità di limitare la libertà di espressione degli autori.	Monitoraggio continuo della varietà di titoli pubblicati.
Criticità legate alla diffusione di contenuti editoriali considerati sensibili, alla perdita di dati dei clienti e alla evoluzione normativa in materia (GDPR, e-Privacy, ecc.).	Monitoraggio continuo delle prassi di gestione dei dati sensibili e continuo miglioramento attraverso lo sviluppo di interventi specifici condivisi fra le diverse funzioni aziendali e le diverse società del Gruppo.
Criticità dovute al mutamento delle modalità di acquisto del libro da parte dei consumatori, che hanno privilegiato il canale online, non solo nel periodo di lockdown dovuto alla pandemia, ma anche attualmente con la conseguente chiusura delle librerie.	Il canale online andrà sviluppato, al fine di aumentare la competitività sul mercato e valorizzare l'esperienza di acquisto da parte del cliente, attraverso lo sfruttamento del vantaggio della multicanalità, intesa come l'utilizzo simultaneo del canale online unitamente a quello più tradizionale (es. portale "Libreria Infinita"; pick-up point; servizio "prenota e ritira").
Aumento delle pressioni da parte del pubblico rispetto alla distribuzione di prodotti editoriali di qualità, imparziali e rispettosi delle diversità.	Continuo miglioramento dell'offerta editoriale e della qualità dei prodotti.
Evoluzione delle esigenze dell'audience in relazione agli strumenti per accedere al prodotto editoriale.	Monitoraggio delle esigenze dell'audience in termini di accessibilità e della capacità di risposta da parte dell'azienda.
Criticità legate all'incapacità del lettore di distinguere il valore dei prodotti commercializzati, laddove non siano messi a disposizione adeguati strumenti utili a una corretta interpretazione dei mezzi di comunicazione.	Continuo miglioramento degli interventi di sensibilizzazione ed educazione del pubblico a un pensiero critico e analitico degli strumenti di comunicazione.
Criticità legate al potenziale aumento delle pressioni competitive nei mercati di riferimento, che potrebbero sfociare in comportamenti sleali da parte dei concorrenti.	Mantenimento del presidio sulla tematica, attraverso interventi quali formazione specifica per il personale interno e attività di networking con associazioni di categoria.

### 2.3.3 Rischi connessi alla lotta alla corruzione

La corruzione, attiva e passiva, rappresenta un fenomeno ancora molto diffuso e le azioni rivolte al suo contrasto vedono impegnate in prima linea istituzioni ed enti nazionali e sovranazionali. Si tratta di un grande ostacolo allo sviluppo che può avere

impatti considerevoli sulla crescita economica, sia privata sia pubblica. In questo contesto restano prioritari anche per il Gruppo Mondadori i rischi legati al mancato rispetto delle norme interne e della legislazione vigente in materia.

Principali rischi	Principali azioni di mitigazione
Criticità legate a comportamenti non adeguati alle normative in vigore, da parte di coloro che operano per conto o in nome del Gruppo.	<p>Continuo miglioramento del presidio sul tema, attraverso un sistema organizzativo e di controllo utile a garantire e diffondere comportamenti corretti (formazione al personale, selezione di prodotti non editoriali posti in vendita in allegato a prodotti editoriali, monitoraggio del contesto normativo, attività di networking con aziende del settore).</p> <p>Adozione della procedura sul whistleblowing con la relativa implementazione di un sistema informatico gestito da una società esterna (per garantire la privacy del segnalato e del segnalante) come canale di comunicazione per la gestione delle segnalazioni; modifica del modello 231 della Capogruppo e delle controllate; piano di formazione dei dipendenti. Redazione di una procedura specifica sull'anticorruzione in seguito a risk assessment specifico.</p>

### 2.3.4 Rischi connessi alla gestione del personale

Il successo del Gruppo Mondadori è legato in modo indissolubile alle risorse umane che operano per suo conto e in suo nome: competenza e motivazione costituiscono elementi imprescindibili per lo sviluppo di soluzioni innovative in grado di ben interpretare le evoluzioni del mercato di riferimento e della

società, necessarie a garantire i risultati del Gruppo in termini finanziari e competitivi.

Per questo, il Gruppo Mondadori si impegna a stabilire un dialogo reale con i suoi collaboratori al fine di comprendere al meglio le rispettive esigenze e di trovare soluzioni a eventuali problematiche esistenti.

23

Principali rischi	Principali azioni di mitigazione
Rischio che il cambiamento tecnologico, il mutamento dello scenario competitivo e il basso turnover possa creare nel personale un progressivo gap di competenze.	Definizione e attuazione di piani di coinvolgimento e formazione adeguati a fornire al personale tutte le competenze necessarie a sviluppare soluzioni innovative in grado di ben interpretare le evoluzioni del mercato e della società.
Rischio che la presenza di una maggiore dinamicità del mercato del lavoro possa comportare una maggiore difficoltà nelle politiche di retention e attrazione di nuovi talenti.	Continuo miglioramento delle prassi gestionali del personale e dei collaboratori, in termini di negoziazione, supporto nella gestione delle carriere, formazione, politiche di retention e job rotation.

Per quanto concerne le tematiche di Diversity & Inclusion, tra i punti di criticità sinora emersi vi sono la presa di coscienza del ruolo della D&I a tutti i livelli all'interno della vita aziendale, la compliance

verso le normative vigenti e l'attenzione al cosiddetto "danno reputazionale", in un mercato dove i consumatori scelgono sempre di più i *brand diversity oriented*.

## 2.4 INNOVAZIONE STRATEGICA DI BUSINESS

Da un punto di vista strategico il Gruppo è dotato di tutte le risorse, manageriali e finanziarie, indispensabili a proseguire il percorso di rafforzamento dei core business, di espansione in nuovi segmenti del settore editoriale o adiacenti a esso e di eventuale razionalizzazione delle attività non strategiche, coerentemente perseguito nel corso degli ultimi anni, anche attraverso operazioni di M&A.

Più in dettaglio, nel 2021 il Gruppo ha proseguito nell'opera di consolidamento della propria leadership nell'area Libri, sia nel segmento dell'editoria scolastica sia in quello dell'editoria Trade, aumentandone la rilevanza e incidenza sul complesso delle attività del Gruppo, e di completamento delle proprie competenze e offerta in ambito digitale.

In tale contesto, si segnala che il Gruppo Mondadori ha finalizzato in data 16 dicembre 2021 l'acquisizione del 100% di De Agostini Scuola S.p.A. tramite la controllata Mondadori Libri S.p.A., con la quale ha conseguito una posizione di leadership nel mercato dell'editoria scolastica. Inoltre, in data 23 dicembre 2021, è stata perfezionata la cessione da parte della controllata Mondadori Media S.p.A. dei rami d'azienda costituiti dalle attività editoriali delle testate *Donna Moderna* e *CasaFacile* a Stile Italia Edizioni S.r.l., appartenente al gruppo Società Editrice Italiana S.p.A. Sempre nel corso del 2021, il Gruppo ha avviato le acquisizioni del 50% di A.L.I. - Agenzia Libreria International - e di DeA Planeta Libri, sottoscrivendo i relativi contratti di acquisizione in data 11 novembre 2021 e in data 22 novembre 2021, rispettivamente, per rafforzare la propria posizione nel business della promozione e distribuzione di editori terzi e consolidare il proprio ruolo nell'editoria per ragazzi.

Tali operazioni, i cui effetti anche in ambito di reportistica non finanziaria avranno decorrenza dal 1° gennaio 2022, sono coerenti con la strategia del Gruppo Mondadori - più volte comunicata al mercato - di crescente focalizzazione sul core business dei libri.

Con particolare riferimento al digitale, si segnala l'acquisizione in data 29 gennaio 2021 di Hej! S.r.l., attraverso la quale il Gruppo Mondadori ha consolidato ulteriormente la propria presenza nel digitale. Hej! S.r.l., nata nel 2017, è una società attiva nel segmento del tech-advertising, in cui Mondadori già opera con successo tramite AdKaora, media agency leader nel mobile advertising e nel proximity marketing. Le sinergie e la messa a fattor comune degli asset di Hej! con quelli di AdKaora permettono di ampliare l'offerta e la forza nel mercato del tech-advertising, mettendo a disposizione delle aziende anche progetti di *conversational mobile marketing*.

### 2.4.1 Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali

In quest'ottica va visto anche il tema della gestione dei brand: un'impostazione che va oltre, senza prescindere, il concetto di tutela degli asset immateriali dell'azienda, ma che mira a esplorarne le ulteriori potenzialità e che si lega inevitabilmente alle azioni messe in campo per aumentare l'accessibilità del prodotto.

Oltre alle varie iniziative descritte successivamente vanno ricordati almeno cinque eventi legati ad altrettanti brand del Gruppo che, nel corso dell'anno, hanno voluto coniugare brand reputation e finalità solidali:

- **Incarta un libro, regala un futuro:** nel mese di dicembre, attraverso una piccola donazione, sono stati impacchettati i regali di Natale dagli oltre 100 volontari presenti nelle 73 librerie Mondadori aderenti e sostenere l'iniziativa di Oxfam e Mondadori Store, al fine di garantire equità e pari opportunità di accesso e successo scolastico alle categorie di studenti più fragili, supportando bambini e ragazzi che rischiano l'esclusione educativa in Italia;
- **Sorrisi Live – Un Sorriso per Natale:** è stata condotta la seconda edizione dell'esclusivo evento musicale che *Tv Sorrisi e Canzoni* ha regalato a tutti i suoi lettori e utenti per le festività natalizie. L'iniziativa, dopo il grande successo riscosso nel 2020, ha visto esibirsi, sul sito e sui canali online Instagram e Facebook del

magazine, nove giovani artisti tra i più apprezzati, con l'obiettivo di sostenere la Fondazione Dottor Sorriso e promuovere la Terapia del sorriso nei reparti pediatrici degli ospedali;

- **Bambine ribelli e Save the Children:** anche nel 2021, in occasione dell'uscita del nuovo volume "100 donne italiane straordinarie", Mondadori, con la serie di libri "Storie della buonanotte per bambine ribelli", ha supportato Save the Children per sviluppare e potenziare i talenti di bambine e ragazze, incoraggiando, anche in Italia, l'abbattimento delle barriere legate alle discriminazioni e agli stereotipi di genere;
- **Il piccolo libro della Costituzione:** prosegue la serie di libri su Geronimo Stilton (Piemme Edizioni) dedicata ai "piccoli libri" educativi con un'edizione speciale dedicata alla Costituzione, al fine di far

conoscere, anche ai più giovani, la legge più importate, che esprime i valori fondamentali della convivenza civile;

- **#BeeGreen:** in occasione della Giornata della Terra, Donna Moderna ha lanciato un progetto dedicato al tema della sostenibilità e della biodiversità. Si tratta di un'iniziativa che ha coinvolto attivamente la sua community: si è partiti da un numero speciale che ha raccontato e descritto il concetto di Sostenibilità a 360°, è stata poi organizzata una challenge che ha sfidato le lettrici ad adottare stili di vita sostenibili (oltre 200 tonnellate di CO<sub>2</sub> risparmiate in tutto), e infine è stato promosso un progetto che ha dato vita, a Milano, al più grande apiario urbano presente in Italia.

### 3. SOCIALE

## Valorizzazione di persone, contenuti e luoghi per l'educazione e la cultura

La valorizzazione e la gestione del capitale umano risultano istanze prioritarie per il Gruppo, che promuove lo sviluppo delle proprie persone in linea con le prospettive dell'azienda, stimolandone la crescita in termini di nuove competenze, attraverso la creazione di un'offerta formativa e di sviluppo professionale di qualità e coerente con i trend di settore. In tale contesto, il Gruppo incentiva il benessere, l'equilibrio vita-lavoro e la salute dei propri dipendenti, anche attraverso iniziative specifiche come il servizio di counseling psicologico e l'Health Point.

L'impegno a coltivare l'inclusione e a valorizzare la diversità come leve per la definizione di un ambiente di lavoro sempre più equo e aperto all'innovazione si traduce in molteplici azioni concrete: il Gruppo ha nominato una Chief Diversity Officer, a capo della relativa funzione Diversity & Inclusion, impegnata nell'implementazione di strategie e progetti volti a promuovere la diversità, l'equità e l'inclusione, anche attraverso la creazione di un modello evoluto di leadership inclusiva.

La diffusione della cultura e delle idee è parte fondante della mission del Gruppo Mondadori; non è solo alla base dell'attività economica dell'azienda, ma è un tratto distintivo del suo approccio strategico alla Sostenibilità, pervadendo le logiche stesse che sono alla base della creazione della sua offerta al pubblico. Il Gruppo Mondadori si impegna a garantire attraverso i propri prodotti editoriali - siano essi libri, magazine, siti e supporti/prodotti digitali - contenuti accurati, rigorosi, veritieri e rispettosi dei gusti e della sensibilità del pubblico, attraverso verifiche continue, a livello editoriale. L'impegno del Gruppo nella tutela dei diritti legati ai beni immateriali frutto dell'attività creativa e inventiva è sancito dal Codice Etico della Società, in quanto presupposto imprescindibile dell'attività editoriale. Nell'ambito dell'offerta scolastica, tale impegno diventa

vera e propria missione al servizio delle giovani generazioni. L'attenzione al contesto, la capacità di adattamento e la reattività sono gli elementi che hanno sempre caratterizzato l'operato del Gruppo Mondadori. In particolare, l'azienda è attenta a raccogliere le prospettive e opinioni degli insegnanti e, tramite questi, degli studenti. Opera nel contesto didattico definito dalle autorità nazionali in linea con le migliori pratiche di settore, al fine di sviluppare prodotti di qualità, sempre in linea alle esigenze didattiche di una scuola che cambia in un contesto di riferimento perennemente in movimento. Tramite i contenuti didattici e l'attenzione al linguaggio, il Gruppo promuove l'educazione allo sviluppo sostenibile con particolare riferimento agli ambiti legati all'Agenda 2030.

Tale impegno non si limita all'offerta scolastica: tramite libri, magazine e canali social il Gruppo declina l'attenzione alle tematiche di sostenibilità all'interno dei prodotti formativi e informativi, con lo scopo di alimentare la conoscenza e il dibattito su come promuovere un presente, e un futuro, più sostenibile.

### 3.1 VALORIZZAZIONE E GESTIONE DEL CAPITALE UMANO

Come già nel 2020, e in particolare in base all'engagement effettuato sui dipendenti del Gruppo Mondadori, anche nel 2021, la valorizzazione e la gestione del capitale umano risultano come istanze prioritarie. Anche l'analisi dei rischi relativa a tali tematiche pone l'accento sulla necessità di far evolvere il personale, in linea con le prospettive di sviluppo dell'azienda, stimolandone la crescita in termini di nuove competenze. Pertanto, accanto alle iniziative per migliorare la qualità della vita lavorativa e favorire opportunità di work-life balance, il Gruppo ha

continuato nel 2021 il proprio impegno nella creazione di un'offerta formativa e di sviluppo professionale coerente con l'evoluzione dei propri business. L'insorgere della pandemia e le molteplici conseguenze sociali hanno infine determinato cambiamenti organizzativi e gestionali, ponendo l'accento sulla modalità di remote working, la messa in sicurezza degli

ambienti lavorativi e le azioni di prevenzione possibili.

### 3.1.1 Le persone del Gruppo Mondadori

Al 31 dicembre 2021 il Gruppo Mondadori conta 1.810 dipendenti, in Italia e negli Stati Uniti, in leggera decrescita in relazione all'anno precedente.

#### Dipendenti del Gruppo Mondadori, per area geografica (n.)

Area geografica	al 31 dicembre 2021	al 31 dicembre 2020	al 31 dicembre 2019
Italia	1.763	1.798	1.964
Stati Uniti	47	47	54
<b>Totale</b>	<b>1.810</b>	<b>1.845*</b>	<b>2.018</b>

\* In aggiunta al numero di dipendenti indicati in tabella sono da considerare parte dell'organico ulteriori 2 persone della società Abscondita S.r.l., acquisita dal Gruppo nel 2020 e non inclusa nel perimetro di rendicontazione della DNF 2020. I dati relativi a tale società sono inclusi a partire dall'anno di rendicontazione 2021

In particolare, al 31 dicembre 2021, la composizione dell'organico del Gruppo risulta essere composta al 64% da donne e al 36% da uomini, con una prevalenza di dipendenti inclusi nelle fasce d'età 30-50 anni e maggiore di 50 anni.

27

#### Dipendenti del Gruppo Mondadori, per fascia di età e genere (%)

Fascia di età	al 31 dicembre 2021			al 31 dicembre 2020			al 31 dicembre 2019		
	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini
< 30	3%	60%	40%	3%	57%	43%	3%	55%	45%
30-50	55%	65%	35%	58%	64%	36%	59%	64%	36%
> 50	42%	62%	38%	40%	62%	38%	38%	59%	41%
<b>Totale</b>	<b>100%</b>	<b>64%</b>	<b>36%</b>	<b>100%</b>	<b>63%</b>	<b>37%</b>	<b>100%</b>	<b>62%</b>	<b>38%</b>

In relazione ai business, l'area Libri è la più popolata, con circa il 35% di dipendenti del Gruppo. Seguono, per numerosità di organico, l'area Retail, Magazine e infine Corporate.

#### Dipendenti del Gruppo Mondadori, per business

Business	al 31 dicembre 2021			al 31 dicembre 2020			al 31 dicembre 2019		
	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini
Corporate	17%	59%	41%	17%	56%	44%	20%	53%	47%
Libri	35%	70%	30%	34%	70%	30%	32%	70%	30%
Retail	18%	58%	42%	19%	59%	41%	18%	60%	40%
Media	30%	63%	37%	30%	62%	38%	30%	61%	39%

In continuità con il 2020 e il 2019, al 31 dicembre 2021 l'assoluta maggioranza del personale dipendente è legato a contratti di tipo indeterminato e full time.

#### Dipendenti del Gruppo Mondadori in Italia, per tipologia contrattuale e genere (%)

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 2021			al 31 dicembre 2020			al 31 dicembre 2019		
	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini
Tempo indeterminato	99,7%	64%	36%	99,6%	63%	37%	99%	62%	38%
Tempo determinato	0,3%	100%	-	0,4%	75%	25%	1%	84%	16%

#### Dipendenti del Gruppo Mondadori negli Stati Uniti, per tipologia contrattuale e genere (%)

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 2021			al 31 dicembre 2020			al 31 dicembre 2019		
	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini
Tempo indeterminato	85%	52%	48%	89%	52%	48%	93%	50%	50%
Tempo determinato	15%	57%	43%	11%	60%	40%	7%	75%	25%

28

#### Dipendenti del Gruppo Mondadori, per tipologia professionale (full time/part time, %)

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 2021			al 31 dicembre 2020			al 31 dicembre 2019		
	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini
Full time	89%	61%	39%	89%	60%	40%	88%	58%	42%
Part time	11%	83%	17%	11%	85%	15%	12%	85%	15%

In relazione al triennio 2019-2021, si osserva un trend di progressiva crescita della percentuale di donne dirigenti rispetto al totale della categoria, sebbene queste siano ancora in minoranza.

#### Dipendenti del Gruppo Mondadori in Italia, per inquadramento professionale e genere (% , Italia)

Inquadramento professionale	al 31 dicembre 2021			al 31 dicembre 2020			al 31 dicembre 2019		
	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini
Dirigenti	5%	31%	69%	5%	29%	71%	5%	24%	76%
Quadri	14%	55%	45%	14%	55%	45%	13%	54%	46%
Impiegati	71%	67%	33%	71%	66%	34%	72%	65%	35%
Giornalisti	9%	73%	27%	9%	73%	27%	9%	71%	29%
Operai	1%	29%	71%	1%	20%	80%	1%	17%	83%

Dipendenti del Gruppo Mondadori in Italia, per inquadramento professionale e fascia di età (% , Italia)

Inquadramento professionale	al 31 dicembre 2021				al 31 dicembre 2020				al 31 dicembre 2019			
	Totale	Di cui < 30 anni	Di cui 30-50 anni	Di cui > 50 anni	Totale	Di cui < 30 anni	Di cui 30-50 anni	Di cui > 50 anni	Totale	Di cui < 30 anni	Di cui 30-50 anni	Di cui > 50 anni
Dirigenti	5%	-	40%	60%	5%	-	45%	55%	5%	-	46%	54%
Quadri	14%	-	50%	50%	14%	0,4%	54%	46%	13%	-	53%	47%
Impiegati	71%	5%	61%	34%	71%	3%	63%	33%	72%	3%	65%	32%
Giornalisti	9%	-	27%	73%	9%	-	35%	65%	9%	-	39%	61%
Operai	1%	-	29%	71%	1%	-	40%	60%	1%	-	33%	67%

Dipendenti del Gruppo Mondadori negli Stati Uniti, per inquadramento professionale e genere (% , Stati Uniti)

Inquadramento professionale	al 31 dicembre 2021			al 31 dicembre 2020			al 31 dicembre 2019		
	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini	Totale	di cui donne	di cui uomini
Executives	6%	33%	67%	6%	33%	67%	7%	25%	75%
Office workers	94%	55%	45%	94%	55%	45%	93%	54%	46%

29

Dipendenti del Gruppo Mondadori negli Stati Uniti, per inquadramento professionale e fascia di età (% , Stati Uniti)

Inquadramento professionale	al 31 dicembre 2021				al 31 dicembre 2020				al 31 dicembre 2019			
	Totale	Di cui < 30 anni	Di cui 30-50 anni	Di cui > 50 anni	Totale	Di cui < 30 anni	Di cui 30-50 anni	Di cui > 50 anni	Totale	Di cui < 30 anni	Di cui 30-50 anni	Di cui > 50 anni
Executives	6%	-	-	100%	6%	-	-	100%	7%	-	-	100%
Office workers	94%	14%	36%	50%	94%	16%	34%	50%	93%	14%	48%	38%



Assunzioni e cessazioni in Italia, per genere ed età (n., %)		2021		2020		2019	
		Numero	%	Numero	%	Numero	%
Genere	Età						
<b>ASSUNZIONI</b>							
Donna	< 30 anni	22	30%	12	28%	25	24%
	tra 30 e 50 anni	21	29%	15	35%	44	42%
	> 50 anni	1	1%	1	2%	3	3%
<b>Totale donne</b>		<b>44</b>	<b>60%</b>	<b>28</b>	<b>65%</b>	<b>72</b>	<b>68%</b>
Uomo	< 30 anni	10	13%	5	12%	12	11%
	tra 30 e 50 anni	18	24%	9	21%	22	21%
	> 50 anni	2	3%	1	2%	-	-
<b>Totale uomini</b>		<b>30</b>	<b>40%</b>	<b>15</b>	<b>35%</b>	<b>34</b>	<b>32%</b>
<b>Totale assunzioni</b>		<b>74</b>		<b>43</b>		<b>106</b>	
<b>Tasso di turnover in entrata</b>			<b>4,20%</b>		<b>2,39%</b>		<b>5,40%</b>
<b>CESSAZIONI<sup>3</sup></b>							
Donna	< 30 anni	4	4%	6	3%	14	6%
	tra 30 e 50 anni	25	22%	48	23%	63	28%
	> 50 anni	27	24%	51	25%	67	30%
<b>Totale donne</b>		<b>56</b>	<b>50%</b>	<b>105</b>	<b>50%</b>	<b>144</b>	<b>65%</b>
Uomo	< 30 anni	4	4%	-	-	7	3%
	tra 30 e 50 anni	25	22%	31	15%	44	20%
	> 50 anni	27	24%	72	35%	28	13%
<b>Totale uomini</b>		<b>56</b>	<b>50%</b>	<b>103</b>	<b>50%</b>	<b>79</b>	<b>35%</b>
<b>Totale cessazioni</b>		<b>112</b>		<b>208</b>		<b>223</b>	
<b>Tasso di turnover in uscita</b>			<b>6,35%</b>		<b>11,57%</b>		<b>11,35%</b>

<sup>3</sup> Il numero di cessazioni non comprende eventuali dipendenti distaccati in altre società non appartenenti al Gruppo. Trattandosi di distacco con giro costi, tali dipendenti non figurano nell'organico totale al 31 dicembre

Assunzioni e cessazioni negli Stati Uniti, per genere ed età (n., %)		2021		2020		2019	
Genere	Età	Numero	%	Numero	%	Numero	%
<b>ASSUNZIONI</b>							
Donna	< 30 anni	3	43%	2	29%	4	36%
	Tra 30 e 50 anni	1	14%	-	-	2	18%
	> 50 anni	1	14%	-	-	-	-
<b>Totale donne</b>		<b>5</b>	<b>71%</b>	<b>2</b>	<b>29%</b>	<b>6</b>	<b>55%</b>
Uomo	< 30 anni	1	14%	3	43%	2	18%
	Tra 30 e 50 anni	1	14%	2	29%	3	27%
	> 50 anni	-	-	-	-	-	-
<b>Totale uomini</b>		<b>2</b>	<b>29%</b>	<b>5</b>	<b>71%</b>	<b>5</b>	<b>45%</b>
<b>Totale assunzioni</b>		<b>7</b>		<b>7</b>		<b>11</b>	
<b>Tasso di turnover in entrata</b>		<b>14,89%</b>		<b>14,89%</b>		<b>20,37%</b>	
<b>CESSAZIONI</b>							
Donna	< 30 anni	3	50%	2	14%	5	42%
	Tra 30 e 50 anni	1	17%	3	21%	1	8%
	> 50 anni	1	17%	-	-	-	-
<b>Totale donne</b>		<b>5</b>	<b>83%</b>	<b>5</b>	<b>36%</b>	<b>6</b>	<b>50%</b>
Uomo	< 30 anni	-	-	4	29%	2	17%
	Tra 30 e 50 anni	1	17%	4	29%	4	33%
	> 50 anni	-	-	1	7%	-	-
<b>Totale uomini</b>		<b>1</b>	<b>17%</b>	<b>9</b>	<b>64%</b>	<b>6</b>	<b>50%</b>
<b>Totale cessazioni</b>		<b>6</b>		<b>14</b>		<b>12</b>	
<b>Tasso di turnover in uscita</b>		<b>12,77%</b>		<b>29,79%</b>		<b>22,22%</b>	

31

Oltre ai dati relativi al personale dipendente, si segnala di seguito il numero medio nell'anno di lavoratori interinali in Italia, suddivisi per aree di business. Il numero di interinali è soggetto a stagionalità, in particolare per quanto riguarda le librerie nel periodo prenatalizio, in occasione di nuove aperture ed eventi fieristici. Per l'area Retail

i dati del 2021 evidenziano la ripresa delle attività rispetto all'anno precedente particolarmente impattato dalla pandemia da Covid-19. La società editrice di libri illustrati con sede negli Stati Uniti, Rizzoli International Publications, non ricorre a lavoratori interinali o stagionali.

#### Lavoratori esterni (interinali) in Italia, per area di business (n.)

Italia	2021	2020	2019
Interinali (n.)			
Enti centrali	3	6	9
Libri	18	21	21
Media	15	15	15
Retail	123	56	164
<b>Totale</b>	<b>159</b>	<b>98</b>	<b>209</b>

### 3.1.2 Evoluzione organizzativa e relazioni industriali

L'evoluzione organizzativa di maggior rilievo avvenuta nel corso del 2021 è legata alle acquisizioni di De Agostini Scuola S.p.A. tramite la controllata Mondadori Libri S.p.A. e di Hej! S.r.l., attraverso la quale il Gruppo Mondadori ha consolidato ulteriormente la propria presenza nel digitale.

Con riferimento all'adozione del nuovo contratto aziendale per i lavoratori del CCNL Grafici Editoriali, sottoscritto tra le parti nel luglio 2018, a partire dal mese di giugno i beneficiari del premio di risultato 2020 (circa 750 dipendenti) hanno potuto utilizzare i servizi messi a disposizione dalla piattaforma MyWelfare per la gestione dei flexible benefit. L'adesione all'opportunità messa a disposizione dal Gruppo si è attestata al 56% degli aventi diritto (dato di circa il 30% più alto della media nazionale - fonte Welion Generali) e circa il 43% di questi ha deciso di convertire in credito welfare il 100% del premio lordo. A fine dicembre 2021, il 58% circa dell'importo complessivo dei crediti welfare risultava essere stato speso nelle iniziative messe a disposizione dei beneficiari nel pieno rispetto della normativa in vigore.

La pandemia da Covid-19 ha fatto emergere la necessità di promuovere nuove forme di lavoro, evidenziando le sfide e le opportunità legate allo smart working. In tal senso, nel corso del 2021, si è confermata l'adozione generalizzata di una metodologia di lavoro ibrido, in presenza e da remoto. Per assicurare una corretta gestione dello smart working e supportare il personale con strumenti metodologici e operativi utili ad affrontare il periodo di transizione, è stato definito ed erogato, anche grazie al finanziamento ottenuto attraverso il Fondo Nuove Competenze un piano formativo dedicato a tutto il personale Mondadori volto ad accrescere soft e digital skill. In particolare, sono stati svolti progetti formativi specifici che possono essere ricondotti a quattro pillar principali: new way of working, alfabetizzazione digitale, business innovation & digital upskilling, professional skilling & reskilling.

In ambito Risorse Umane, il progetto di trasformazione digitale ha visto nel corso del

2021 la messa a regime all'interno di HR Portal dei moduli "Recruiting" e "Learning Management System", per la gestione rispettivamente dei processi di selezione e formazione (inclusa la modalità e-learning), oltre all'avvio dell'adozione del modulo per la gestione del processo MBO e la definizione del modello per la gestione delle attività afferenti il Talent Management (valutazione delle competenze, delle prestazioni e piani di successione).

Sul piano delle relazioni industriali il 2021 è stato un anno che ha richiesto di fronteggiare il permanere dell'emergenza sanitaria, attraverso la gestione della cassa integrazione Covid-19, ordinaria, ancora fino al mese di giugno 2021, e in deroga, fino alla fine dell'anno, per tutte le realtà del Gruppo. Nei mesi di gennaio e aprile 2021 sono state avviate le procedure che hanno portato alla firma dei relativi accordi con le organizzazioni sindacali territoriali e nazionali rappresentative dei lavoratori dei contratti Grafici Editoriali, Commercio e Giornalisti.

Allo stesso tempo è proseguita la gestione del programma di prepensionamento, avviato nel 2020, per le società Arnoldo Mondadori Editore, Mondadori Media e Press-di. Complessivamente, nel 2021, sono 25 le persone che hanno potuto aderire al pensionamento anticipato a fronte del raggiungimento del requisito (35 anni di anzianità contributiva).

Ciò che ha maggiormente caratterizzato il 2021 è stato l'avvio del confronto con le Organizzazioni Sindacali sul lavoro agile, che ha portato, nel luglio 2021, alla firma dell'Accordo di Gruppo sullo smart working, con il quale sono state definite le modalità di gestione e applicative all'interno del Gruppo Mondadori per tutte le società firmatarie.

Nel medesimo accordo, le Parti hanno proceduto a istituire un Premio aziendale in Welfare destinato a tutti i lavoratori aderenti allo smart working. A novembre 2021 è stato poi siglato il verbale di Accordo Sindacale con il quale è stato definito il target di riferimento per la misurazione del premio di cui sopra.

Infine, sempre nel novembre 2021, sono stati siglati gli accordi sindacali per tutte le realtà del

Gruppo finalizzati alla presentazione del nuovo piano di formazione per l'adesione al Fondo Nuove Competenze.

La totalità dei dipendenti in Italia è coperta da accordi collettivi di contrattazione: il CCNL Grafici Editoriali (che copre il 73% dei dipendenti e include i dirigenti Industria), il contratto Giornalisti (9% della popolazione aziendale) e il CCNL Commercio (applicato al 18% dei dipendenti, dirigenti Commercio inclusi). Negli Stati Uniti la prassi degli accordi sindacali di categoria non è diffusa come in Europa: valgono ovviamente per tutti i lavoratori le tutele generali previste dalla legislazione federale.

In tutti i casi di trasferimento delle unità operative e/o di cambiamento organizzativo sono rispettati i criteri dei rispettivi contratti nazionali (30 giorni per il Grafico Editoriale e 70 giorni per il Commercio) con negoziazioni attivate con anticipo di vari mesi.

### 3.1.3 Formazione e sviluppo

L'attuale scenario nazionale e internazionale e le rapide trasformazioni del quadro competitivo nel settore dei media rendono sempre più strategica la capacità di rinnovarsi ed evolvere con velocità, cogliendo le opportunità che le tecnologie offrono in termini di ridisegno dei processi, sviluppo di nuovi prodotti o modelli di business. Alle persone è affidato, in questo contesto, un ruolo centrale, in particolare nel saper governare e anticipare, anziché vivere passivamente, il cambiamento. Per questo, il processo di formazione e di sviluppo professionale e manageriale è sempre più considerato come una leva strategica di stimolo e rafforzamento delle capacità e delle competenze interne e di attraction di giovani talenti. L'arrivo della pandemia ha fatto inoltre emergere la necessità e l'opportunità di pensare a un nuovo modo di lavorare e concepire il lavoro stesso e lo smart working.

Nel corso del 2021 il persistere di questa congiuntura ha accelerato in modo decisivo l'adozione generalizzata di una metodologia di lavoro ibrido che prevede la combinazione di lavoro in presenza e da remoto. Per assicurare una corretta gestione dello smart working e supportare il personale con strumenti metodologici e operativi

utili ad affrontare il periodo di transizione, è stato necessario tenere in considerazione e agire *in primis* su un aspetto di tipo culturale al fine di favorire un approccio diverso e complementare rispetto al modo di pensare sia l'organizzazione sia il modo di lavorare.

I programmi di formazione sviluppati nel corso del 2021 sono rientrati in questi due mainstream e sono riconducibili ad alcune finalità generali di sviluppo che possono essere così sintetizzabili:

- favorire e promuovere la diffusione di una cultura digitale focalizzata sull'acquisizione di nuovi linguaggi, sull'utilizzo di tecnologie "abilitanti", sulla creazione di valore a partire dall'innovazione delle procedure, sull'adozione di un atteggiamento proattivo e orientato al cambiamento e alla ricerca di soluzioni innovative;
- innovare modelli e strategie di business, processi di lavoro, portfolio prodotti e servizi offerti;
- facilitare e sostenere l'adozione di modelli agili di organizzazione del lavoro anche da remoto in grado di garantire prestazioni e risultati pienamente soddisfacenti;
- innovare modelli di gestione manageriale e stili di leadership sempre più efficaci e coerenti con i cambiamenti di contesto.

Obiettivo comune e trasversale a tutte le iniziative è inoltre quello di favorire l'integrazione tra le diverse aree aziendali per migliorare l'efficienza e lo sviluppo di sinergie e creare uno stile di management condiviso, nonché quello di sviluppare le competenze distintive delle singole categorie professionali necessarie per anticipare i trend di mercato e per sostenere le esigenze di evoluzione dei business.

Per progettare una formazione che avesse contenuti mirati alle specificità dei business e fosse allineata al livello delle competenze *as is* delle persone è stato erogato un assessment online su tutta la popolazione aziendale finalizzato a misurare la preparazione in ambito digitale e a mappare il livello delle competenze. I risultati dell'assessment hanno rappresentato un'utile base informativa per:

- progettare un'offerta formativa specifica in grado di colmare i gap emersi e di ingaggiare le persone nel processo di trasformazione digitale dei business del Gruppo;

- identificare i digital champion trasversali alle diverse business unit e categorie professionali, abilitandoli al ruolo di digital evangelist dell'organizzazione e protagonisti di nuovi cantieri di innovazione.

Il test consentiva di indagare il mindset e le abilità digitali di ciascuna persona in termini di cultura digitale di base, capacità di utilizzare strumenti digitali per la pianificazione e gestione del lavoro.

Il piano formativo 2021, che è consistito di un totale di oltre 140.000 ore di formazione specialistica e manageriale, è stato concentrato sulla realizzazione di specifici progetti formativi, che possono essere ricondotti a quattro pillar principali:

**1. New way of working.** Il Gruppo Mondadori, al fine di capitalizzare l'esperienza dell'ultimo anno, ha deciso di adottare un modello ibrido che prevede la combinazione di lavoro in presenza e da remoto. Per fare ciò sono stati promossi due percorsi formativi, "Remote people management" e "Remote Agile working", di 40 ore ciascuno, che hanno visto coinvolti circa 150 manager e oltre 300 dipendenti del Gruppo. I principi di questa nuova cultura del lavoro sono caratterizzati da:

- a. un nuovo stile manageriale fondato su una maggiore responsabilizzazione sui risultati;
- b. maggiore flessibilità e autonomia nelle scelte degli spazi, degli orari e degli strumenti da utilizzare e capacità di assumersi responsabilità e rischi, orientamento al risultato e all'apprendimento a tutti i livelli dell'organizzazione;
- c. un maggiore e più diffuso ricorso al lavoro agile, con un focus sugli strumenti digitali e sulle soft skill che possano sostenere una più efficace gestione dello stesso;
- d. un cambiamento culturale orientato alla diffusione di comportamenti individuali e di gruppo orientati all'inclusione, integrazione culturale, alla parità di genere e più in generale alla valorizzazione e alla diversità.

I corsi avevano l'obiettivo di sviluppare e affinare l'attuale sistema di competenze di tutte le

persone alla luce delle nuove modalità di lavoro e abilitarle a lavorare secondo i nuovi principi del new way of working.

**2. Alfabetizzazione digitale.** L'azienda ha promosso l'acquisizione e/o il miglioramento delle competenze digitali dei lavoratori, al fine di abilitare le persone all'utilizzo delle tecnologie digitali, che favoriscono l'integrazione, la collaborazione e lo scambio di informazioni e/o documenti in modo facile e sicuro e consentono una maggior produttività nella modalità di lavoro ibrido.

A tal proposito sono stati erogati sette corsi di formazione con l'obiettivo di potenziare le competenze digitali a tutti i livelli dell'organizzazione. I percorsi miravano ad aumentare la cosiddetta Digital Literacy, ovvero la capacità di utilizzo dei nuovi tool informatici in modo da facilitare la partecipazione attiva di tutti i lavoratori a un'organizzazione sempre più digitalizzata e caratterizzata dallo smart working. Nello specifico i corsi hanno riguardato: Excel (base e avanzato), Power Point (base e avanzato), Gsuite (base e avanzato) e Sistema Operativo Windows.

**3. Business Innovation & Digital Upskilling.** Il Gruppo ha promosso la diffusione di una cultura tecnologica, sviluppando un mindset digitale e ampliando le competenze tecniche, in particolare sui ruoli/figure professionali maggiormente impattate dalla trasformazione del business a causa dei nuovi scenari competitivi, accelerati da nuove tecnologie. I percorsi offerti presentavano un taglio specialistico, essendo rivolti a una popolazione che già possedeva le cosiddette competenze digitali di base, e miravano a far comprendere le opportunità, i nuovi modelli di business e le best practice della digitalizzazione, trasferendo innovazione ed efficienza nei processi aziendali. I tre percorsi realizzati sono stati: ABC digital, Digital Upskilling e Social Media communication.

**4. Professional Skilling & ReSkilling.** Si tratta di percorsi trasversali di aggiornamento e riqualificazione professionale, con l'obiettivo

di favorire la trasformazione delle competenze verso i ruoli del futuro secondo le tendenze tecnologiche dei diversi business del Gruppo e dei mercati di riferimento. In particolare, i temi affrontati sono stati i seguenti: InDesign, Wordpress, Economics per gli Acquisti, Gestione acquisti avanzato, IT Behavioural Skills, Project & Service Management, Store Management, Multicanalità & Digital Retail e tecniche di vendita.

Si evidenzia, inoltre, il programma di oltre 50.000 ore erogate come affiancamento on site ai librai degli store del Gruppo e la formazione rivolta al franchising in cui sono stati trattati temi specifici relativi all'evoluzione del mercato editoriale negli ultimi 18 mesi, al ruolo del libraio in coerenza con i nuovi scenari e le linee guida per costruire un assortimento ideale valorizzando il lettore e il territorio.

Alla formazione manageriale e specialistica si aggiunge poi quella linguistica (oltre 3.000 ore) erogate sia in modo tradizionale one-to-one sia in modalità blended, ovvero tramite l'utilizzo di piattaforme digitali. A completamento dell'offerta si aggiunge la formazione sulla sicurezza sul luogo di lavoro, erogata sia in aula sia in e-learning.

Si segnala inoltre che il Gruppo ha deciso di fornire ai propri dipendenti uno strumento di formazione sul Modello di Organizzazione, di Gestione e di Controllo, al fine di consentire a tutti di conoscere più a fondo questo importante documento relativo alla prevenzione di diverse tipologie di rischio. Il corso è stato reso fruibile su HR Portal ed è stato svolto tra la fine del 2021 e l'inizio del 2022.

In tabella, di seguito, sono riportati il numero di ore di formazione erogate e il numero di partecipanti nel triennio 2019-2021 in Italia. Nel 2021, il montante delle ore di formazione è

aumentato considerevolmente rispetto agli anni precedenti grazie all'accesso al Fondo Nuove Competenze (FNC), cofinanziato dal Fondo Sociale Europeo.

#### Ore di formazione erogate in Italia e partecipanti (totale, n.)

<b>ORE DI FORMAZIONE (n.)</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>	<b>PARTECIPANTI (n.)</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
<b>Totale</b>	<b>144.930</b>	<b>11.185</b>	<b>17.959</b>	<b>Totale</b>	<b>2.025</b>	<b>2.006</b>	<b>1.963</b>
<b>di cui formazione ad hoc</b>	<b>140.127</b>	<b>10.091</b>	<b>7.595</b>	<b>di cui formazione ad hoc</b>	<b>1.634</b>	<b>1.617</b>	<b>423</b>
Dirigenti	3.651	643	1.556	Dirigenti	73	98	49
Quadri	16.087	2.639	1.687	Quadri	225	260	97
Impiegati	105.381	6.574	4.308	Impiegati	1.180	1.172	273
Giornalisti	14.926	213	44	Giornalisti	154	83	4
Operai	82	22	-	Operai	2	4	-
% ore erogate a donne	64%	68%	57%	% donne	65%	65%	65%
% ore erogate a uomini	36%	32%	43%	% uomini	35%	35%	35%
<b>di cui formazione linguistica</b>	<b>3.150</b>	<b>331</b>	<b>1.263</b>	<b>di cui formazione linguistica</b>	<b>79</b>	<b>24</b>	<b>46</b>
Dirigenti	1.813,5	147	219	Dirigenti	47	11	8
Quadri	1.037,2	92	382	Quadri	23	7	10
Impiegati	220,5	68	180	Impiegati	7	5	6
Giornalisti	78,6	25	482	Giornalisti	2	1	22
% ore erogate a donne	53%	72%	80%	% donne	43%	58%	76%
% ore erogate a uomini	47%	28%	20%	% uomini	57%	42%	24%
<b>di cui formazione sulla sicurezza</b>	<b>1.654</b>	<b>763</b>	<b>9.101</b>	<b>di cui formazione sulla sicurezza</b>	<b>312</b>	<b>367</b>	<b>1.494</b>
Dirigenti	54	2	226	Dirigenti	13	2	38
Quadri	153	48	1.090	Quadri	29	37	180
Impiegati	1.395	676	6.859	Impiegati	262	311	1.123
Giornalisti	28	28	870	Giornalisti	4	14	144
Operai	24	9	56	Operai	4	2	9
% ore erogate a donne	44%	52%	62%	% donne	50%	56%	62%
% ore erogate a uomini	56%	48%	38%	% uomini	50%	44%	38%
<b>Totale ore di formazione erogate</b>	<b>144.930</b>	<b>11.185</b>	<b>17.959</b>	<b>Totale partecipanti</b>	<b>2.025</b>	<b>2.006</b>	<b>1.963</b>
Dirigenti	5.519	736	2.001	Dirigenti	133	111	95
Quadri	17.277	2.778	3.159	Quadri	277	304	288
Impiegati	106.996	7.318	11.347	Impiegati	1.449	1.488	1.402
Giornalisti	15.032	266	1.396	Giornalisti	160	97	170
Operai	106	31	56	Operai	6	6	9
% ore erogate a donne	63%	67%	61%	% donne	62%	63%	63%
% ore erogate a uomini	37%	33%	39%	% uomini	38%	37%	37%

Nel corso del 2021, in particolare, la formazione media pro capite in Italia si è attestata a circa 82,21 ore.

#### Ore medie di formazione erogate in Italia (pro capite, n.)

Dettaglio	2021	2020	2019
<b>Totale</b>	<b>82,21</b>	<b>6,22</b>	<b>9,14</b>
Donne	81,31	6,56	8,98
Uomini	83,80	5,64	9,41
Dirigenti	57,48	7,75	20,42
Quadri	70,81	11,29	12,06
Impiegati	85,26	5,70	7,98
Giornalisti	93,37	1,62	8,21
Operai	15,13	3,1	4,67

Si segnala che a tutti i dipendenti di Rizzoli International Publications è stato erogato un corso relativo alle molestie sul luogo di lavoro, per un totale di 49,5 ore erogate, pari a 1,05 ore pro capite (un'ora circa in media sia per le donne sia per gli uomini). Nello specifico, il corso è durato un'ora e mezza per gli executive e un'ora per gli impiegati.

Per quanto riguarda le attività di valutazione e sviluppo del personale nel 2021 sono state effettuati:

- **Percorsi individuali di executive coaching**, della durata di 6-8 mesi, per supportare al meglio i manager del Gruppo nella propria crescita professionale. In particolare, l'obiettivo è stato lo sviluppo delle skill manageriali ritenute indispensabili negli attuali contesti organizzativi:

- visione strategica
- miglioramento della leadership
- autorevolezza e assertività verso i propri collaboratori
- copertura del proprio ruolo e capacità di assumersi le proprie responsabilità
- propositività e capacità di negoziazione
- miglioramento della qualità della comunicazione e delle relazioni interpersonali
- gestione del cambiamento e innovazione
- gestione del tempo e delle priorità
- motivazione dei collaboratori
- capacità nel dare feedback costruttivi

Gli obiettivi specifici di sviluppo oggetto del programma di coaching sono definiti con il responsabile, in coerenza con la mission del

ruolo ricoperto e alle aspettative di crescita del manager. La nuova modalità di sviluppo manageriale introdotta nel 2021 nasce dagli esiti di assessment precedentemente svolti.

- **Nudge Global Impact Challenge:** attraverso un processo di selezione interna sono stati individuati due giovani talenti del Gruppo, under 33, per partecipare a questa iniziativa organizzata dalla società olandese Nudge. L'iniziativa ha visto la partecipazione di 35 differenti nazioni e ha previsto un percorso di otto mesi di coaching, workshop e seminari con speaker e formatori di alto profilo provenienti da tutto il mondo e da settori diversi, così da permettere ai partecipanti di ampliare i propri orizzonti e arricchirsi anche attraverso il dibattito e il confronto con realtà molto differenti.

L'obiettivo è lo sviluppo della leadership di giovani talenti, affinché possano avere un impatto sul cambiamento nei modelli di business verso una loro maggiore sostenibilità. Il Nudge Global Impact Challenge prevede lo sviluppo di un impact plan da realizzare nella propria azienda che abbia un impatto in termini di cambiamento culturale e/o organizzativo. Lo sviluppo dei progetti per partecipare alla challenge è in corso e verranno presentati entro aprile 2022. I progetti finalisti verranno realizzati in collaborazione con partner e realtà esterne al Gruppo (Fondazioni, Onlus, altro).

- Parallelamente, è continuata la sensibilizzazione sulla campagna di **mappatura del know-how**



(esperienze professionali che ciascun dipendente ha maturato in Mondadori o in altri contesti e background formativi). L'obiettivo è avere uno strumento permanente di ricerca, gestione e sviluppo dei talenti nel Gruppo, che aiuti a gestire i processi di mobilità interna, disegnare percorsi di sviluppo, monitorare eventuali gap, supportare i line manager a valorizzare i propri collaboratori e accompagnare le persone del Gruppo Mondadori nel proprio percorso di crescita professionale. Ogni persona ha la possibilità di aggiornare i propri dati nel nuovo modulo Talent Management di HR Portal – sezione “Carriere e Prestazioni”. Nel corso del 2021 i dati raccolti sono stati utilizzati per svolgere analisi e mappature della popolazione per finalità di mobilità interna, riorganizzazione o progettazione formativa.

- Infine, è stato ultimato il cosiddetto **Job System** aziendale, ossia la mappatura di “Famiglie Professionali”, “Sotto-famiglie” e “Ruoli” presenti nel Gruppo Mondadori e del “Job Profile” (intesi come l'insieme delle responsabilità e delle conseguenti competenze tecniche e soft necessarie per “agire”) che è stato aggiornato alla luce dei cambiamenti organizzativi intersocietari. In particolare, per ciascun ruolo, sono state individuate le posizioni organizzative associate indicando, per ciascuna, la relativa job evaluation.

La realizzazione del Job System consentirà una gestione più efficace delle persone in tutte le fasi dell'employee life cycle (razionalizzazione delle job requisitions per la profilazione delle posizioni da ricercare; definizione di percorsi di sviluppo mirati e basati sull'upgrade delle competenze; allineamento dei ruoli - job evaluation per consentire politiche retributive coerenti ed eque; definizione di percorsi formativi ad hoc per colmare i gap di competenza richiesti per ricoprire il ruolo). Il Job System verrà comunicato all'intera popolazione aziendale nel corso del 2022 e diventerà parte integrante dei processi di recruiting e talent management.

### 3.1.4 Welfare e benefit

L'accordo aziendale per i dipendenti del CCNL grafici editoriali, siglato nel 2018, ha introdotto concreti strumenti di conciliazione vita-lavoro, come lo smart

working, passato dalla fase di sperimentazione del 2019, a modalità prevalentemente utilizzata anche nel 2021 a causa del diffondersi della pandemia, e misure a sostegno della famiglia, con l'obiettivo di fornire condizioni più favorevoli per coniugare l'attività lavorativa con le esigenze familiari. Particolare attenzione è stata dedicata alla tutela della maternità, con la riduzione dell'orario di lavoro nei sei mesi successivi al rientro e l'anticipazione dello stipendio pieno per i periodi a retribuzione ridotta. Per i neo-papà il permesso retribuito è stato invece portato a 10 giorni. Anche per i casi di gravi malattie è prevista la sospensione del periodo di “comporto” in relazione alla conservazione del posto.

L'accordo prevede anche l'istituzione per il triennio 2019-2021 di un premio di risultato annuale di natura variabile e unico per tutte le società del Gruppo e la fruibilità di parte di questo valore, attraverso un sistema di welfare aziendale che mette a disposizione dei dipendenti una serie di servizi e iniziative volte ad agevolare il benessere del lavoratore e della sua famiglia. Nel corso del 2021, è stato inoltre introdotto un nuovo prodotto all'interno del sistema di welfare aziendale che prevede la possibilità per i dipendenti di ottenere il rimborso della quota di interessi su mutui e finanziamenti.

Per soddisfare le necessità del personale in smart working sono state portate avanti diverse iniziative poste in essere già nel 2020: la possibilità di attivare gratuitamente abbonamenti annuali ai magazine del Gruppo, l'acquisto online di libri con gli stessi sconti applicati nella libreria aziendale, servizi digitali di assistenza fiscale nella compilazione della dichiarazione dei redditi.

Nel 2021 è stato inoltre messo a disposizione di tutti i dipendenti uno sportello di consulenza psicologica online, accessibile gratuitamente tramite HR Portal: il servizio aveva l'obiettivo di fornire, grazie a colloqui personali con un esperto, supporto e indicazioni utili su come affrontare e gestire gli stati d'animo in un periodo di particolare discontinuità dovuta alla pandemia.

Il Gruppo ha inoltre predisposto e presentato il primo Piano degli Spostamenti Casa-Lavoro, regolato dalla Legge 77 del 17/07/2020, che ha lo scopo di ridurre l'impatto ambientale che deriva dal traffico veicolare nelle aree urbane e

metropolitane. Al fine di comprendere quali sono le modalità di spostamento più diffuse all'interno dell'azienda e quali le necessità per il prossimo futuro è stata somministrata a tutti i dipendenti della sede di Segrate una survey, così da studiare misure più adeguate alle esigenze di tutti, con uno sguardo più attento all'ambiente.

### 3.1.5 La comunicazione interna

Nell'ambito delle attività svolte dalla Direzione Comunicazione e media relations, rientra anche la comunicazione rivolta a dipendenti e collaboratori, sviluppata su gran parte dei canali dell'ecosistema comunicativo del Gruppo Mondadori. Oltre che per ragioni strettamente operative, il coinvolgimento del personale aiuta ad avere una visione d'insieme dell'azienda e dei suoi sviluppi, nonché a rinsaldare il senso di appartenenza. Nel corso del 2021 si è confermata inoltre la necessità di informare in tempo reale la popolazione aziendale sui provvedimenti e le misure adottate per il contenimento della pandemia.

La nuova versione della intranet aziendale Mondadori Network, la piattaforma di comunicazione di servizio per dipendenti e collaboratori, ha assolto a questa funzione grazie alla struttura che ne consente l'accessibilità da qualsiasi device e in qualunque momento. Mondadori dialoga naturalmente con i tool della GSuite, già in uso nel Gruppo Mondadori, e integra piattaforme e canali, raccogliendo i link e le modalità di accesso ai sistemi utili per la vita lavorativa e ai canali di comunicazione corporate. La nuova piattaforma risponde anche al bisogno di rimanere aggiornati in modo costante e tempestivo, una necessità emersa con maggior forza a partire dall'introduzione del lavoro da remoto.

Intranet e messaggi di posta elettronica verso tutti i dipendenti in Italia e all'estero sono gli strumenti utilizzati dall'Amministratore Delegato per condividere con tutti i dipendenti e collaboratori i risultati economico-finanziari raggiunti dal Gruppo. In un'ottica più ampia di comunicazione, che prescinde dalla distinzione tra comunicazione esterna e comunicazione interna, l'utilizzo degli account social di Gruppo nel 2021 ha rafforzato il racconto dell'azienda con post dedicati alle

nuove nomine e variazioni organizzative, oltre che con altri contenuti relativi alle iniziative pensate specificatamente per dipendenti e collaboratori, come i progetti della nuova funzione Diversity & Inclusion oppure le attività di welfare aziendale.

## 3.2 DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE

Il settore dell'editoria in Italia è storicamente caratterizzato da una forte presenza femminile in termini generali di forza lavoro. A questo dato, tuttavia, non sempre si affianca una reale equiparazione di genere nelle posizioni di vertice e nella remunerazione. Per incidere positivamente sulla situazione, nel maggio 2021 Mondadori ha nominato una Chief Diversity Officer, con l'obiettivo di valorizzare la diversità all'interno dell'azienda e favorire significativamente i processi di inclusione. La diversità viene concepita nella sua accezione più ampia, con focus prioritario per l'anno in corso sugli aspetti legati al genere e alla compresenza di più generazioni in azienda. La funzione ha lavorato in modo sinergico con tutte le altre Direzioni aziendali, proponendosi di portare a sistema anche le tante iniziative di business che già l'azienda sviluppa con grande attenzione verso queste tematiche.

Gli obiettivi principali della nuova funzione si articolano su cinque cluster principali qui di seguito elencati:

- 1) Creazione di un sistema di indicatori legati alla diversità e inclusione, che monitorino tempestivamente i gap da colmare e i loro trend di sviluppo. La possibilità di partire da dati numerici permetterà di definire le priorità e verificare l'efficacia delle azioni intraprese in modo oggettivo e costituirà la base per implementare un sistema di incentivazione del management che si arricchisca anche di obiettivi cosiddetti ESG. Il sistema di monitoraggio sarà efficace dal 2022.
- 2) Promozione del "cambiamento culturale" attraverso incontri destinati all'intera popolazione aziendale e training specifico per alcune fasce di popolazione, che aumentino la consapevolezza dei dipendenti sui temi in oggetto, in quanto elementi critici per il successo del proprio business e della propria crescita personale. Nel 2021 le principali iniziative sono state:

- webinar destinato al management aziendale dal titolo “Organizzazioni inclusive: quali impatti per il business e la sostenibilità del Gruppo Mondadori”. L’incontro si è focalizzato sul rapporto tra inclusione e risultati di business e si è articolato in tre momenti principali: un osservatorio dei principali trend, un momento di confronto con un panel di esperti da altre realtà aziendali e un dibattito tra Amministratore Delegato, la CDO e il Direttore delle Risorse Umane di Gruppo sul significato e gli obiettivi della D&I in azienda;
  - workshop dedicato alla direzione Risorse Umane sulle principali leve di intervento e aree di criticità per lo sviluppo della D&I in Mondadori.
- 3) Ridefinizione delle principali policy aziendali, in modo da garantire a tutta la popolazione eque e concrete possibilità di crescita professionale e di accesso alle opportunità, non solo economiche,

offerte dall’azienda. È in corso la ridefinizione delle policy di selezione, promozione e del sistema di incentivazione.

- 4) Progettazione e/o partecipazione a iniziative specifiche, sia interne sia esterne, volte a incidere concretamente sui temi della parità di genere.

Nel 2021 Rizzoli Education ha definito un manifesto (cfr. paragrafo “Istruzione e mondo delle scuole”), una dichiarazione di valori e di intenti presentati in occasione di un evento dedicato agli insegnanti, fruibile anche in diretta streaming, a cui hanno partecipato e contribuito la CDO del Gruppo e voci dal mondo del giornalismo, della ricerca, dell’editoria, delle aziende, dell’arte e dello sport.

- 5) Monitoraggio del quadro legislativo nazionale al fine di attuare tempestivamente tutte le azioni di compliance, con particolare riferimento all’ottenimento della certificazione di parità attualmente in studio al Governo.

#### Rapporto dello stipendio base delle donne rispetto agli uomini per categoria<sup>4</sup>

40

Inquadramento professionale	2021	2020
Dirigenti	63%	65%
Quadri	92%	92%
Impiegati	98%	98%
Giornalisti	82%	81%
Operai	90%	81%

#### Rapporto della remunerazione delle donne rispetto agli uomini per categoria<sup>5</sup>

Inquadramento professionale	2021	2020
Dirigenti	61%	61%
Quadri	89%	88%
Impiegati	97%	95%
Giornalisti	78%	76%
Operai	89%	81%

<sup>4</sup> Il calcolo del rapporto dello stipendio base è basato sul salario medio lordo annuale. Si segnala, inoltre, che per il calcolo del rapporto, lo stipendio base dei dipendenti afferenti alla tipologia professionale “part time” è stato riproporzionato in modo tale da renderlo comparabile a quello dei dipendenti con contratto “full time”

<sup>5</sup> Si segnala che la remunerazione considera, oltre al salario medio lordo annuale, anche eventuali bonus MBO corrisposti per specifici inquadramenti dei dipendenti al 31 dicembre. Si segnala, inoltre, che per il calcolo del rapporto, i dipendenti afferenti alla tipologia professionale “part time” sono stati riportati a “full time”

Posizioni di vertice nei magazine	2021	
	Donne	Uomini
Direttori	25%	75%
Vicedirettori	57%	43%

### Dipendenti con disabilità (%)

Inquadramento professionale	al 31 dicembre 2021			al 31 dicembre 2020			al 31 dicembre 2019		
	% sul tot. dipendenti con disabilità	di cui % donne	di cui % uomini	% sul tot. dipendenti con disabilità	di cui % donne	di cui % uomini	% sul tot. dipendenti con disabilità	di cui % donne	di cui % uomini
Quadri	5%	75%	25%	5%	75%	25%	6%	60%	40%
Impiegati	85%	47%	53%	84%	47%	53%	84%	50%	50%
Giornalisti	1%	100%	-	4%	100%	-	3%	100%	-
Operai	8%	33%	67%	8%	33%	67%	7%	33%	67%
	% sul tot. dipendenti	di cui % donne	di cui % uomini	% sul tot. dipendenti	di cui % donne	di cui % uomini	% sul tot. dipendenti	di cui % donne	di cui % uomini
	4%	48%	52%	4%	49%	51%	4%	51%	49%

Il **congedo parentale**, un diritto che riguarda la totalità del personale indipendentemente dalla tipologia contrattuale, è stato utilizzato da quasi

il 3% dei dipendenti (in maggioranza donne, 74,5%). I dati riportati in tabella fanno riferimento ai dipendenti delle sedi in Italia e negli Stati Uniti.

41

### Congedo parentale

Dettaglio	2021			2020			2019		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dipendenti che hanno diritto al congedo parentale <sup>6</sup> (n.)	1.152	658	1.810	1.163	682	1.845	1.244	774	2.018
Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale (n.)	27	2	29	38	13	51	98	18	116
Dipendenti tornati al lavoro dopo il congedo parentale (n.)	27	2	29	38	13	51	95	18	113
% di ritorno al lavoro dopo il congedo parentale	100%	100%	100%	100%	100%	100%	97%	100%	97%

<sup>6</sup>Per uniformità con le altre tabelle relative agli organici, questi sono riportati al 31 dicembre. Va rilevato che, per quanto riguarda il godimento del congedo parentale, la totalità dei dipendenti è da intendersi comprensiva di coloro che non risultano negli headcount a fine anno per cessazione/dimissioni

### **3.3 SALUTE E SICUREZZA SUL LUOGO DI LAVORO**

Garantire la sicurezza dei luoghi di lavoro e salvaguardare la salute dei dipendenti del Gruppo Mondadori è stata, da sempre, una delle principali finalità del servizio di prevenzione e protezione.

Nel 2021 le attività finalizzate a contrastare la pandemia da Covid-19 hanno continuato ad assumere carattere assolutamente prioritario per il Coordinamento Sicurezza di Gruppo, organismo istituito dalla Capogruppo nel 2016 per coordinare la programmazione e la verifica degli ordinari adempimenti di legge decretati dal D.Lgs. 81/08 - Testo Unico sulla Sicurezza del Lavoro.

Le molteplici disposizioni, che il Gruppo Mondadori ha messo in campo per contrastare la diffusione del virus, sono state attuate tempestivamente attraverso il lavoro ininterrotto del Comitato di Crisi Covid-19 che si è costituito fin dai primi giorni dell'emergenza e che ha visto la partecipazione costante dei Datori di Lavoro, del Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione e delle funzioni responsabili delle aree HR, Acquisti, Legale e Comunicazione di Gruppo, nonché delle aree di business. Oltre al monitoraggio dell'evolversi dell'emergenza, si sono valutate, definite e contestualmente autorizzate le disposizioni da rendere operative nell'immediato per garantire la sicurezza e la salute di tutti i lavoratori, in collaborazione con il Coordinatore dei Medici Competenti che ha assunto un ruolo fondamentale nel dettare le linee guida da seguire.

In osservanza delle disposizioni normative emesse dalle competenti autorità pubbliche, e in particolare della misura contenuta nel DPCM 11 marzo 2020, nonché di quanto disposto, in data 14 marzo 2020, dal "Protocollo condiviso di regolazione delle misure per il contrasto e il contenimento della diffusione del virus Covid-19 negli ambienti di lavoro", il Gruppo Mondadori ha aggiornato e validato il proprio Protocollo Aziendale Anti-contagio del quale si riportano a seguire le misure adottate.

#### **3.3.1 Informazione**

Tutte le comunicazioni, le notizie e le informazioni correlate all'emergenza Covid-19 sono state divulgate a tutti i dipendenti e collaboratori del Gruppo Mondadori, sia capillarmente tramite email, sia istituendo una sezione della intranet dedicata. All'interno della sezione, oltre ai continui aggiornamenti, è stato pubblicato ed è sempre consultabile l'ultima versione del Protocollo Aziendale Anti-contagio Mondadori.

#### **3.3.2 Modalità di ingresso in azienda**

Attraverso l'inoltro di comunicazioni specifiche e con l'affissione delle "nostre regole di comportamento", in corrispondenza degli ingressi delle sedi, è stato informato il personale e tutti coloro che hanno avuto la necessità di entrare in azienda della preclusione dell'accesso per chi, negli ultimi 14 giorni, avesse avuto contatti con soggetti risultati positivi al Covid-19 o provenisse da zone a rischio secondo le indicazioni dell'OMS. In accordo con il Medico Competente, e nel rispetto della normativa sulla privacy, è stato predisposto un sistema di controllo della temperatura corporea all'ingresso delle sedi attraverso l'installazione di termo-scanner dedicati.

A partire dal 15 ottobre 2021, come disposto dal Decreto Legge 127, l'ingresso in azienda è stato riservato ai soli lavoratori in possesso di green pass e autorizzati formalmente dai propri responsabili, nel rispetto del distanziamento tra le postazioni di lavoro definito nelle planimetrie concordate con il Medico Competente.

L'ingresso in azienda agli ospiti esterni è stato consentito solo quando strettamente necessario. Tutto il personale a cui il Medico Competente ha riconosciuto particolari situazioni di fragilità è stato dispensato dal lavoro in presenza fino al termine dello stato di emergenza disposto dal Governo.

#### **3.3.3 Modalità di accesso dei fornitori esterni**

Tutti i fornitori esterni, prima di accedere alle sedi, hanno sottoscritto e seguito le procedure di ingresso e stazionamento, al fine di ridurre le occasioni di contatto con il personale in forza.

Analogamente, sono state fatte sottoscrivere a corrieri e trasportatori le direttive finalizzate a garantire il mantenimento della distanza di almeno un metro dal personale interno alla sede per le necessarie attività di carico e scarico.

### **3.3.4 Pulizia e sanificazione in azienda**

L'azienda ha incrementato la pulizia giornaliera e ha programmato la sanificazione periodica degli ambienti, delle aree comuni, delle strumentazioni e delle postazioni di lavoro, con maggiore frequenza per quelle effettivamente utilizzate mediante un sistema di segnalazione giornaliero delle medesime a opera del lavoratore occupante. In caso di presenza/segnalazione di persona con Covid-19 all'interno dei locali aziendali è stata definita una procedura di pulizia e sanificazione, secondo le disposizioni della Circolare n. 5443 del 22 febbraio 2020 del Ministero della Salute. Nelle sedi del Gruppo Mondadori, ove è stato tecnicamente possibile, è stata esclusa la modalità di ricircolo dell'aria; in via preventiva si è inoltre provveduto alla sanificazione di tutte le Unità di Trattamento Aria, dei rispettivi canali di aerazione e degli ambienti di lavoro.

### **3.3.5 Precauzioni igieniche personali**

Sono state divulgate le informazioni relative a tutte le precauzioni igieniche da mettere in atto definite dal Ministero della Salute; l'azienda ha fornito a tutto il personale idonei mezzi detergenti e disinfettanti per le mani.

### **3.3.6 Dispositivi di protezione individuale**

Tutto il personale è stato dotato quotidianamente inizialmente di mascherina chirurgica e successivamente di FFP2 all'ingresso delle sedi, con l'obbligo di mantenimento del dispositivo in tutte le aree comuni, corridoi, ascensori, scale e ogni qualvolta non fosse possibile mantenere la distanza interpersonale di almeno un metro. Nelle diverse sedi sono stati posizionati oltre 700 pannelli in plexiglass, in corrispondenza delle postazioni di lavoro contrapposte, per aumentare ulteriormente il livello di contenimento della diffusione del virus.

### **3.3.7 Gestione spazi comuni**

L'accesso alla mensa aziendale di Segrate, in relazione all'andamento dei contagi è stato sospeso o contingentato, limitando l'utilizzo dei tavoli alle sole postazioni che sono state individuate e segnalate per garantire la distanza interpersonale di almeno un metro e nel rispetto della prenotazione preventiva del proprio turno attraverso apposita applicazione digitale. È stata mantenuta altresì la possibilità di prelevare packed lunch da consumare presso la propria postazione o in altro luogo isolato.

È stata garantita la sanificazione dei tavoli dei locali mensa dopo ogni utilizzo oltre alla pulizia giornaliera con appositi detergenti, delle tastiere dei distributori di bevande e snack, delle fotocopiatrici e degli ascensori.

### **3.3.8 Organizzazione aziendale**

Sono state favorite le intese con le rappresentanze sindacali aziendali favorendo e agevolando il ricorso alla modalità di lavoro agile dopo aver messo il personale nelle condizioni di svolgere la propria attività in smart working attraverso le dotazioni necessarie.

È stato attivato uno sportello gratuito di counseling psicologico online per aiutare il personale che si è trovato in condizione di stress o disagio correlato alla particolare situazione vissuta.

### **3.3.9 Gestione entrata e uscita dei dipendenti**

Sono stati individuati e segnalati percorsi differenziati di ingresso/uscita per limitare i contatti; in tutti gli ingressi e nelle aree di passaggio, oltre alla segnaletica finalizzata a mantenere i comportamenti necessari al contenimento del virus, sono stati posizionati igienizzanti per le mani.

### **3.3.10 Spostamenti interni, riunioni, eventi interni e formazione**

Le riunioni in presenza sono state sostituite da meeting da remoto e quando necessarie, sono state limitate alle persone strettamente indispensabili nel rispetto del distanziamento interpersonale e

delle regole di utilizzo delle sale affisse all'ingresso dei locali; al termine delle riunioni è stata garantita un'adeguata pulizia dei locali utilizzati.

Le attività di formazione sulla sicurezza, se non fruibili in modalità e-learning, sono state effettuate in aula con presenze contingentate e secondo le modalità approvate dal Governo, finalizzate al contenimento del virus.

La programmazione di tutti gli eventi con presenza di pubblico è stata sospesa.

### **3.3.11 Gestione di una persona sintomatica in azienda**

Nel decalogo di comportamento aziendale del Gruppo Mondadori, sempre aggiornato in occasione di nuove disposizioni emanate dalle Autorità, è stato disposto che nel caso in cui una persona presente in azienda avesse sviluppato febbre e sintomi da infezione respiratoria, lo avrebbe dovuto dichiarare immediatamente al numero dedicato all'emergenza aziendale attivo 24 ore al giorno, e all'indirizzo di posta di riferimento, al fine di attuare la procedura di gestione di persona sintomatica, definita in collaborazione con il Medico Competente.

### **3.3.12 Sorveglianza sanitaria/Medico Competente/RLS**

Le visite di sorveglianza sanitaria, dopo una sospensione dettata dal contesto, sono state riprogrammate in conformità con le cautele opportune e secondo le disposizioni previste dai protocolli.

In continuità con le misure adottate per il contrasto della diffusione del virus Covid-19, anche nel 2021 il Gruppo Mondadori ha avviato un percorso di screening diagnostico, offrendo ai dipendenti la possibilità di effettuare e ripetere gratuitamente oltre 13.000 test antigenici e molecolari.

Per il personale della sede di Segrate è stato messo a disposizione all'interno di HR Portal un tool di prenotazione del test antigenico per consentire di organizzare al meglio l'effettuazione dell'esame nei giorni di lavoro in presenza.

La nuova campagna antinfluenzale e anti polmonite promossa dall'azienda, in coordinamento con i Medici Competenti di tutte le sedi istituzionali, ha visto l'adesione di oltre 1.300 tra dipendenti e collaboratori.

### **3.3.13 Comitato per l'applicazione e la verifica della regolamentazione**

Come definito dalle disposizioni emanate dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri, è stato costituito il Comitato per l'applicazione e la verifica delle regole dei protocolli di regolamentazione: la base del Comitato ha visto la partecipazione dei membri appartenenti al Comitato già costituito in azienda, con il coinvolgimento delle rappresentanze sindacali e i Rappresentanti per la Sicurezza dei Lavoratori; per ogni sede è stato inoltre individuato un referente per la sicurezza con il compito di controllare e verbalizzare il rispetto delle norme comportamentali definite nelle nostre regole di comportamento.

L'attuazione e il controllo delle misure contenute nel Protocollo Aziendale Anti-contagio sono stati garantiti nel tempo dalla presenza dei Responsabili e gli Addetti al Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP, ASPP) e Preposti per la sicurezza designati formalmente per ciascuna delle sedi di lavoro.

Analogamente a quanto fatto per gli uffici, è stato concordato il Protocollo per gli store Mondadori Retail a gestione diretta. Parallelamente a tale documento, previsto dalla normativa, è stata definita e divulgata una Disposizione Operativa specifica con la quale, richiamando le responsabilità dei Preposti correlate al D.Lgs. 81/08, sono stati coinvolti tutti gli addetti e i responsabili degli Store Mondadori per garantire e monitorare l'applicazione dei Decreti Ministeriali, delle Ordinanze Regionali e delle disposizioni attuate dall'azienda nel corso dello stato di emergenza.

Lo stato di emergenza, che anche nel 2021 ha sovrattito le priorità del Coordinamento Sicurezza di Gruppo, non ha comunque fatto venir meno la programmazione degli adempimenti annuali previsti dal D.Lgs. 81/08:

- riunioni periodiche: sono state verbalizzate le riunioni periodiche sulla sicurezza, effettuate in modalità digitale, che hanno interessato i punti vendita Retail e le sedi istituzionali del Gruppo Mondadori, coinvolgendo i Datori di Lavoro (o delegati dai DL) delle rispettive consociate, i RSPP e ASPP e i 16 Rappresentanti per la Sicurezza dei Lavoratori (RLS);
- sopralluoghi degli ambienti di lavoro: nel corso del 2021 i Medici Competenti hanno effettuato e verbalizzato il sopralluogo degli ambienti di lavoro di 15 sedi aziendali;

- prove di evacuazione: oltre ai piani di emergenza testati nei punti vendita Retail, i referenti per la sicurezza delle sedi del Gruppo Mondadori hanno coordinato le prove di evacuazione annuali a cui ha partecipato il personale presente. Al termine delle prove, in funzione dei feedback ricevuti, sono state verbalizzate le attività necessarie al miglioramento delle procedure di emergenza.

L'aggiornamento della formazione sulla sicurezza delle figure appartenenti al servizio di prevenzione e protezione ha interessato 206 lavoratori tra addetti al primo soccorso e antincendio, RLS, Preposti, ASPP e RSPP per un totale di 1.183 ore che i docenti hanno erogato in aula, attenendosi scrupolosamente alle disposizioni necessarie a garantire il contenimento della diffusione del virus; per l'aggiornamento della rimanente formazione obbligatoria sulla sicurezza si è proseguito con l'attivazione dei corsi in e-learning che, in modalità agevole e sicura, hanno interessato 106 lavoratori per un totale di 471 ore.

Benché non costituisse un obbligo legislativo, anche nel 2021 sono stati erogati i corsi di aggiornamento BLSD (Basic Life Support and Defibrillation)

per la rianimazione cardiopolmonare di base e defibrillazione precoce che hanno interessato 25 dipendenti volontari delle sedi di Segrate e Torino, all'interno delle quali è disponibile un apparecchio DAE (Defibrillatore Semiautomatico Esterno).

I Medici Competenti, nel rispetto delle disposizioni anti-contagio, hanno garantito il servizio di medicina del lavoro visitando 350 lavoratori sottoposti a sorveglianza sanitaria, in relazione al rischio di utilizzo del videoterminale superiore alle 20 ore settimanali.

### 3.3.14 Infortuni sul lavoro

Per la natura delle attività svolte nelle sedi (uffici e librerie) il profilo di rischio per infortuni sul lavoro del Gruppo è basso. Di seguito la tabella relativa agli indici infortunistici che hanno riguardato i dipendenti delle società italiane nel biennio 2020-2021. Nel periodo non sono stati registrati casi di malattia professionale e decessi conseguenti a sinistri: i relativi tassi risultano pertanto pari a zero. Negli Stati Uniti nel 2021 non si sono verificati infortuni.

Indici infortunistici	2021	2020	2019
Ore lavorate <sup>7</sup> (n.)	1.172.171	1.417.658 <sup>8</sup>	3.145.524
Numero di infortuni sul lavoro (n.)	-	1	6
di cui con gravi conseguenze (n.) <sup>9</sup>	-	-	-
Tasso di infortunio sul lavoro <sup>10</sup>	-	0,14	0,38
Tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze <sup>11</sup>	-	-	-
Infortuni in itinere (n.)	2	6	15

<sup>7</sup> Le ore lavorate comprendono anche gli straordinari

<sup>8</sup> Il calo delle ore lavorate nel 2020 rispetto al 2019 è dovuto alla contrazione degli organici (-8,5%) e alle misure adottate in conseguenza dell'emergenza sanitaria: piano di smaltimento delle ferie pregresse, cassa integrazione e congedi Covid-19

<sup>9</sup> Per infortunio con gravi conseguenze si intende un infortunio sul lavoro che ha causato un danno da cui il lavoratore non può riprendersi, non si riprende o non è realistico che riprenda completamente entro 180 giorni

<sup>10</sup> Il tasso di infortunio sul lavoro è così calcolato: numero di infortuni sul lavoro / ore lavorate \* 200.000

<sup>11</sup> Il tasso di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze è così calcolato: n. di infortuni sul lavoro con gravi conseguenze / ore lavorate \* 200.000



### 3.4 ISTRUZIONE E MONDO DELLE SCUOLE

Il tema della didattica digitale ha rappresentato nel corso degli ultimi anni un elemento di “continuità nell'emergenza”, trattandosi di una situazione consolidata che caratterizza la quotidianità del periodo pandemico attuale.

Gli interventi realizzati in emergenza, nel 2020, sono stati razionalizzati e strutturati al fine di dare agli interlocutori e stakeholder (docenti, studenti, famiglie, etc) del Gruppo una risposta concreta e un modus operandi che, partendo da un clima di incertezza e disagio, è diventato parte integrante della quotidianità.

Alcuni elementi e iniziative, che durante il primo anno di pandemia sono state emergenziali, nel corso del 2021 sono diventati strutturali nell'offerta dell'editore.

L'offerta delle case editrici di scolastica Mondadori Education e Rizzoli Education è stata arricchita con nuovi prodotti, oltre che strumenti, soluzioni e servizi di assistenza: guide rinnovate per i docenti, strumenti per il supporto alla didattica integrata, contenuti e testi dedicati ai bisogni educativi speciali, materiali personalizzabili per il docente volti alle verifiche, programmazioni e lezioni di didattica digitale e inclusiva. Un'attenzione particolare è stata rivolta alla continuità della didattica, sia in presenza sia a distanza. È stata potenziata l'integrazione tra gli strumenti di didattica digitale e tradizionale, rispondendo alla necessità di un sapiente ed efficace mix tra libri di testo e contenuti digitali.

Sono stati progettati e messi a disposizione dei docenti materiali fruibili e adattabili a entrambe le modalità di didattica. Le case editrici di scolastica del Gruppo, con le loro produzioni 2021, hanno proposto materiali versatili e completi concentrandosi nel dare punti di riferimento concreti e strumenti di solida progettazione nell'incertezza del contesto.

Il 2021 è stato l'anno in cui molti temi, riconducibili al framework dell'Agenda 2030, hanno trovato l'esplicitazione e una declinazione quotidiana, non solo come elemento di contenuto e di approfondimento didattico all'interno dei libri di testo, ma anche con iniziative concrete da parte delle due case editrici. Pertanto, il tema della

sostenibilità, dell'inclusione, della parità di genere, dell'istruzione di qualità, dell'impoverimento culturale e dell'abbandono scolastico, della promozione della lettura e della responsabilità di contenuto, sono stati affrontati sotto diversi punti di vista e contesti.

Alcune tra le iniziative promosse dalla casa editrice Rizzoli Education sono state:

- inserimento, all'interno di tutta la produzione, di schede ricorrenti sui temi dell'Agenda 2030 e inerenti all'educazione civica;
- consolidamento dell'importante partnership con Erickson, editore leader nella diffusione di temi legati all'inclusività per la scuola primaria e secondaria di primo grado;
- “Obiettivo parità” per la scuola primaria: supervisione, da parte di pedagogisti di genere, di brani, illustrazioni e linguaggio utilizzato, per garantire una rappresentazione equilibrata tra i generi;
- lancio del “Manifesto per la parità di genere e pluralità” (vedi paragrafo “Diversità, equità e inclusione”): un progetto che promuove i temi della parità di genere, multi-cultura, nuovi modelli di famiglie e inclusione. Il progetto ha previsto una formazione interna dedicata alle redazioni e un ciclo di eventi gratuiti destinati ai docenti.

Tra le iniziative promosse dalla casa editrice Mondadori Education, si evidenziano invece:

- progetto “La Lettura al centro” (vedi paragrafo “Promozione della lettura e della crescita socioculturale”): un set completo di proposte e strumenti per conferire centralità alla lettura durante le attività di didattica in tutti gli ordini di scuola. Il progetto comprende anche l'iniziativa “Gli scrittori fanno scuola”, realizzata in collaborazione con Mondadori Ragazzi;
- progetto *#Leparolechesiamo, la scuola che vogliamo* (vedi paragrafo “Promozione della lettura e della crescita socioculturale”), attuato nel 2021, che ha portato le scuole di tutto il territorio nazionale a considerare e lavorare sui temi di innovazione, sostenibilità e inclusione, con particolare attenzione alla parità di genere.

Le due case editrici del Gruppo Mondadori hanno arricchito notevolmente anche l'offerta di HUB Scuola, la piattaforma dedicata alla didattica

digitale, completando l'offerta con nuovi strumenti e contenuti per la didattica digitale integrata e allo stesso tempo hanno investito su servizi di assistenza all'utente.

In particolare, è stata completata l'offerta di lesson plan e lezioni digitali, attraverso l'inserimento di numerosi percorsi didattici che integrano risorse digitali e materiali dei libri di testo pubblicati. Altrettanto ampia, in termini di copertura didattica, è la proposta di HUB Test che permette verifiche su pressoché tutti gli ambiti tematici presidiati, grazie alla presenza di 60 discipline e oltre 55.000 quesiti disponibili, per docenti e studenti. Per facilitare l'accesso ai contenuti, si è lavorato su strumenti e piattaforme di uso quotidiano quali smartphone, QR-code, Moduli Google, Google Drive e YouTube.

Inoltre, è stata sviluppata e riorganizzata la knowledge base di HUB Scuola per coprire un sempre maggior numero di aspetti a supporto degli utenti ed è stata adottata una soluzione di assistente virtuale, un tutorial bot, ovvero un tutor virtuale in grado di affiancare e guidare gli utenti nell'utilizzo delle principali funzionalità della piattaforma.

### **3.5 PROMOZIONE DELLA LETTURA E DELLA CRESCITA SOCIO-CULTURALE**

La diffusione della cultura e delle idee è parte della mission del Gruppo Mondadori, strettamente connaturata ai suoi prodotti e servizi. Non è solo alla base dell'attività economica dell'azienda, ma pervade le logiche stesse legate alla creazione della sua offerta al pubblico. Di conseguenza, dà forma a molte iniziative, di settore o specifiche del Gruppo, che si prefiggono di avvicinare un'audience sempre più vasta alla lettura e all'informazione.

Sin dalla prima edizione del 2015 l'azienda partecipa, con la propria rete di librerie sul territorio e case editrici, a *#ioleggoperché*, il più grande evento nazionale di promozione della lettura organizzato dall'AIE (Associazione Italiana Editori), che nel 2021 ha permesso di raggiungere i seguenti risultati: 450 mila libri donati da cittadini ed editori (350 mila dagli italiani e 100 mila dagli editori), 20.388 scuole iscritte su tutto il territorio e 2.743 librerie aderenti.

A questo si aggiungono donazioni regolari di libri, da parte del Gruppo a biblioteche scolastiche, comunali, situate all'interno di strutture carcerarie o assistenziali.

Nel mese di ottobre la casa editrice Electa ha avviato a Mantova insieme al Comune e in collaborazione con la Fondazione Mondadori, in occasione dei 50 anni dalla scomparsa di Arnoldo Mondadori, una scuola di scrittura ed editoria per giovani dal titolo "Il libro dalla A alla Z". Un percorso di formazione rivolto a 110 studentesse e studenti delle scuole superiori con l'obiettivo di promuovere le competenze utili per le professioni editoriali.

In un anno ancora fortemente condizionato dall'incremento delle attività digitali a fronte dei vincoli fisici imposti dalla pandemia, si è sentito forte il desiderio di promuovere l'interesse e l'amore per i libri e la lettura sin dalla più tenera età. Così è nato il progetto "La lettura al centro" (vedi paragrafo "Istruzione e mondo delle scuole"), che unisce il mondo scolastico e la narrativa per i ragazzi con l'obiettivo di mettere la lettura al centro dell'attività didattica quotidiana: video testimonianze, eventi live e una maratona di lettura. All'interno di tale progetto, grazie alla sinergia tra Mondadori Education e Mondadori - Libri per ragazzi, è stata creata l'iniziativa "Gli scrittori fanno scuola", una serie di incontri virtuali con le classi, accompagnati da manuali didattici pensati per gli insegnanti delle scuole di ogni ordine e grado.

Si è tenuta inoltre la terza edizione di "#Leparolechesiamo, la scuola che vogliamo" (vedi paragrafo "Istruzione e mondo delle scuole"), il concorso per le scuole promosso da Mondadori Education e il Nuovo Devoto-Oli. Un'iniziativa che ha offerto per la prima volta ai ragazzi la possibilità di esprimersi sulla scuola e di avviare un percorso di cambiamento attraverso l'ideazione di progetti concreti. I vincitori sono stati presentati al pubblico e alle istituzioni scolastiche e accompagnati nella ricerca di finanziamenti per la realizzazione.

È proseguita - e si è espansa - nella versione online anche l'attività di alfabetizzazione mediatica *Focus Junior Academy*, svolta da diversi anni dalla testata *Focus Junior* per insegnare a bambini e ragazzi a conoscere il mondo dell'editoria e del giornalismo.

L'iniziativa, nella sua edizione 2021, si è incentrata sugli obiettivi dell'Agenda ONU 2030, andando a includere i brand *Focus*, *Focus Storia* e *Focus Scuola*. In questo modo si sono potuti avvicinare alla divulgazione scientifica e storica anche i ragazzi delle scuole superiori, attraverso webinar mensili per stimolare un confronto su tematiche di stringente attualità quali la biodiversità, la distribuzione dell'energia, il cambiamento climatico e la tutela degli oceani.

Nel 2021 è proseguita l'iniziativa "*Alunni in libreria*" che da oltre vent'anni mette in contatto le librerie Mondadori con le scuole per appassionare gli studenti alla fantasia, alla letteratura e alla cultura. Il programma, offerto dai Mondadori Store alle scuole materne, elementari e medie propone incontri, laboratori e attività dedicate per sensibilizzare e stimolare i giovani a tematiche legate all'ambiente, multiculturalismo e inclusione.

Il benessere della mente e del corpo, la promozione di uno stile di vita sostenibile e l'attenzione all'ambiente sono stati protagonisti di una serie di iniziative speciali di Mondadori Store dedicate alla campagna "Leggere ci fa crescere", svolte nelle librerie di tutta Italia, su [Mondadoristore.it](http://Mondadoristore.it) e sui canali social nel mese di ottobre 2021. L'iniziativa ha visto la presentazione di un ricco palinsesto di appuntamenti con autori ed esperti, tutorial e rubriche social con buone idee e consigli per la propria salute e quella dell'ambiente.

All'interno di questa iniziativa è stato inoltre lanciato *Cucina green*: un libro di ricette studiate per una vita in sintonia con l'ambiente, realizzato grazie ai contributi esclusivi di autori, lettori e librai degli store Mondadori.

Mondadori Store ha aderito e supportato inoltre a due importanti iniziative:

- "Più raccogli, più semini": il progetto promosso da Payback in collaborazione con Treedom (il sito che permette di piantare alberi a distanza e seguire online la storia del progetto che contribuiranno a realizzare), che prevedeva la possibilità di trasformare in alberi i punti promozionali accumulati dai lettori grazie alle proprie spese in libreria, ha contribuito alla piantumazione di 3.000 alberi;
- Giornata mondiale della consapevolezza sull'autismo: il supporto alla Fondazione Sacra

Famiglia Onlus, che da oltre 120 anni accoglie e cura bambini, adulti e anziani con fragilità o disabilità fisiche, è stato realizzato con un'attività di comunicazione sui canali social mirata alla sensibilizzazione verso questa tematica.

### 3.6 RESPONSABILITÀ DI CONTENUTO

Il Gruppo Mondadori si impegna a garantire attraverso i propri prodotti editoriali, siano essi libri, magazine, siti e supporti/prodotti digitali, un'informazione accurata, rigorosa, veritiera e rispettosa dei gusti e della sensibilità del pubblico.

La creazione di contenuti per la produzione libraria di varia (cioè la produzione destinata alle librerie) è guidata dalla possibilità di offrire il più ampio ventaglio di voci, idee, espressioni. L'editore è in questo caso un veicolo per gli autori, unici "proprietari" e responsabili dell'opera pubblicata. A essi è lasciata la più ampia libertà di espressione, salvo il fatto che, ove necessario, si provvede a verifiche legali su contenuti che possano essere ritenuti diffamatori.

Il processo di verifica e di aderenza dei contenuti è invece indispensabile nella produzione scolastica, legata alle indicazioni ministeriali su programmi e didattiche.

Infine, nel settore dei magazine e del web la responsabilità di contenuto è garantita dall'organizzazione delle redazioni e dalla gerarchia di approvazione dei testi, oltre che dal Testo unico dei doveri del giornalista.

Inoltre, per verificare direttamente presso il pubblico di lettori il gradimento dei magazine del Gruppo e cogliere spunti di miglioramento, ogni anno si effettuano survey su campioni rappresentativi.

Nel 2021 sono state condotte 17 survey quantitative per *Mondadori Media* (indagini in ambito vendite congiunte), *Giallozafferano* e *Mypersonaltrainer* (indagine sul ruolo del mondo digitale), le testate *Casafacile* e *Donna Moderna* (monitoraggio, nell'area abbonamenti, di ex lettori delle testate), *Grazia* e *Focus Scuola* (survey su abbonati), *Donna Moderna* (survey specifica per la testata) e *Mediamond* (survey sull'importanza delle riviste

cartacee). In aggiunta, per le testate *Chi* e *Focus*, sono state condotte indagini di mercato di natura qualitativa da parte di un Istituto di ricerca esterno.

L'interazione attraverso i social network, in particolare, continua ad avere uno sviluppo rilevante sia in termini di numero di contatti sia per le infinite possibilità di creare eventi, spesso trasversali e collaborativi.

La strategia di comunicazione digitale del Gruppo Mondadori a livello corporate poggia su un ecosistema integrato e coerente, che sfrutta le potenzialità di numerosi canali fisici e online: il sito corporate e i social media, la intranet aziendale e i videowall nelle sedi, lo spazio multifunzionale Agorà e i mezzi di comunicazione interni ed esterni. Per ciascun canale social è delineato un piano editoriale specifico, che risponde a precisi obiettivi di comunicazione:

- mostrare la vita in azienda e le persone che vi lavorano coinvolgendo i dipendenti (Instagram, Facebook, LinkedIn);
- raccontare il mondo dei libri in coordinamento con le case editrici (Twitter, Instagram Storie, LinkedIn);
- valorizzare il rapporto spontaneo dei dipendenti con il Palazzo Mondadori (Instagram).

In totale il Gruppo Mondadori è presente sui social media con 180 profili (la maggioranza dei quali legata ai singoli brand di prodotto), raggiungendo un totale di quasi 60 milioni di follower.

### 3.7 FACILITÀ DI FRUIZIONE DEL CONTENUTO

Nell'offrire contenuti di qualità ad audience differenziate e allargate, il Gruppo Mondadori tiene conto delle nuove esigenze originate dai mutamenti della società civile, dall'intervento della tecnologia e dalla scomparsa di barriere - linguistiche e territoriali - prima determinanti. Desideri e aspettative del cliente rivestono oggi un ruolo sempre più rilevante, in ogni settore e in particolare nel settore editoriale: la modalità partecipativa dei consumi, l'interazione immediata con il destinatario finale hanno rivoluzionato il modo di creare e distribuire prodotti.

Le numerose iniziative nate durante i periodi di lockdown per raggiungere gli utenti si sono consolidate, consentendo alle diverse aree di business di ampliare le proprie audience e di interagire con continuità.

Parallelamente alla ripresa graduale delle attività fisiche e in presenza, tutti i brand del Gruppo hanno continuato a mettere a disposizione diversi format di contenuti online e modalità di incontro virtuali. Oltre alle numerose dirette in streaming, sono stati avviati specifici progetti digitali volti a incrementare l'accessibilità dei contenuti del Gruppo:

- la Focus Academy ha promosso webinar, organizzati da *Focus*, *Focus Storia*, *Focus Junior* e *Focus Scuola*, per le scuole primarie e secondarie sulla divulgazione scientifica e sulla sostenibilità;
- i podcast ispirati ai libri pubblicati, tra cui si ricorda il *Podcast d'altro genere* di Rizzoli o *Senza Perdere il filo* di Sperling & Kupfer;
- gli approfondimenti online, come *La Lettura al centro*, un palinsesto di video testimonianze e incontri virtuali tra diversi scrittori e le scuole, organizzati da Mondadori Education in collaborazione con la business unit di Mondadori dedicata ai libri per ragazzi (cfr. Paragrafo "Promozione della lettura e della crescita socioculturale");
- la mostra *IllusiOcean*, visitabile anche online, dedicata alla biodiversità del mare e organizzata da Focus presso l'Università Bicocca di Milano.

Nel corso del 2021 il tema dell'accessibilità di prodotto è stato affrontato e sviluppato anche dal punto di vista della produzione editoriale. Mondadori ha pubblicato la sua prima collana di libri per ragazzi interamente ad alta leggibilità. Si tratta di un progetto grafico pensato per le lettrici e i lettori con disturbi specifici dell'apprendimento, ma anche per tutti coloro che hanno difficoltà ad accostarsi alla lettura.

Non da ultimo, le case editrici si sono impegnate anche sul fronte della fruizione dei testi nelle strutture di cura con due progetti: uno per la distribuzione di una selezione di classici della letteratura ai pazienti ricoverati all'Ospedale Sant'Orsola di Bologna, un altro per la donazione dei titoli della collana "Salviamo il Pianeta" di Geronimo Stilton ai bambini dei reparti pediatrici ospedalieri.

## 4. AMBIENTE

### Cultura ambientale e mitigazione degli impatti sugli ecosistemi

Il Gruppo Mondadori dedica particolare attenzione alle tematiche ambientali, con particolare attenzione verso gli impatti legati al ciclo di vita del prodotto cartaceo, agli interventi di efficientamento energetico e alla riduzione delle emissioni climalteranti.

La Politica ambientale guida il Gruppo nella realizzazione delle proprie attività di business, dall'acquisto di carta certificata alla gestione efficiente dei punti vendita. In relazione a consumi energetici e emissioni di gas a effetto serra, il Gruppo ha implementato diverse iniziative di efficientamento energetico, come ad esempio l'installazione di impianti di illuminazione a LED e la realizzazione di iniziative per la riduzione delle emissioni di Scope 3 legate ai consumi dei dipendenti.

Nell'ambito del ciclo di vita del prodotto, in particolare l'approvvigionamento della carta, il Gruppo predilige carta certificata secondo i due principali schemi applicati a livello mondiale, PEFC e FSC.

Attraverso la razionalizzazione degli ordini, la riorganizzazione dei magazzini, e la definizione di richieste logistiche più efficienti, si promuove infine la riduzione progressiva dei prodotti destinati al macero e all'invenduto.

#### 4.1 LA GESTIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

L'impegno del Gruppo per la corretta gestione degli impatti ambientali è legato al rispetto della normativa di riferimento e alla mitigazione delle esternalità ambientali negative collegate alle sue attività di business, ed è motivato dalla volontà

di rispondere sempre meglio alle crescenti necessità dei molteplici portatori di interesse dell'azienda.

In generale, gli aspetti legati alla sostenibilità, e quindi anche quelli legati agli impatti ambientali, sono portati all'attenzione del Comitato di Sostenibilità (cfr. paragrafo "*Governance di sostenibilità*"), che ha redatto una politica ambientale, pubblicata sul sito corporate del Gruppo Mondadori ([www.gruppomondadori.it/sostenibilita/cambiamenti-climatici](http://www.gruppomondadori.it/sostenibilita/cambiamenti-climatici)). Essa delinea l'impegno verso il raggiungimento degli obiettivi per la riduzione degli impatti ambientali e costituisce il quadro di riferimento per la definizione della strategia e delle aree di intervento del Gruppo in campo ambientale.

Gli indirizzi espressi nella politica ambientale guidano il Gruppo nella realizzazione delle proprie attività di business, dall'acquisto di carta alla gestione dei punti vendita: ciascuna funzione aziendale, infatti, è responsabile della loro applicazione nella conduzione delle proprie attività quotidiane.

#### 4.2 IL CICLO DI VITA DEL PRODOTTO CARTACEO

Il consumo di carta e tutte le attività legate al ciclo di vita del prodotto cartaceo rivestono per un gruppo editoriale come Mondadori un ruolo significativo nella valutazione degli impatti ambientali, soprattutto considerando la focalizzazione strategica attuata dall'azienda negli ultimi anni sui business dei libri e, in misura decrescente, dei magazine.

In questa sezione si analizzano gli impatti ambientali relativi al ciclo di vita del prodotto

cartaceo, dall'utilizzo della carta come materia prima alla resa e al macero dei prodotti editoriali pubblicati, passando per la gestione della logistica e della distribuzione degli stessi.

Il ciclo di vita del prodotto cartaceo inizia all'interno delle industrie cartarie dove viene realizzata la carta che viene poi inviata alle aziende grafiche che si occupano della stampa. Successivamente, dopo essere stato stoccato all'interno dei magazzini, il prodotto cartaceo stampato viene consegnato, attraverso appositi sistemi di logistica, ai distributori e ai clienti finali.

Una volta che il libro/magazine è in mano al lettore, il ciclo di vita del prodotto cartaceo prosegue in uno dei tre modi seguenti:

- il libro/magazine rimane nella casa del lettore e potrà poi eventualmente essere riutilizzato (per esempio, riletto, regalato, donato a scuole e/o biblioteche);
- il libro/magazine è avviato alla raccolta e al riciclo del rifiuto cartaceo, che diventa così una materia prima di valore che può essere riutilizzata nelle cartiere (carta da macero);
- il libro/magazine viene smaltito in modo indifferenziato.

#### 4.2.1 La materia prima: la carta per la stampa dei prodotti editoriali

Nel 2021 la quantità totale di carta acquistata per la stampa dei prodotti editoriali nel perimetro delle attività in continuità (Italia e Stati Uniti) ammonta a circa 60.000 tonnellate (+14% rispetto al 2020). Grazie alla politica di acquisti di beni e servizi iniziata nel 2014, Mondadori ha potuto consolidare il proprio impegno nella razionalizzazione dell'utilizzo di carta per la stampa dei propri prodotti e avere un maggiore controllo sul processo di selezione dei fornitori, in modo tale da assicurarsi che il loro operato sia coerente con i principi di sostenibilità del Gruppo. I criteri di selezione dei fornitori impongono che la carta sia certificata secondo i due principali schemi applicati a livello mondiale, PEFC e FSC, al fine di aumentare progressivamente nel tempo la percentuale di carta certificata utilizzata.

##### Italia

Nella tabella è riportato il dettaglio dei consumi di carta per tipologia (certificata, classica e riciclata) per il periodo 2019-2021. I valori di ripartizione per tipologia di carta si sono mantenuti quasi costanti nel triennio sia per l'utilizzo di carta classica sia per l'utilizzo di carta certificata.

#### Totale carta per stampa, per tipologia, Italia

Tipologia carta	2021		2020		2019	
	t.	%	t.	%	t.	%
Certificata	56.389	99,98%	49.256	99,99%	62.643	99,98%
Riciclata	3	-	1	-	5	0,01%
Classica	9	0,02%	6	0,01%	7	0,01%
<b>Totale</b>	<b>56.401</b>	<b>100%</b>	<b>49.263</b>	<b>100%</b>	<b>62.655</b>	<b>100%</b>

## Stati Uniti

Rizzoli International Publications acquista indirettamente materie prime tramite i fornitori di stampa, prevalentemente operanti in Cina e, in misura minore, in Italia. Dal 2018, l'attenzione all'utilizzo di carte certificate è cresciuta in linea con l'impegno già intrapreso in questo ambito dal

Gruppo. Si stima che nel 2021 circa l'85% della carta utilizzata sia certificata, dato stabile rispetto allo scorso anno e in leggero aumento rispetto al 2019 (nel 2019 circa l'80%). Di seguito sono riportati, per il periodo 2019-2021, le stime relative ai consumi di carta.

### Totale carta per stampa<sup>12</sup>, Stati Uniti

	2021	2020	2019
Carta per stampa (t.)	3.600	3.500	3.500

### 4.2.2 La logistica e il fine vita dei prodotti editoriali

La logistica distributiva del Gruppo Mondadori si sviluppa attraverso una serie di reticoli sovrapposti che coprono l'intero territorio nazionale e differiscono per la tipologia di oggetti gestiti e trasportati. Si distinguono i seguenti canali: magazine (edicola, abbonamenti e quotidiani), libri (trade e scolastica), club (prodotti Mondolibri) ed e-commerce.

Molti dei processi logistici prevedono sia una spedizione diretta verso i punti di destinazione del canale di riferimento, sia una spedizione in resa del prodotto invenduto. A seconda del canale specifico, il prodotto invenduto può essere destinato allo stoccaggio, a successive lavorazioni per riciclo o al macero (se cartaceo), a distruzione o a smaltimento.

Di seguito sono descritti i diversi processi di distribuzione per ciascun canale, con il dettaglio dei principali impatti ambientali legati a essi. In particolare, nel 2021 per il perimetro Italia si sono registrati consumi di materiali da imballaggio rinnovabili (legno e cartone) pari a quasi 2.500 tonnellate e non rinnovabili (polietilene, polipropilene e polistirene espanso) pari a 257 tonnellate (-8% rispetto al 2020). I dati relativi al consumo di materiali impiegati per le spedizioni non sono disponibili per Rizzoli International Publications.

### Magazine - Italia

La logistica dell'area magazine Italia è affidata alla società Press-di Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l., controllata al 100% dal Gruppo Mondadori, che gestisce la distribuzione sul territorio nazionale dei periodici Mondadori e di magazine e quotidiani di altri editori per il canale di vendita delle edicole e degli abbonati. I processi logistici di Press-di, compresa la gestione dei trasporti, sono tutti esternalizzati a fornitori selezionati. Nello specifico i processi logistici dei periodici sono stati affidati a fine 2019 a Di2 di cui Press-di Distribuzione Stampa e Multimedia S.r.l. è socia al 50%.

Relativamente ai magazine, nel 2021 è stato registrato un peso totale trasportato di circa 55.474 tonnellate (+0,8% circa rispetto all'anno precedente), interamente su gomma (con utilizzo in aggiunta di trasporto navale in modalità roll-on/roll-off per il traghettamento verso le isole). La contrazione dei bancali trasportati da 85.145 a 83.091 (-2,4%) risulta di segno opposto rispetto all'aumentare del peso per efficienze logistiche di gestione del magazzino e dei carichi, apportate da Di2, con conseguente beneficio in termini di impatto ambientale per riduzione dei mezzi necessari al trasporto.

Il processo logistico dei periodici in Italia si svolge attraverso quattro fasi:

- eventuale cellofanatura industriale: nel 2021 il processo di cellofanatura ha interessato circa

<sup>12</sup>I dati relativi al consumo di carta 2019, 2020 e 2021 di Rizzoli International Publications sono stati stimati sulla base delle copie prodotte e del peso medio per copia, poiché non disponibili nei documenti ricevuti dai fornitori dati di dettaglio relativi all'effettivo consumo di carta per la stampa, né è stato possibile risalire al solo costo della carta tra i dati riportati nelle fatture di acquisto

21,41 milioni di copie dell'editore Mondadori Media e Mondadori Scienza, per le quali sono state utilizzate 88 tonnellate di materiale per cellofanatura, e 16 tonnellate di film estensibile; questa attività è stata dismessa da Press-di a novembre 2020 ed è tornata direttamente alle due società del Gruppo summenzionate tramite contratti gestiti centralmente dalla Direzione Acquisti di Gruppo. I dati si riferiscono dunque solo alle copie cellofanate di Mondadori Media e Mondadori Scienza e sono dunque sensibilmente più bassi di quelli disomogenei relativi al 2020 (-24%);

- allestimento delle spedizioni: nel 2021 il processo di allestimento delle spedizioni ha interessato 83.091 pallet equivalenti pari a circa 557 tonnellate di legno, con un leggero aumento (+0,7%) rispetto all'anno precedente;
- trasporto primario: dai centri logistici di distribuzione (Cinisello Balsamo (Mi), Roma)

ai distributori locali (43 imprese locali di distribuzione nel 2021);

- ultimo miglio (consegna a punto vendita): i distributori locali svolgono il servizio di smistamento delle copie per edicola e il servizio di trasporto di "ultimo miglio" fino al punto vendita. Ai distributori locali spetta, quotidianamente, il compito di raccolta del prodotto invenduto presso le edicole e di lavorazione del prodotto reso per la rispedizione dal Centro nazionale resa di Press-di o per il macero locale;
- trasporto rese: il prodotto invenduto destinato alla restituzione agli editori rientra, attraverso la rete di trasporto primaria di Press-di, al Centro nazionale di lavorazione della resa di Bregnano (Como).

Nella tabella di seguito si riportano i principali consumi di materiali impiegati per la spedizione dei periodici alle edicole.

#### Consumo materiali per la spedizione dei periodici alle edicole, per tipologia

Materia prima (t.)	Dettaglio	2021	2020	2019
Legno	Pallet	557	553	687
Cartone	Scatole cartone e materiali da imballo	-	-	-
Polietilene	Film	104	138	206
	Riempimento colli	-	-	-
	Cappucci e copertura bancali	n.d.	n.d.	n.d.
Polipropilene	Nastro adesivo	n.d.	n.d.	n.d.
	Regge	n.d.	n.d.	n.d.
Polistirene espanso	Riempimento colli polistirolo	-	-	-

Alla riduzione di costi operativi (derivante dalla diminuzione progressiva dei pesi bancali trasportati) corrisponde una proporzionale contrazione delle emissioni per utilizzo di vettori di trasporto. Questo risultato si somma all'effetto della resa certificata, ovvero del macero locale delle copie invendute effettuato da distributori locali. Il processo, pur garantendo all'editore il trattamento delle rese ai fini statistici e contabili, non rende necessario il ritorno delle copie invendute a magazzino, con evidente riduzione dei costi e delle emissioni.

La stima delle emissioni di CO<sub>2</sub>eq derivanti dal trasporto dei magazine dai centri logistici di distribuzione ai distributori locali per il triennio 2019-2021 (nel 2021 da Cinisello Balsamo e Roma,

nel 2020 da Melzo e Roma, nel 2019 da Melzo, Verona e Roma), sono riportate nel paragrafo "La riduzione dei consumi energetici e la lotta al cambiamento climatico", nel dettaglio delle emissioni di Scope 3.

La distribuzione dei quotidiani di editori terzi (tra cui *il Giornale*, *Liberò*, *Avvenire*, *La Verità*, *Il Fatto Quotidiano*, *La Regione*) è sviluppata su un reticolo logistico differente da quello dei periodici. Il network dei quotidiani parte da una serie di centri stampa dislocati sul territorio nazionale e ha come punto di destinazione i distributori locali. Tale rete, corta e veloce, è ottimizzata sui tempi di consegna e condivisa con altri distributori per una maggior efficienza dei volumi.



Per quanto riguarda la gestione delle rese, Mondadori ha un tasso di macero locale elevato: Press-di (in accordo con il Gruppo e gli editori terzi distribuiti) ha, infatti, incentivato la massima diffusione possibile dei processi di resa certificata dei distributori locali. Tuttavia, la costante contrazione delle diffusioni di quotidiani e periodici, oltre a determinare una generale diminuzione delle rese, ha avuto negli anni ripercussioni sui soggetti economici intermedi (distributori locali ed edicole) con conseguente riduzione del numero di distributori locali totale e di quelli che garantiscono la resa certificata.

Nel 2021 il macero locale è stato pari a circa 12.433 tonnellate per i periodici (-0,4% sul 2020) e circa 9.794 tonnellate per i quotidiani (+10,9% rispetto al 2020)

per l'aumento del perimetro degli editori distribuiti. Attualmente, dei 43 distributori locali attivati da Press-di, 40 garantiscono la resa certificata.

### Libri trade

Nel corso dell'anno 2021 si è completato il trasferimento, iniziato a novembre 2020, delle attività di rifornimento dei libri trade dal magazzino multi-cliente di Stradella a un magazzino sito in Broni (PV) dedicato totalmente alle attività del Gruppo Mondadori. In tale contesto, merita attenzione il processo legato alla resa: essa viene registrata, classificata in base alla qualità, protocollata e accumulata. È il proprietario della giacenza, ossia l'editore, che paga il deposito e decide quando macerare il prodotto.

Rese libri trade (n.) <sup>13</sup>	2021	2020	2019
Copie	9.491.939	9.683.088	12.788.000
Colli	296.623	302.597	399.000
Spedizioni	33.189	33.275	43.900

54

Tutte le confezioni utilizzate per la distribuzione di Libri trade sono in cartone ondulato, con una percentuale di carta riciclata del 90%. Tali imballi sono poi a loro volta riciclabili al 100% e la sorgente del materiale riciclato proviene dai raccoglitori di macero nazionali.

Nell'anno 2021 è stato abbandonato l'utilizzo del polistirolo a favore di un sistema a "bolle di imballaggio".

### Editoria scolastica

Nel 2021 Mondadori Education ha distribuito circa 6,3 milioni di copie tra volumi e guide per l'insegnante. Nel corso del 2021 sono state trasferite le attività distributive del sito di Vallese di Oppeano (VR) a un nuovo magazzino sito in Isola Rizza (VR). Le attività continuano a essere svolte dall'operatore Ceva Logistics.

La logistica dei prodotti Mondadori Education è legata alle attività peculiari della scolastica (propaganda, adozione e vendita dei libri):

- attraverso una rete di propagandisti, nei mesi da gennaio a maggio, si presentano i testi agli insegnanti allo scopo di ottenerne l'adozione; la logistica si incarica di spedire i volumi dal magazzino centrale verso i propagandisti, raggiungendo poco meno di 130 destinazioni; infine, i propagandisti consegnano o spediscono all'insegnante la/le copie saggio. Si segnala a riguardo l'introduzione delle copie saggio digitali (legata allo sviluppo dei testi scolastici digitali multidevice), che in prospettiva potrà ridurre la produzione e spedizione delle copie saggio cartacee;
- a partire da maggio e, con intensità diversa, fino a tutto ottobre, Mondadori Education rifornisce per la campagna di vendita i punti di distribuzione al dettaglio, raggiungendo circa 20 destinazioni; inoltre, da settembre alla riapertura delle scuole, i propagandisti sono dotati di volumi e guide da distribuire agli insegnanti come saggi cattedra;

<sup>13</sup> I dati relativi ai colli e alle spedizioni sono basati su stime effettuate sul numero di copie

- oltre alle spedizioni verso la distribuzione periferica, il magazzino centrale di Verona rifornisce direttamente alcuni clienti direzionali e circa 800 librerie per i volumi dell'università e di L2 (italiano per stranieri);
- Il meccanismo delle rese, pur non essendo un tema particolarmente rilevante per i libri di scolastica, ha riguardato nel 2021 circa 707.000 copie.

I processi distributivi adottati da Rizzoli Education sono analoghi, a eccezione del polo logistico di riferimento che in questo caso è Stradella.

Per quanto riguarda il numero di copie movimentate, nel 2021 ne sono state distribuite circa 6,5 milioni, mentre le rese ammontano a circa 1 milione (entrambi i dati si riferiscono sia alle copie per la vendita sia ai saggi docenti).

#### Bookclub

Anche per i prodotti del canale di vendita bookclub la gestione dei flussi logistici (deposito e allestimento ordini) e di tutti i processi di supporto

al business avviene dal polo logistico di Verona. La spedizione degli ordini è effettuata attraverso il canale postale.

Le scatole di cartone utilizzate per le spedizioni sono della stessa tipologia di quelle usate per i Libri Trade. Il materiale che torna in resa postale è sottoposto a operazione di recupero.

#### E-commerce

Per quanto riguarda i prodotti acquistati sul sito [www.mondadoristore.it](http://www.mondadoristore.it), le attività logistiche relative al canale B2C prevedono la gestione del prodotto (sia di Mondadori sia di editori terzi) nell'ambito del polo logistico di Verona (ora Ceva Logistics); l'allestimento del prodotto avviene sulla base dell'ordine del cliente e la spedizione via corriere espresso direttamente all'indirizzo del cliente finale. Su questo tipo di prodotto non esiste praticamente alcun flusso di resa.

Nella tabella di seguito si riportano i principali consumi di materiali impiegati per la spedizione dei prodotti di Libri Trade, Retail e di editoria scolastica.

#### Consumo materiali per spedizione libri trade, retail e scolastica<sup>14</sup>, per tipologia

55

Materia prima (t.)	Dettaglio	2021	2020	2019
Legno	Pallet	825	734	802
Cartone	Scatole cartone e materiali da imballo	1.114	954	1.050
Polietilene	Film	42	58	60
	Riempimento colli	33	12	15
	Cappucci e copertura bancali	5	30	36
Polipropilene	Nastro adesivo	13	8	9
	Regge	60	22	25
Polistirene espanso	Riempimento colli polistirolo	-	13	15

<sup>14</sup> Il valore di consumo di Mondolibri non è disponibile

### 4.2.3 La riduzione dei consumi energetici e la lotta al cambiamento climatico

Il percorso di rendicontazione delle emissioni intrapreso dal Gruppo in questi anni ha permesso di consolidare le metodologie di calcolo ed è servito come base di partenza per l'accrescimento della consapevolezza interna su possibili politiche organiche di riduzione dei gas a effetto serra generati dalle proprie attività. In questo senso, il Gruppo si è già attivato con alcune iniziative in grado di ridurre le proprie emissioni, sia nel corso del 2021 sia in passato, come per esempio l'implementazione di misure di efficienza energetica degli immobili, l'efficientamento dell'uso della carta per stampa e il rinnovo della flotta aziendale con modelli a più basse emissioni (cfr. paragrafo "Le iniziative per la riduzione degli impatti ambientali"). In questa sezione del documento vengono analizzati gli aspetti riguardanti l'impatto delle attività del Gruppo Mondadori sul riscaldamento

globale. Al suo interno sono riportati e descritti i dati relativi alle emissioni dirette e indirette di gas a effetto serra prodotte dal Gruppo lungo la sua intera catena del valore.

A livello di Gruppo (perimetro in continuità - Italia e Stati Uniti) nel 2021 le emissioni totali di gas a effetto serra ammontano a 29.062 tonnellate di CO<sub>2</sub>. I consumi totali di energia elettrica nel 2021 sono pari a 10.760 MWh, mentre i consumi di gas naturale sono pari a 363.999 m<sup>3</sup> (12.842 GJ, -1% rispetto al 2020). Nel corso del 2021 il Gruppo non ha acquisito energia proveniente da fonti rinnovabili.

#### Italia

Le emissioni di gas a effetto serra correlate alle attività del Gruppo in Italia e considerate all'interno del perimetro di rendicontazione dell'inventario GHG sono classificate come emissioni dirette (Scope 1), emissioni indirette energetiche (Scope 2) e altre emissioni indirette (Scope 3).

56

<b>Emissioni di gas a effetto serra (t.)<sup>15</sup> - Italia</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Dirette (Scope 1) – CO <sub>2</sub> <sup>16</sup>	1.069	1.109	1.242
<i>di cui emissioni legate al parco auto aziendale<sup>17</sup></i>	350	384	394
Indirette (Scope 2)			
<i>location-based – CO<sub>2</sub></i>	3.304	3.676	4.617
<i>market-based – CO<sub>2</sub></i>	4.814	5.097	6.266
Altre emissioni indirette (Scope 3) – CO <sub>2</sub>	23.183	20.804	31.326
<i>di cui emissioni legate alla produzione della carta -CO<sub>2</sub><sup>18</sup></i>	21.996	19.705	24.435
<i>di cui emissioni legate ai viaggi di lavoro - CO<sub>2</sub><sup>19</sup></i>	254	191	1.121
<i>di cui emissioni legate al trasporto primario - CO<sub>2</sub>eq</i>	933	908	5.769
<b>Totale emissioni - CO<sub>2</sub><sup>20</sup></b>	<b>27.556</b>	<b>25.590</b>	<b>37.184</b>

<sup>15</sup> In ottica di miglioramento continuo, è stato ritenuto opportuno effettuare una revisione della metodologia di classificazione delle emissioni in atmosfera, relativamente alle emissioni legate al parco auto aziendale (considerate come di Scope 1, trattandosi di leasing di medio-lungo periodo) e al trasporto primario (aggiunto al computo delle emissioni di Scope 3, precedentemente rendicontate in un paragrafo successivo all'interno della DNF). Pertanto, le modifiche apportate riflettono esclusivamente una differente metodologia di allocazione e consolidamento dei dati

<sup>16</sup> Le emissioni di Scope 1 sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>, in quanto la fonte utilizzata non riporta i fattori di emissione degli altri gas diversi dalla CO<sub>2</sub>. Le emissioni di Scope 1 non comprendono i dati relativi alle perdite di gas refrigeranti in quanto il dato non è disponibile per il triennio 2019-2021

<sup>17</sup> Le emissioni di Scope 1 legate al parco auto del Gruppo costituiscono circa il 33% delle emissioni di Scope 1 e sono stimate a partire dai chilometri contrattuali medi e dalle emissioni di CO<sub>2</sub>/km dei singoli veicoli della flotta

<sup>18</sup> Le emissioni Scope 3 legate alla produzione della carta sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>, in quanto la fonte utilizzata non riporta i fattori di emissione degli altri gas diversi dalla CO<sub>2</sub>

<sup>19</sup> I dati relativi agli anni 2019 e 2020 differiscono da quanto esposto nella DNF 2020 a seguito di quanto riportato in nota 14. I dati relativi ai viaggi di lavoro sono comunicati tramite specifica reportistica dell'agenzia di viaggi di cui il Gruppo si avvale

<sup>20</sup> Il totale emissioni è calcolato prendendo in considerazione le emissioni di Scope 2 – location based, ed è espresso in CO<sub>2</sub> in quanto la quota parte attribuibile agli altri gas non è considerata significativa

## Fattori di emissione utilizzati

Energia elettrica (location-based)	Fonte 2021: Confronti Internazionali Terna su dati Enerdata (dati 2019)	315 gCO <sub>2</sub> /kWh
	Fonte 2020: Confronti internazionali Terna su dati Enerdata (dati 2018)	336 gCO <sub>2</sub> /kWh
	Fonte 2019: Confronti internazionali Terna su dati Enerdata (dati 2017)	359 gCO <sub>2</sub> /kWh
Energia elettrica (market-based)	Fonte 2021: AIB, (2021) European Residual Mixes 2020	459 gCO <sub>2</sub> /kWh
	Fonte 2020: AIB, (2020) European Residual Mixes 2019	466 gCO <sub>2</sub> /kWh
	Fonte 2019: AIB, (2019) European Residual Mixes 2018	487 gCO <sub>2</sub> /kWh
Gas naturale	Fonte 2021: NIR ISPRA	1,976 kg di CO <sub>2</sub> /m <sup>3</sup>
	Fonte 2020: NIR ISPRA	1,972 kg di CO <sub>2</sub> /m <sup>3</sup>
	Fonte 2019: NIR ISPRA	1,976 kg di CO <sub>2</sub> /m <sup>3</sup>
Produzione della carta	Fonte 2021: Key Statistics 2020 della Confederation of European Paper Industries (CEPI)	0,39 t. CO <sub>2</sub> /t. carta
	Fonte 2020: Key Statistics 2019 della Confederation of European Paper Industries (CEPI)	0,4 t. CO <sub>2</sub> /t. carta
	Fonte 2019: Key Statistics 2018 della Confederation of European Paper Industries (CEPI)	0,39 t. CO <sub>2</sub> /t. carta
Trasporto primario	Fonte 2021: DEFRA: 2021 UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting (Freighting goods - All rigids, 100% laden)	0,91 kgCO <sub>2</sub> eq/km
	Fonte 2020: DEFRA: 2020 UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting (Freighting goods - All rigids, 100% laden)	0,92 kgCO <sub>2</sub> eq/km
	DEFRA: 2019 UK Government GHG Conversion Factors for Company Reporting (Freighting goods - All rigids, average laden)	0,80 kgCO <sub>2</sub> eq/km

57

Le emissioni dirette (Scope 1) del Gruppo derivano da:

- il consumo di gas naturale, frutto di rilevazioni puntuali, per il riscaldamento degli uffici, dei negozi e dei magazzini.
- la combustione del carburante utilizzato dalle auto che costituiscono la flotta aziendale.

Consumo di gas naturale – Italia <sup>21</sup>	UdM	2021	2020	2019
Gas naturale	m <sup>3</sup>	363.999	367.939	428.985
	GJ	12.842	12.981	15.144

In Italia, il consumo di gas da parte del Gruppo si è mantenuto sui livelli dello scorso anno, diminuendo del 1,1% rispetto al 2020. Il dato di quest'anno

conferma il trend in discesa rispetto al 2019, principalmente per effetto delle chiusure delle sedi nel periodo di lockdown.

<sup>21</sup> I consumi di gas naturale sono convertiti in GJ utilizzando i fattori di conversione dalla fonte "Parametri standard nazionali pubblicata dal Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio e del Mare" pubblicata in relazione ai rispettivi anni (2021, 2020, 2019). Si segnala che il dato 2020 comprende una stima parziale relativa ai consumi di gas naturale di una delle sedi di Mondadori Retail, in quanto, a causa di un malfunzionamento del sistema di misurazione, il dato effettivo di consumo non è disponibile

Le emissioni indirette energetiche (Scope 2) derivano dal consumo di energia elettrica acquistata dalla rete elettrica nazionale per i seguenti usi:

- illuminazione, climatizzazione (pompe di calore)

ed equipment (per esempio computer, stampanti) negli uffici e nei negozi;

- illuminazione e macchinari nei magazzini;
- ricarica veicolo elettrico (a Segrate) e muletti (nei magazzini).

Consumo energia elettrica – Italia	UdM	2021	2020	2019
Acquisto totale energia elettrica da rete	MWh	10.488	10.941	12.860
	GJ	37.756	39.387	46.295

Il trend dei consumi di energia elettrica relativi all'Italia è in continua diminuzione nell'ultimo triennio: la riduzione di circa il 18% fra il 2019 e il 2021 è dovuta agli interventi e alle azioni di risparmio energetico implementate nel triennio e, per quanto riguarda lo scorso anno, alla chiusura delle sedi durante il periodo di lockdown (cfr. paragrafo “Le iniziative per la riduzione degli impatti ambientali”).

Le altre emissioni indirette (Scope 3) del Gruppo sono attribuite a:

- l'attività di produzione della carta (cfr. paragrafo “La materia prima: la carta per la stampa dei prodotti editoriali”);
- i viaggi di lavoro effettuati dai dipendenti;
- la consegna dei periodici ai distributori locali.

Le emissioni derivanti dal ciclo produttivo della carta costituiscono il contributo preponderante. Per l'anno 2021 tali emissioni sono pari a circa 21.996 tonnellate di CO<sub>2</sub>, in aumento (+12%) rispetto all'anno precedente e proporzionale all'aumento del consumo di carta, per la maggior parte certificata. A queste emissioni si aggiungono quelle legate agli spostamenti del personale aziendale che hanno principalmente finalità di incontri con i clienti, mobilità per servizi giornalistici, incontri con i fornitori, riunioni presso altre sedi aziendali e partecipazione a eventi.

Nella tabella di seguito si riporta la distribuzione delle emissioni dovute ai viaggi di lavoro per tipologia di mezzo impiegato.

Emissioni per mezzo utilizzato <sup>22</sup> (%)	2021	2020
Treno	16,2%	17,9%
Autonoleggio	2,0%	2,3%
Aereo	81,8%	79,8%

Rispetto agli anni precedenti, a causa del prolungarsi della pandemia da Covid-19, nel 2021, come nel 2020, i viaggi di lavoro sono stati estremamente ridimensionati. Gli spostamenti dei dipendenti per i business travel sono avvenuti principalmente in aereo come visibile nella tabella sopra riportata.

Altre emissioni rilevanti di Scope 3 sono attribuite alla logistica dei periodici. A partire dal 2020, tali emissioni sono diminuite considerevolmente, attestandosi intorno a 900 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq (908 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq nel 2020 e 933 tonnellate di CO<sub>2</sub>eq nel 2021), principalmente grazie ad attività di razionalizzazione logistica, che hanno portato a benefici ambientali oltre che economici. In particolare, è stato ridotto il numero di viaggi grazie a un'attenta pianificazione che ha avuto come obiettivo quello di sfruttare al meglio la portata di carico dei veicoli.

<sup>22</sup> I dati relativi al biennio 2020-2021 sono stati riesposti, a seguito dell'allocazioni e delle emissioni legate al parco all'interno delle emissioni di Scope 1

## Stati Uniti

I dati relativi alle emissioni di gas a effetto serra derivanti dall'attività di Rizzoli International

Publications si riferiscono alle emissioni indirette energetiche (Scope 2) e alle altre emissioni indirette (Scope 3).

Emissioni di gas a effetto serra (t.) – Stati Uniti		2021	2020	2019
Indirette energetiche (Scope 2) – CO <sub>2</sub> <sup>23</sup>	<i>location-based</i>	102	92	125
	<i>market-based</i>	102	92	125
Altre emissioni indirette (Scope 3) – CO <sub>2</sub> <sup>24</sup>		1.404	1.400	1.365
<b>Totale emissioni location-based CO<sub>2</sub></b>		<b>1.506</b>	<b>1.492</b>	<b>1.490</b>

Non sono a oggi disponibili i dati relativi alle perdite di gas refrigeranti necessari per il calcolo delle emissioni dirette dei gas a effetto serra

(Scope 1) né i dati riguardanti le emissioni che derivano dai viaggi di lavoro.

## Fattori di emissione utilizzati

Energia elettrica (location-based and market-based)	Fonte 2021: Confronti internazionali Terna su dati Enerdata (dati 2019)	374 gCO <sub>2</sub> /kWh
	Fonte 2020: Confronti internazionali Terna su dati Enerdata (dati 2018)	399 gCO <sub>2</sub> /kWh
	Fonte 2019: Confronti internazionali Terna su dati Enerdata (dati 2017)	411 gCO <sub>2</sub> /kWh
Produzione della carta	Fonte 2021: Key Statistics 2020 della Confederation of European Paper Industries (CEPI)	0,39 t. CO <sub>2</sub> /t. carta
	Fonte 2020: Key Statistics 2019 della Confederation of European Paper Industries (CEPI)	0,4 t. CO <sub>2</sub> /t. carta
	Fonte 2019: Key Statistics 2018 della Confederation of European Paper Industries (CEPI)	0,39 t. CO <sub>2</sub> /t. carta

59

Nel 2021 le emissioni complessive di Rizzoli International Publications risultano pari a 1.506 t. CO<sub>2</sub>, correlate al consumo di energia elettrica e

alla produzione della carta, in leggero aumento rispetto all'anno precedente.

Consumo energia elettrica – Stati Uniti <sup>25</sup>	UdM	2021	2020	2019
Acquisto totale energia elettrica da rete	MWh	272	230	305
	GJ	979	829	1.099

<sup>23</sup> Le emissioni Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>, tuttavia la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas a effetto serra (CO<sub>2</sub> equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento. I dati relativi alle emissioni di Scope 2 per il 2020 (249 t.) sono stati oggetto di ricalcolo sulla base delle informazioni riportate all'interno della nota 23

<sup>24</sup> Le emissioni Scope 3 legate esclusivamente alla produzione della carta sono espresse in tonnellate di CO<sub>2</sub>, in quanto la fonte utilizzata non riporta i fattori di emissione degli altri gas diversi dalla CO<sub>2</sub>

<sup>25</sup> Per il 2021, i dati relativi ai consumi energetici della sede di Rizzoli International Publications sono stati stimati sulla base dei consumi sostenuti nel corso del 2020, in considerazione dell'assenza di variazioni significative relative alle attività di business e/o di effettivo cambiamento dei trend in ambito di consumi energetici. In ottica di miglioramento continuo, è stato ritenuto opportuno effettuare una revisione della metodologia di stima dei consumi energetici per Rizzoli International Publications relativi al bookstore, adottando per il 2020 e 2021 i dati relativi al costo in \$/kWh messi a disposizione dal Bureau of Labor Statistics per New York. Pertanto, i dati relativi al 2020 (624 MWh/2.248 GJ) sono stati oggetto di ricalcolo in linea alla nuova metodologia di stima. I dati relativi al 2019 sono stimati sulla base del consumo di elettricità 2018 per dipendente, in quanto non disponibili dati di dettaglio relativamente ai consumi

## 4.3 LE INIZIATIVE PER LA RIDUZIONE DEGLI IMPATTI AMBIENTALI

### 4.3.1 Rifiuti

L'impegno nella riduzione dell'impatto sull'ambiente riguarda anche i rifiuti prodotti. Data la tipologia di business che caratterizza il Gruppo

Mondadori, solo una minima parte dei rifiuti prodotti speciali appartengono alla categoria "pericolosi". Nella sede di Segrate, l'unica in cui allo stato attuale sia possibile registrare puntualmente i quantitativi di rifiuti smaltiti, tra il 2021 e il 2020 si registra un lieve aumento della produzione di rifiuti pericolosi che rimane comunque al di sotto dei livelli del 2019.

Rifiuti prodotti	2021		2020		2019	
	t.	%	t.	%	t.	%
<b>Sede di Segrate</b>						
Pericolosi	0,36	0,31%	-	-	2,738	1,14%
Non pericolosi	116,1	99,69%	141,247	100%	238,158	98,86%
<b>Totale</b>	<b>116,46</b>		<b>141,247</b>		<b>240,896</b>	

### 4.3.2 Interventi di risparmio energetico realizzati nel 2021

Anche il 2021, malgrado la pandemia che ha costretto a interventi urgenti e specifici di sanificazione e gestione emergenziale, è rimasta alta l'attenzione al tema del risparmio energetico, con interventi concentrati nella sede di Segrate. Gli interventi più avanti descritti sono quelli programmati nel 2020 e realizzati in parte nel corso del 2021 con pieno beneficio nel 2022. Altri interventi sono attualmente oggetto di prossima realizzazione o in fase di valutazione e progettazione.

È rilevante sottolineare che, oltre all'emergenza pandemica, la quasi totale ristrutturazione del Palazzo, prevista per il 2022 e riguardante anche la

parte impiantistica da parte della proprietà (Gruppo Generali) ha fatto sì che alcune realizzazioni fossero rimandate o sospese.

#### Carta e toner

Tra gli interventi di riduzione degli impatti ambientali per le sedi e librerie del Gruppo, negli ultimi anni si è cercato di sensibilizzare all'utilizzo responsabile di toner e carta per stampa negli uffici. In particolare, nell'ultimo triennio, il Gruppo è riuscito a ottenere una riduzione del consumo di carta da stampa di circa il 67%. Anche i toner hanno visto una riduzione nel triennio di rendicontazione, sia per le politiche di sostituzione stampanti applicate negli anni sia per la chiusura degli uffici dovuta alla pandemia.

Consumo toner e carta per stampa (uffici)	2021	2020	2019
<b>Materia prima (t.)</b>			
Carta per stampe da ufficio	20	29	61
Toner per stampe da ufficio	0,59	0,3	1

## Sede di Segrate

### Impianti idrici e trattamento aria

- È stato realizzato un programma automatico, *Optimum Start*, di gestione invernale e partenza degli impianti principali in relazione all'effettiva occupazione degli ambienti e alle condizioni esterne.  
L'obiettivo è quello di promuovere un risparmio energetico, a fronte di una costante relazione delle condizioni di benessere. Da un confronto con i dati rilevati nei mesi di inizio funzionamento, il risparmio su base annua è stimato in circa 40.000 m<sup>3</sup> di gas metano e 20.000 kWh.
- È in fase di realizzazione una modifica degli impianti idraulici che prevede l'inserimento di una nuova valvola per la regolazione dello scarico dell'acqua di pozzo nel lago, al fine di ridurre ulteriormente i consumi elettrici delle pompe di falda. Si stima un risparmio su base annua di circa 2.000 kWh.

### Monitoraggio energetico

In continuità con il 2020 è stato ulteriormente perfezionato il sistema di monitoraggio energetico elettrico come previsto dal D.Lgs. 102/2014. Questo strumento ci consente di suddividere i consumi per tipologia di utilizzo (condizionamento, forza motrice, luci, ausiliari) ed è indispensabile per intraprendere nuove attività mirate al risparmio.

### 4.3.3 Interventi pianificati o in fase di progetto per il 2022

#### Sede di Segrate

Di seguito sono riportati gli interventi pianificati o in fase di progetto per il 2022, rallentati dalla sopracitata ristrutturazione del Palazzo:

- è stato predisposto il progetto per la realizzazione della parzializzazione dell'impianto induttori dell'edificio principale, lato nord, attraverso il sezionamento della distribuzione idraulica in due macroaree per ogni mezzo piano e l'installazione

di inverter sulle pompe induttori calde e fredde. L'obiettivo è quello di promuovere un risparmio energetico a fronte di un miglior comfort e maggiore flessibilità dell'impianto, permettendo anche l'utilizzo diversificato per mezzo piano.

- È stata progettata l'installazione di una nuova unità geotermica per il trattamento di ambienti tecnici, quali il centro documentazione e il locale di controllo. Tale intervento si è reso necessario per sostituire le macchine non più funzionanti e ha fornito l'occasione di realizzare un impianto che offra una maggiore efficienza e un ridotto consumo di energia elettrica.
- È stata progettata l'installazione del sistema di gestione cassette a portata costante del piano terra (Foglia). Questo intervento rappresenta la conclusione di quello realizzato alcuni anni fa nel piano -1 (Sottofoglia) e nel quinto piano. L'obiettivo è quello di promuovere un risparmio energetico, una maggiore flessibilità dell'impianto e interventi di regolazione non più manuali, in loco.
- È prevista la realizzazione di un nuovo impianto per il trattamento atrio-torre sud e porta d'aria. Il nuovo impianto è reso necessario dalla vetustà e inefficienza del vecchio impianto centralizzato. Si prevede quindi l'installazione di un impianto autonomo a pompa di calore geotermica che sarà in grado di garantire un forte risparmio energetico, a fronte di maggiore flessibilità e di una gestione autonoma, legata all'effettivo utilizzo degli ambienti.
- È stato progettato un programma automatico, *Optimum Start*, di gestione estiva e partenza degli impianti principali in relazione all'effettiva occupazione degli ambienti e alle condizioni esterne. L'obiettivo è quello di promuovere un risparmio energetico, a fronte di una costante relazione delle condizioni di benessere.

### 4.3.4 Riduzione degli impatti derivanti dai viaggi di lavoro

Il Gruppo Mondadori è impegnato da diversi anni in un'azione di riduzione delle emissioni derivanti dai business travel connessi alle sue attività in Italia.



Nel 2021, il parco auto del Gruppo in Italia, praticamente invariato nel numero, mostra una leggera diminuzione a livello di classe emissiva: facendo riferimento alla suddivisione dei veicoli in “classi di emissione” secondo l’eco-etichetta sviluppata da ADEME (Agence de l’Environnement et de la Maîtrise de l’Energie, agenzia tecnica

francese specializzata nella ricerca e diffusione di informazioni sui temi dell’energia, tutela ambientale e sviluppo sostenibile), nel 2021 quasi il 50% del parco auto è costituito da veicoli con classe A e B (in linea con il 2020). Nel 2021 si registra l’assenza di autovetture con classe di emissione G, come nel resto del triennio.

<b>Parco auto Mondadori Tipologia (n.)</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Auto di proprietà	-	-	-
Auto a noleggio di lungo termine	104	111	112
<i>di cui Classe A - inferiori o pari a 100 gCO<sub>2</sub>/km</i>	17	16	13
<i>di cui Classe B - da 101 a 120 gCO<sub>2</sub>/km</i>	32	39	43
<i>di cui Classe C - da 121 a 140 gCO<sub>2</sub>/km</i>	29	32	31
<i>di cui Classe D - da 141 a 160 gCO<sub>2</sub>/km</i>	20	17	14
<i>di cui Classe E - da 161 a 200 gCO<sub>2</sub>/km</i>	5	6	11
<i>di cui Classe F - da 201 a 250 gCO<sub>2</sub>/km</i>	1	1	-
<i>di cui Classe G - superiori a 250 gCO<sub>2</sub>/km</i>	-	-	-
<b>Totale</b>	<b>104</b>	<b>111</b>	<b>112</b>

## 62 Media delle classi emissive (grammi di CO<sub>2</sub> equivalente)

2021	125	C
2020	125	C
2019	127	C

Nel 2021, il valore medio di emissioni per km percorso è aumentato a 125 gCO<sub>2</sub>/km.

## Emissione media di CO<sub>2</sub> per km percorso (in grammi di CO<sub>2</sub> equivalente)

2021	125	C
2020	123	C
2019	125	C

#### 4.4 TASSONOMIA UE

Il Regolamento (UE) 2020/852 (di seguito anche “Regolamento”) ha stabilito i criteri per determinare se un’attività economica possa considerarsi ecosostenibile, al fine di individuare il grado di ecosostenibilità degli investimenti, nel contesto più ampio delle scelte di promozione della finanza sostenibile.

In linea alle disposizioni del Regolamento, qualsiasi impresa soggetta all’obbligo di pubblicare informazioni di carattere non finanziario ai sensi dell’art. 19-*bis* o dell’art. 29-*bis* della Direttiva 2013/34/UE deve includere nella DNF informazioni su come e in che misura le attività dell’impresa siano associate ad attività economiche considerate ecosostenibili ai sensi degli artt. 3 e 9 del Regolamento. In particolare, le imprese non finanziarie, come il Gruppo Mondadori, sono chiamate a comunicare:

- a. la quota del loro fatturato proveniente da prodotti o servizi associati ad attività economiche considerate ecosostenibili ai sensi degli artt. 3 e 9 del Regolamento;
- b. la quota delle loro spese in conto capitale e la quota delle spese operative relativa ad attivi o processi associati ad attività economiche considerate ecosostenibili ai sensi degli artt. 3 e 9 del Regolamento.

Il Gruppo Mondadori ha esaminato l’elenco delle attività economiche incluse nella documentazione di riferimento, che a oggi è disponibile esclusivamente per gli obiettivi di Mitigazione dei cambiamenti climatici e Adeguamento ai cambiamenti climatici,

due dei sei obiettivi ambientali definiti dall’art. 9 del Regolamento. Tale processo di analisi è stato realizzato confrontando le attività economiche del Gruppo con quelle definite dalla documentazione tecnica di riferimento a oggi disponibile, non solo attraverso la comparazione dei rispettivi codici ATECO/NACE, ma anche e soprattutto attraverso una valutazione della sostanziale correlazione tra queste.

Alla data di pubblicazione del presente documento, sulla base dell’interpretazione maturata dal Gruppo, le attività editoriali che caratterizzano il suo operato non sono incluse tra quelle a oggi identificate dalla normativa di riferimento per i due obiettivi ambientali di cui sopra, e di conseguenza non sono considerabili come ammissibili. Alla luce di tale interpretazione, ai sensi delle richieste del Regolamento, il Gruppo ha calcolato la proporzione del fatturato, delle spese in conto capitale e delle spese operative legate ad attività economiche attualmente considerate essere ammissibili o non ammissibili con riferimento agli obiettivi di *Mitigazione dei cambiamenti climatici* e *Adeguamento ai cambiamenti climatici* definiti, riscontrando un valore di 0% ammissibile, al netto di alcuni OpEx e CapEx residuali, la cui somma non risulta essere significativa.

La pubblicazione della normativa tecnica di riferimento per gli ulteriori obiettivi ambientali definiti dall’art. 9 del Regolamento, così come ulteriori evoluzioni nell’interpretazione del Regolamento, potrebbe portare a modifiche sostanziali nelle valutazioni e nel processo di calcolo di tali KPI per il prossimo anno di rendicontazione.

# GRI - PERIMETRO E TIPOLOGIA DEGLI IMPATTI

Tematica materiale	Ambito D.Lgs. 254/2016	Aspetti GRI
<b>Integrità di business e lotta alla corruzione<sup>26</sup></b>	Lotta alla corruzione attiva e passiva	Anticorruzione
	Sociale	Comportamento anticoncorrenziale
	Sociale	Compliance socio-economica
	Sociale	Imposte
<b>Performance economica</b>	Sociale	Performance economica
<b>Ciclo di vita del prodotto cartaceo<sup>27</sup></b>	Ambiente	Materiali
		Emissioni
<b>Climate Change</b>	Ambiente	Energia

<sup>26</sup> Tematiche non sottoposte ad analisi di materialità ma ugualmente rendicontate in quanto considerate imprescindibili nella rendicontazione non finanziaria

<sup>27</sup> Tematiche non sottoposte ad analisi di materialità ma ugualmente rendicontate in quanto considerate imprescindibili nella rendicontazione non finanziaria

Indicatori GRI	Perimetro della tematica materiale		Limitazioni al perimetro	
	Dove avviene l'impatto	Tipologia d'impatto	Interno	Esterno
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 205-3				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 206-1	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 419-1				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 207-1/4				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 201-4	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 301-1 GRI 301-2	Gruppo, distributori, fornitori di carta, fornitori di stampa	Generato dal Gruppo e connesso alle attività del Gruppo	Rendicontazione parzialmente estesa a Rizzoli International Publications	Rendicontazione parzialmente estesa ai distributori e non estesa ai fornitori di carta, di stampa
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 305-1 GRI 305-2 GRI 305-3 GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 302-1	Gruppo, distributori, fornitori di carta, fornitori di stampa, franchisee	Generato dal Gruppo e connesso alle attività del Gruppo	Rendicontazione parzialmente estesa a Rizzoli International Publications	Rendicontazione parzialmente estesa ai distributori e non estesa ai fornitori di carta, di stampa e ai franchisee

Tematica materiale	Ambito D.Lgs. 254/2016	Aspetti GRI
<b>Diversità, equità e inclusione</b>	Personale / Rispetto dei diritti umani	Diversità e pari opportunità
<b>Facilità di fruizione del contenuto</b>	Sociale	Diffusione dei contenuti <sup>28</sup> (M)
		Diritti culturali <sup>29</sup> (M)
	Rispetto dei diritti umani	Rappresentazione dei diritti umani <sup>30</sup>
<b>Gestione degli impatti ambientali</b>	Ambiente	Rifiuti
<b>66 Innovazione strategica di business</b>	Sociale	Tema non GRI
<b>Istruzione e mondo delle scuole</b>	Sociale	Diffusione dei contenuti <sup>31</sup> (M)
<b>Privacy e protezione dei dati</b>	Sociale	Privacy dei clienti
	Rispetto dei diritti umani	Protezione della privacy <sup>32</sup> (M)
<b>Promozione della lettura e della crescita socio-culturale</b>	Sociale	Interazione con il pubblico <sup>33</sup> (M)
		Alfabetizzazione mediatica <sup>34</sup> (M)

<sup>28</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

<sup>29</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

<sup>30</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

<sup>31</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

<sup>32</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

<sup>33</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

<sup>34</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

Indicatori GRI	Perimetro della tematica materiale		Limitazioni al perimetro	
	Dove avviene l'impatto	Tipologia d'impatto	Interno	Esterno
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 405-1 GRI 405-2	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 M4				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 306-1 GRI 306-2 GRI 306-3	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 M4	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 418-1	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 M6	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 M7				

<b>Tematica materiale</b>	<b>Ambito D.Lgs. 254/2016</b>	<b>Aspetti GRI</b>
<b>Responsabilità di contenuto</b>	Sociale	Creazione dei contenuti <sup>35</sup> (M)
<b>Salute e sicurezza sul luogo di lavoro</b>	Personale / Rispetto dei diritti umani	Salute e sicurezza dei lavoratori
	Sociale	Libertà di espressione <sup>36</sup> (M)
<b>Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore</b>	Rispetto dei diritti umani	Politiche pubbliche
		Diritti culturali <sup>37</sup> (M)
		Occupazione
<b>Valorizzazione e gestione del capitale umano</b>	Personale	Formazione e istruzione
		Relazioni industriali
<b>Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali</b>	Sociale	Tema non GRI

<sup>35</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

<sup>36</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

<sup>37</sup> (M): temi materiali da G4 Sector Disclosures – Media

Indicatori GRI	Perimetro della tematica materiale		Limitazioni al perimetro	
	Dove avviene l'impatto	Tipologia d'impatto	Interno	Esterno
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 M2	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 403-1/7 GRI 403-9	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 415-1	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 401-1				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 404-1 GRI 404-2	Gruppo	Generato dal Gruppo	-	-
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3 GRI 402-1				
GRI 103-1 GRI 103-2 GRI 103-3	Gruppo, franchisee	Generato dal Gruppo	-	Rendicontazione non estesa ai franchisee



# GRI CONTENT INDEX

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
<b>GRI 101: Principi di rendicontazione (2016)</b>			
<b>GRI 102: Informativa generale (2016)</b>			
<b>Profilo dell'organizzazione</b>			
	102-1 Nome dell'organizzazione	Nota metodologica	
	102-2 Attività, marchi, prodotti e servizi	Descrizione sintetica delle attività del Gruppo (Relazione finanziaria annuale 2021)	
	102-3 Luogo della sede principale	Segrate - Milano	
	102-4 Luogo delle attività	Italia - Stati Uniti	
	102-5 Proprietà e forma giuridica	2.2.6 Indipendenza editoriale	
	102-6 Mercati serviti	Descrizione sintetica delle attività del Gruppo (Relazione finanziaria annuale 2021);	
	102-7 Dimensione dell'organizzazione	Nota metodologica 3.1.1 Le persone del Gruppo Mondadori	
	102-8 Informazioni sui dipendenti e gli altri lavoratori	3.1.1 Le persone del Gruppo Mondadori	
	102-9 Catena di fornitura	4.2 Il ciclo di vita del prodotto cartaceo	
	102-10 Modifiche significative all'organizzazione e alla sua catena di fornitura	Nota Metodologica 3.1.2 Evoluzione organizzativa e relazioni industriali	
	102-11 Principio di precauzione	Nota metodologica	
	102-12 Iniziative esterne	2.3.1 Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali 3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	
	102-13 Adesione ad associazioni	2.2.7 Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore	
<b>Strategia</b>			
	102-14 Dichiarazione di un alto dirigente	Lettera agli stakeholder (Relazione finanziaria annuale 2021)	
	102-15 Impatti chiave, rischi e opportunità	2.3 I principali rischi di natura non finanziaria	
<b>Etica e integrità</b>			
	102-16 Valori, principi, standard e norme di comportamento	1. La sostenibilità per il Gruppo Mondadori 2.2 Etica e integrità del Gruppo 3.SOCIALE Valorizzazione di persone, contenuti e luoghi per l'educazione e la cultura	

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
<b>Governance</b>			
	102-18 Struttura della governance	2.1 Sistema di governance	
<b>Coinvolgimento degli stakeholder</b>			
	102-40 Elenco dei gruppi di stakeholder	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder	
	102-41 Accordi di contrattazione collettiva	3.1.2 Evoluzione organizzativa e relazioni industriali	
	102-42 Individuazione e selezione degli stakeholder	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder	
	102-43 Modalità di coinvolgimento degli stakeholder	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder	
	102-44 Temi e criticità chiave sollevati	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder	
<b>Pratiche di rendicontazione</b>			
	102-45 Soggetti inclusi nel bilancio consolidato	Nota metodologica	
	102-46 Definizione del contenuto del report e perimetri dei temi	Nota metodologica	
	102-47 Elenco dei temi materiali	GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	102-48 Revisione delle informazioni	Nota metodologica	
	102- 49 Modifiche nella rendicontazione	Nota metodologica	
	102- 50 Periodo di rendicontazione	Nota metodologica	
	102-51 Data del report più recente	Nota metodologica	
	102-52 Periodicità della rendicontazione	Nota metodologica	
	102-53 Contatti per richiedere informazioni riguardanti il report	csr@mondadori.it tel. +39 02 7542 3159	
	102-54 Dichiarazione sulla rendicontazione in conformità al GRI Standards	Nota metodologica	
	102-55 Indice dei contenuti GRI	Nota metodologica	
	102-56 Assurance esterna	Nota metodologica/ Relazioni della Società di Revisione	
<b>Material Topics</b>			
<b>GRI 200 Economic Standard Series</b>			
<b>Performance economiche</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder 2.4 Innovazione strategica di business GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	Nota metodologica 2.4 Innovazione strategica di business	

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
GRI 201 – Performance economiche (2016)	201-4 Assistenza finanziaria ricevuta dal Governo	2.2.6 Indipendenza editoriale	
<b>Anticorruzione</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder 2.4 Innovazione strategica di business GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.1 Lotta alla corruzione 2.4 Innovazione strategica di business	
GRI 205: Anticorruzione (2016)	205-3 Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	2.2.1 Lotta alla corruzione	
<b>Comportamento anticoncorrenziale</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder 2.4 Innovazione strategica di business GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Market abuse 2.4 Innovazione strategica di business	
GRI 206: Comportamento anticoncorrenziale (2016)	206-1 Azioni legali per comportamento anticoncorrenziale, antitrust e pratiche monopolistiche	2.2.2 Market abuse	
<b>Imposte</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder 2.4 Innovazione strategica di business GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.5 Politica fiscale	
GRI 207: Imposte (2019)	207-1 Approccio alla fiscalità	2.2.5 Politica fiscale	
	207-2 Governance fiscale, controllo e gestione del rischio	2.2.5 Politica fiscale	
	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder 2.2.5 Politica fiscale	
	207-4 Rendicontazione Paese per Paese	2.2.5 Politica fiscale	

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
<b>GRI 300 Environmental Standards Series</b>			
<b>Materiali</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	4.1 La gestione degli impatti ambientali	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.3 I principali rischi di natura non finanziaria 4.1 La gestione degli impatti ambientali	
GRI 301: Materiali (2016)	301-1 Materiali utilizzati per peso o volume	4.2.2 La logistica e il fine vita dei prodotti editoriali 4.3.2 Interventi di risparmio energetico realizzati nel 2021	
	301-2 Materiali utilizzati che provengono da riciclo	4.2.2 La logistica e il fine vita dei prodotti editoriali 4.3.2 Interventi di risparmio energetico realizzati nel 2021	
<b>Energia</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	4.1 La gestione degli impatti ambientali	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.3 I principali rischi di natura non finanziaria 4.1 La gestione degli impatti ambientali	
GRI 302: Energia (2016)	302-1 Energia consumata all'interno dell'organizzazione	4.2.3 La riduzione dei consumi energetici e la lotta al cambiamento climatico	
<b>Emissioni</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	Le emissioni di Scope 3 includono, per l'Italia, le emissioni legate ai consumi di carta, ai viaggi di lavoro e alle spedizioni dei periodici verso i distributori locali; per gli Stati Uniti includono le emissioni legate ai consumi di carta
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	4.1 La gestione degli impatti ambientali	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.3 I principali rischi di natura non finanziaria 4.1 La gestione degli impatti ambientali	

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
GRI 305: Emissioni (2016)	305-1 Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	4.2.3 La riduzione dei consumi energetici e la lotta al cambiamento climatico	
	305-2 Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	4.2.3 La riduzione dei consumi energetici e la lotta al cambiamento climatico	
	305-3 Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	4.2.3 La riduzione dei consumi energetici e la lotta al cambiamento climatico	
<b>Rifiuti</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	4.1 La gestione degli impatti ambientali 4.3.1 Rifiuti	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.3 I principali rischi di natura non finanziaria 4.1 La gestione degli impatti ambientali	
GRI 306: Rifiuti (2020)	306-1: Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	2.3 I principali rischi di natura non finanziaria 4.1 La gestione degli impatti ambientali 4.3.1 Rifiuti	I dati relativi alla produzione di rifiuti si riferiscono alla sola sede di Segrate di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.
	306-2: Gestione degli impatti significativi connessi ai rifiuti	2.3 I principali rischi di natura non finanziaria 4.1 La gestione degli impatti ambientali 4.3.1 Rifiuti	
	306-3: Rifiuti prodotti	4.3.1 Rifiuti	
<b>GRI 400 Social Standards Series</b>			
<b>Occupazione</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.1 Valorizzazione e gestione del capitale umano 3.1.1 Le persone del Gruppo Mondadori	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	3.1 Valorizzazione e gestione del capitale umano	
GRI 401: Occupazione (2016)	401-1 Nuove assunzioni e turnover	3.1.1 Le persone del Gruppo Mondadori	
<b>Relazioni industriali</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.1.2 Evoluzione organizzativa e relazioni industriali	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	3. SOCIALE Valorizzazione di persone, contenuti e luoghi per l'educazione e la cultura 3.1.2 Evoluzione organizzativa e relazioni industriali	

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (2016)	402-1 Periodo minimo di preavviso per cambiamenti operativi	3.1.2 Evoluzione organizzativa e relazioni industriali	
<b>Salute e sicurezza sul lavoro</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	Nota metodologica 1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	3. SOCIALE Valorizzazione di persone, contenuti e luoghi per l'educazione e la cultura 3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagini sugli incidenti	3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
	403-4 Partecipazione e consultazione dei lavoratori e comunicazione in materia di salute e sicurezza sul lavoro	3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro all'interno delle relazioni commerciali	3.3 Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	
	403-9 Infortuni sul lavoro	3.3.14 Infortuni sul lavoro	I dati relativi alle ore lavorate si riferiscono alle sole società italiane. Per gli Stati Uniti il dato non è disponibile
<b>Formazione e istruzione</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.1.3 Formazione e sviluppo	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	3. SOCIALE Valorizzazione di persone, contenuti e luoghi per l'educazione e la cultura 3.1.3 Formazione e sviluppo	

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	404-1 Ore medie di formazione annua per dipendente	3.1.3 Formazione e sviluppo	
	404-2 Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	3.1.3 Formazione e sviluppo	
<b>Diversità e pari opportunità</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.2 Diversità, equità e inclusione	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	3.2 Diversità, equità e inclusione	
GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	3.2 Diversità, equità e inclusione	
	405-2: Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	3.2 Diversità, equità e inclusione	
<b>Politica pubblica</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.2.6 Indipendenza editoriale	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.6 Indipendenza editoriale	
GRI 415: Politica pubblica (2016)	415-1 Contributi politici	2.2.6 Indipendenza editoriale	
<b>Privacy dei clienti</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 2.2.4 Privacy e protezione dei dati	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 2.2.4 Privacy e protezione dei dati	
GRI 418: Privacy dei clienti (2016)	418-1 Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	2.2.4 Privacy e protezione dei dati	

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
<b>Compliance socio-economica</b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.2.3 Compliance	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.3 Compliance	
GRI 419: Compliance socioeconomica (2016)	419-1 Non conformità con leggi e normative in materia sociale ed economica	2.2.3 Compliance	
<b>Creazione dei contenuti<sup>38</sup></b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.6 Responsabilità di contenuto	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 3.6 Responsabilità di contenuto	
M2	Metodologia per la valutazione e il monitoraggio dell'aderenza ai valori di creazione dei contenuti	3.6 Responsabilità di contenuto	
<b>Diffusione dei contenuti<sup>39</sup></b>			
GRI 103: Modalità di gestione 2016	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 3.4 Istruzione e mondo delle scuole 3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale 3.6 Responsabilità di contenuto 3.7 Facilità di fruizione del contenuto	
M4	Azioni intraprese per migliorare le prestazioni in relazione alle questioni di diffusione dei contenuti (accessibilità e protezione del pubblico vulnerabile e processo decisionale informato) e risultati ottenuti	3.4 Istruzione e mondo delle scuole 3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale 3.6 Responsabilità di contenuto 3.7 Facilità di fruizione del contenuto	

<sup>38</sup>GRI G4 Media Sector Disclosure

<sup>39</sup>GRI G4 Media Sector Disclosure



GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
<b>Interazione con il pubblico<sup>40</sup></b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	
M6	Metodi per interagire con il pubblico e risultati	3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	
<b>Alfabetizzazione mediatica<sup>41</sup></b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	
M7	Azioni intraprese per responsabilizzare il pubblico attraverso lo sviluppo delle competenze di alfabetizzazione mediatica e i risultati ottenuti	3.5 Promozione della lettura e della crescita socioculturale	
<b>Libertà di espressione<sup>42</sup></b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.2.7 Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 2.2.7 Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore	
<b>Rappresentazione dei diritti umani<sup>43</sup></b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.2 Etica e integrità del Gruppo 2.2.4 Privacy e protezione dei dati	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 2.2.4 Privacy e protezione dei dati	

<sup>40</sup>GRI G4 Media Sector Disclosure

<sup>41</sup>GRI G4 Media Sector Disclosure

<sup>42</sup>GRI G4 Media Sector Disclosure

<sup>43</sup>GRI G4 Media Sector Disclosure

GRI Standards	Disclosure	Riferimento di sezione	Note/Omissioni
<b>Diritti culturali<sup>44</sup></b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.2 Etica e integrità del Gruppo 2.2.7 Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 2.2.7 Tutela della proprietà intellettuale e del diritto d'autore	
<b>Protezione della privacy<sup>45</sup></b>			
GRI 103: Modalità di gestione (2016)	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.2 Etica e integrità del Gruppo 2.2.4 Privacy e protezione dei dati	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.2.2 Rischi connessi alle tematiche sociali e ai diritti umani 2.2.4 Privacy e protezione dei dati	
<b>Temi materiali non GRI</b>			
<b>Innovazione strategica di business</b>	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.4 Innovazione strategica di business	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.3 I principali rischi di natura non finanziaria 2.4 Innovazione strategica di business	
<b>Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali</b>	103-1 Spiegazione del tema materiale e del relativo perimetro	1.2 L'analisi di materialità e il coinvolgimento degli stakeholder GRI – Perimetro e tipologia degli impatti	
	103-2 La modalità di gestione e le sue componenti	2.3.1 Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali 2.3 I principali rischi di natura non finanziaria	
	103-3 Valutazione delle modalità di gestione	2.3.1 Valorizzazione e reputazione di brand e marchi editoriali	

79

Per il Consiglio di Amministrazione  
Il Presidente  
Marina Berlusconi



<sup>44</sup> GRI G4 Media Sector Disclosure

<sup>45</sup> GRI G4 Media Sector Disclosure

# **RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE**



Building a better  
working world

EY S.p.A.  
Via Meravigli, 12  
20123 Milano

Tel: +39 02 722121  
Fax: +39 02 722122037  
ey.com

## 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 del regolamento Consob adottato con Delibera n. 20267 del 18 gennaio 2018

Al Consiglio di Amministrazione della  
Arnoldo Mondadori Editore S.p.A.

Ai sensi dell'articolo 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (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 della Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e sue controllate (Gruppo) relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2021 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto, presentata nella specifica sezione della relazione sulla gestione e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 16 marzo 2022 (DNF).

L'esame limitato da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "4.4 *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 della DNF in conformità a quanto richiesto dagli articoli 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards" definiti dal GRI - Global Reporting Initiative (GRI Standards), da essi individuato come standard di rendicontazione.

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

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

EY S.p.A.  
Sede Legale: Via Meravigli, 12 - 20123 Milano  
Sede Secondaria: Via Lombardia, 31 - 00187 Roma  
Capitale Sociale Euro 2.525.000.000 i.v.  
Iscritta alla S.O. del Registro delle Imprese presso la CCIAA di Milano Monza Brianza Lodi  
Codice fiscale e numero di iscrizione 00434610564 - numero R.E.A. di Milano 806156 - P.IVA 00891231053  
Iscritta al Registro Revisori Legali al n. 70915 Pubblicato sulla G.U. Suppl. 13 - IV Serie Speciale del 17/2/1998  
Iscritta all'Albo Speciale delle società di revisione  
Consob al progressivo n. 2 delibera n. 10831 del 16/7/1997

A member firm of Ernst & Young Global Limited



Building a better  
working world

## Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards) (IESBA Code)* 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*" (*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:

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

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



Building a better  
working world

5. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nella DNF.  
In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e con il personale della Mondadori Media S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l'aggregazione, l'elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione della DNF.

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

- a livello di gruppo:
  - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate ed ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
  - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per le società Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e Mondadori Media S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato incontri da remoto nel corso dei 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 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 non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "4.4 *Tassonomia UE*" della stessa, richieste dall'art.8 del Regolamento europeo 2020/852.

Milano, 30 marzo 2022

EY S.p.A.

Luca Pellizzoni  
(Revisore Legale)

