



CAIROCOMMUNICATION

**Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario
al 31 Dicembre 2017**

Cairo Communication S.p.A.
Sede Sociale in Milano
Corso Magenta 55
Capitale Sociale Euro 6.989.663,10



Indice

Premessa	4
Nota Metodologica	5
1. Il modello di business del Gruppo Cairo Communication	6
2. L'approccio del Gruppo Cairo Communication verso i temi di natura non finanziaria.....	10
2.1 <i>Coinvolgimento degli stakeholder</i>	10
2.2 <i>Temi materiali</i>	12
3. Il modello di governance e di gestione del rischio del Gruppo Cairo Communication .	13
3.1 <i>Il Codice Etico</i>	13
3.2 <i>Il Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.lgs. 231/01.....</i>	14
3.3 <i>Politiche aziendali in ambito di sostenibilità.....</i>	15
3.4 <i>Adesione a codici e associazioni</i>	16
3.5 <i>Struttura di governance di Cairo Communication S.p.A.</i>	20
3.6 <i>Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi del Gruppo Cairo Communication</i>	21
4. Anticorruzione.....	23
5. Diritti umani	23
5.1 <i>Politiche praticate dall'organizzazione</i>	24
5.2 <i>Principali rischi e modalità di gestione</i>	24
6. Impegno verso il Pubblico	24
6.1 <i>Libertà di espressione, informazione corretta e di qualità</i>	24
6.2 <i>Diffusione dei valori dello sport</i>	25
6.3 <i>Pubblicità responsabile</i>	26
6.4 <i>Accessibilità dell'output e evoluzione digitale</i>	27
6.5 <i>Privacy</i>	28
6.6 <i>Tutela della proprietà intellettuale</i>	29
7. Gestione degli aspetti relativi al personale	29
7.1 <i>Politiche praticate dall'organizzazione</i>	30
7.2 <i>Principali rischi</i>	32
7.3 <i>Modalità di gestione</i>	32



7.4	<i>Pari opportunità</i>	33
7.5	<i>Sviluppo delle competenze</i>	34
7.6	<i>Dialogo con le parti sociali</i>	35
7.7	<i>Salute e Sicurezza</i>	36
8.	Creazione di valore per la comunità	39
9.	Gestione responsabile della catena di fornitura	45
9.1	<i>Politiche praticate dall'organizzazione</i>	45
9.2	<i>Principali rischi</i>	45
9.3	<i>Modalità di gestione</i>	46
10.	Tutela dell'ambiente	49
10.1	<i>Politiche praticate dall'organizzazione</i>	50
10.2	<i>Principali rischi</i>	50
10.3	<i>Modalità di gestione</i>	51
11.	Allegati	57
11.1	<i>Perimetro di rendicontazione</i>	57
11.2	<i>Tabella di correlazione GRI-Materialità</i>	58
11.3	<i>GRI Content Index</i>	59
11.4	<i>Tabelle degli indicatori della Dichiarazione</i>	64



Premessa

L'attenzione alla "responsabilità sociale d'impresa", connessa alla richiesta di diffusione di informazioni non finanziarie, è attualmente crescente in quanto basata sulla valutazione che il successo nel tempo delle aziende dipende anche dalla loro capacità di generare valore, da una parte limitando il più possibile l'utilizzo di risorse naturali e dall'altra massimizzando gli impatti positivi in termini di creazione di posti di lavoro e offerta di prodotti/servizi ad alto valore aggiunto per i clienti e la comunità, nel caso specifico garantendo libertà, correttezza e pluralismo dell'informazione.

Per riuscire a dimostrare il proprio valore in un orizzonte temporale di medio-lungo termine ed attrarre gli investitori, le organizzazioni stanno evolvendo le proprie forme di comunicazione verso gli stakeholder (interni ed esterni) per rappresentare compiutamente tali informazioni non finanziarie al mercato.

Il Gruppo Cairo Communication (nel seguito anche il "Gruppo"), anche a seguito dell'acquisizione del controllo di RCS MediaGroup (nel seguito anche "RCS") nel corso del 2016, è un grande gruppo editoriale multimediale, dotato di una leadership stabile e indipendente.

Facendo leva sull'elevata qualità e diversificazione dei prodotti nel settore dei quotidiani, periodici, televisione, radio, web ed eventi sportivi si posiziona come operatore di riferimento nel mercato italiano, con una forte presenza internazionale in Spagna.

Il Gruppo da sempre persegue il raggiungimento dei suoi obiettivi in modo sostenibile: la responsabilità sociale è concepita come parte integrante dell'abituale attività d'impresa. Il Gruppo crede nel ruolo e nella valenza sociale dell'impresa in primo luogo nei confronti dei propri dipendenti e collaboratori, che sono i primi portatori d'interesse interni.

Allo stesso tempo, nello svolgimento della propria attività, il Gruppo lavora per garantire ai portatori di interesse esterni elevati livelli di servizio tramite la produzione e la divulgazione di cultura, informazione ed intrattenimento nel rispetto dei principi di libertà, correttezza e pluralismo, anche attraverso lo sviluppo e l'innovazione tecnologica di tutte le piattaforme di comunicazione.

Il Gruppo si propone di essere un punto di riferimento e di aggregazione per la società civile a livello internazionale, nonché una fonte autorevole, innovativa e rilevante di stimoli e arricchimento culturale per ciascun lettore e cittadino.

Le strategie industriali e finanziarie e le conseguenti condotte operative sono orientate a rendere il Gruppo Cairo Communication sempre più solido e in grado di preservare in modo sostenibile la propria indipendenza.



Nota Metodologica

Standard applicati

La presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario, redatta in conformità alle richieste degli articoli 3 e 4 del D.lgs. 254/16, intende fornire un quadro complessivo di politiche, principali rischi e modalità di gestione delle tematiche di sostenibilità ritenute rilevanti dal Gruppo Cairo Communication.

Inoltre, rendiconta ai diversi stakeholder di riferimento i progetti realizzati e le performance non finanziarie raggiunte durante l'esercizio 2017 (ove possibile indicando i relativi dati comparativi del 2016). Lo standard di rendicontazione utilizzato è il "GRI Sustainability Reporting Standards", opzione Core, pubblicato dal Global Reporting Initiative nel 2016.

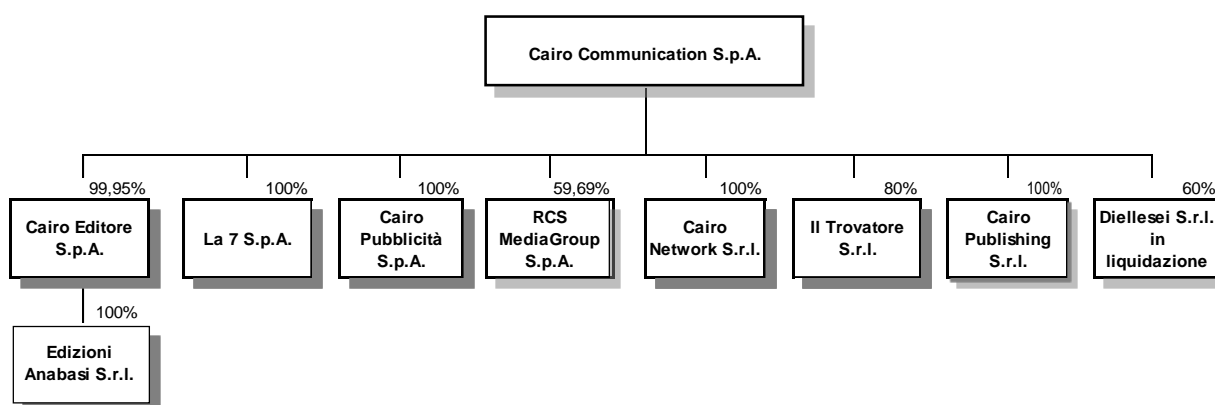
I dati e le informazioni inclusi nella presente Dichiarazione derivano da sistemi informativi aziendali o da fonti esterne attendibili. I dati sono stati elaborati mediante calcoli puntuali o, ove specificamente indicato, mediante stime.

Analisi di materialità

Per la definizione dei singoli temi su cui fornire l'informativa non finanziaria ai sensi del D.Lgs. 254/2016, è stata svolta un'analisi di materialità in accordo a quanto previsto dal "GRI Sustainability Reporting Standards". Le fasi del processo di identificazione di tali temi sono descritte nel capitolo 2.

Perimetro della Dichiarazione

Si riporta di seguito la rappresentazione della struttura del Gruppo Cairo Communication.



Le informazioni contenute all'interno del presente documento riguardano il Gruppo Cairo Communication costituito dalla Capogruppo Cairo Communication S.p.A. e le società consolidate integralmente (ad esclusione delle società in liquidazione, non attive o le società considerate non significative). Per l'elenco



completo delle società incluse ed escluse dalla presente Dichiarazione, si faccia riferimento al paragrafo 11.1 “Perimetro di rendicontazione”.

1. Il modello di business del Gruppo Cairo Communication

Il Gruppo Cairo Communication opera in qualità di:

- editore di periodici, attraverso Cairo Editore e la sua divisione Editoriale Giorgio Mondadori, e di libri tramite Cairo Publishing;
- editore televisivo (La7 e La7d) ed internet (la7.it, tg.la7.it);
- operatore di rete tramite Cairo Network il cui “mux” è utilizzato a partire da gennaio 2017 per la trasmissione dei canali de La7;
- concessionaria multimediale attraverso Cairo Pubblicità per la vendita di spazi pubblicitari sui mezzi televisivo, stampa, internet e stadi;

Periodici	
TV & Web E App	
Pubblicità	



- editore di quotidiani, periodici e collaterali attraverso RCS MediaGroup e le sue controllate in Italia (*Corriere della Sera* e *La Gazzetta dello Sport*) ed in Spagna (*El Mundo*, *Marca* e *Expansion*);
- emittente radiofonico in Spagna con la prima radio sportiva nazionale *Radio Marca*; inoltre opera con le web tv di *El Mundo* e *Marca* ed emette attraverso il multiplex *Vevo* i due canali di tv digitale *Gol Television* e *Discovery Max*, gestiti da terzi;
- editore nel settore *pay* della comunicazione televisiva attraverso la società *Digicast* di RCS, dei canali televisivi satellitari *Lei*, *Dove*, *Caccia & Pesca* e delle web tv del *Corriere della Sera* e de *La Gazzetta dello Sport*;
- organizzatore di eventi sportivi di significativa rilevanza a livello nazionale ed internazionale, sia in Italia attraverso RCS (in particolare il *Giro d'Italia* e la *Milano City Marathon*) che in Spagna attraverso *Last Lap*, che è ritenuta un punto di riferimento nell'organizzazione di eventi di massa.
- concessionaria multimediale attraverso RCS, di raccolta pubblicitaria in Italia e Spagna, per la vendita di una diversificata offerta di comunicazione sui propri quotidiani e periodici nonché su differenziati mezzi di comunicazione quali digital edition, web, mobile e tablet;
- editore di libri (*Solferino*) a partire dal 2018.

Quotidiani
e Periodici



Sport e
Eventi



Pubblicità



Libri





Il Gruppo Cairo Communication opera, nel rispetto degli obiettivi di efficienza e di crescita dei ricavi, attraverso lo sviluppo di nuove iniziative nell'ottica della sostenibilità nel medio-lungo periodo delle attività di business.



In un contesto ancora caratterizzato da incertezza, con i mercati di riferimento in calo (diffusioni e pubblicità in Italia e diffusioni in Spagna), nel 2017 il Gruppo ha realizzato un forte miglioramento dei risultati rispetto all'anno precedente ed ha mantenuto e rafforzato la propria posizione di mercato.





Il seguente prospetto del valore economico è una riclassificazione del conto economico consolidato che rappresenta la ricchezza prodotta e ridistribuita dal Gruppo ai soggetti considerati portatori di interesse nell'esercizio 2017. In particolare, indica la "capacità dell'organizzazione di creare valore per i propri stakeholder".

(Milioni di euro)	31/12/2017
A) Valore economico direttamente generato	1.162,7
Ricavi	1.115,7
Altri proventi	26,1
Proventi finanziari e interessi attivi	2,6
Utili/perdite da partecipazioni	18,3
B) Valore economico distribuito	1.008,2
Remunerazione dei fornitori	570,3
Costi per godimento di beni di terzi	60,9
Remunerazione del personale	321,4
Remunerazione dei finanziatori	27,3
Remunerazione della pubblica amministrazione	17,4
Oneri diversi di gestione	10,5
Liberalità, contributi associativi e sponsorizzazioni	0,4
C) Valore economico trattenuto dal Gruppo C=A-B	154,5
Ammortamenti e svalutazioni	54,9
Accantonamento ai fondi	11,2
Imposte differite/anticipate	5,1
Risultato dell'esercizio di pertinenza di terzi	31,3
Risultato dell'esercizio di pertinenza del Gruppo	52,0

Il valore economico generato dal Gruppo Cairo Communication nel 2017 è stato 1.162,7 milioni di Euro, la cui distribuzione è così ripartita:

- i costi operativi, che includono la remunerazione dei fornitori, i costi per godimento beni di terzi e gli oneri diversi di gestione, sono pari a 641,8 milioni di Euro;
- la remunerazione del personale è stata di 321,4 milioni di Euro;
- la remunerazione dei finanziatori è stata pari a 27,3 milioni di Euro;
- la remunerazione della pubblica amministrazione (relativa principalmente alle imposte correnti) è pari a 17,4 milioni di Euro.

Si segnala, inoltre, che la remunerazione degli azionisti, tramite la distribuzione dei dividendi relativi all'esercizio 2016 ed avvenuta nel 2017, è stata pari a 6,7 milioni di Euro.

Nel corso del periodo di rendicontazione non sono stati ricevuti contributi all'editoria né in Italia né in Spagna.



Infine, si evidenzia che:

- per maggiori informazioni in merito alla situazione economica, finanziaria e patrimoniale del Gruppo Cairo Communication, si rimanda alla “Relazione Finanziaria Annuale”, disponibile nella sezione Informazioni finanziarie del sito internet www.cairocommunication.it;
- le informazioni relative all’assetto proprietario sono riportate all’interno della “Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari”, disponibile nella sezione Corporate Governance del sito internet www.cairocommunication.it, a cui si rimanda.

2. L’approccio del Gruppo Cairo Communication verso i temi di natura non finanziaria

Il Gruppo Cairo Communication nel corso del 2017 ha avviato un processo di identificazione degli stakeholder – in linea con i principi del GRI Sustainability Reporting Standards - con l’obiettivo di meglio comprenderne le relative attese ed aspettative nonché di realizzare la prima analisi di materialità di Gruppo. La comprensione degli impatti che la propria attività ha verso l’esterno e la conseguente definizione delle tematiche maggiormente rilevanti in tale contesto, rappresentano i primi passi per un percorso di sostenibilità in grado di generare valore per il business e la comunità.

2.1 Coinvolgimento degli stakeholder

La relazione con gli stakeholder è da sempre considerata dal Gruppo Cairo Communication uno degli elementi chiave per la “creazione di valore condiviso”. Il Gruppo considera stakeholder tutti i soggetti che sono portatori di legittimi interessi - impliciti o espliciti - influenzati dalle sue attività.





L'identificazione dei portatori d'interesse rispetto a tematiche non finanziarie rappresenta un'attività essenziale che è stata condotta attraverso il coinvolgimento dei principali rappresentanti del management, collocandosi nel più generale percorso di sostenibilità intrapreso dal Gruppo.

Nella tabella di seguito riportata, si elencano gli stakeholder identificati, interni ed esterni, e le principali modalità di coinvolgimento degli stessi ad oggi utilizzate dal Gruppo:

Categorie di stakeholder	Stakeholder	Modalità di coinvolgimento e comunicazione
Risorse Umane	Dipendenti, Giornalisti e Sindacati	Diffusione del Codice Etico, momenti di formazione, intranet aziendale, confronti e negoziazioni con le Organizzazioni Sindacali.
Mercato, comunità finanziaria e finanziatori	Azionisti, analisti finanziari, finanziatori, istituti finanziari, competitor	Relazioni finanziarie periodiche, Relazione di Corporate Governance, Assemblea degli azionisti, road show, sito internet, incontri ed e-mail dedicati.
Istituzioni	Organi regolatori nazionali ed europei, organi di governo, comunità locali, P.A., scuole e università, federazioni sportive	Convegni, incontri periodici con le autorità e le istituzioni
Business Partner	Fornitori, associazioni sportive, catena distributiva	Portale fornitori, incontri dedicati, partnership
Pubblico, Clienti retail e clienti business	Clienti pubblicitari/sponsor, broadcasters, abbonati, acquirenti dei prodotti, utenti, social media, pubblico sportivo, protagonisti delle notizie	Sito internet, Social network, incontri dedicati, mailing list e newsletter
Ambiente	Collettività e territorio	Organizzazione di eventi, incontri dedicati, partnership con enti locali per organizzazione di eventi sportivi

La presente Dichiarazione non finanziaria rende disponibile agli stakeholder una rendicontazione strutturata dei risultati conseguiti e degli obiettivi di miglioramento che si intendono perseguire in ambito sociale e ambientale.

Nel percorso di sostenibilità intrapreso, le attività di coinvolgimento e confronto con gli stakeholder sviluppate in questo primo anno non hanno portato all'identificazione di criticità. Ad ogni modo, il Gruppo si impegna ad una progressiva strutturazione delle modalità di ascolto ed *engagement* degli stakeholder relativamente alle tematiche non finanziarie, nonché all'identificazione delle modalità e degli strumenti di coinvolgimento più idonei, in risposta alle caratteristiche e necessità dei diversi gruppi di riferimento.



2.2 Temi materiali

Il Gruppo Cairo Communication ha condotto un processo di “analisi di materialità” al fine di individuare i temi di carattere non finanziario che sono maggiormente rilevanti sia dal punto di vista dei portatori interni al Gruppo che dei suoi stakeholder esterni.

Tale analisi ha tenuto conto da un lato della strategia, della missione e dei valori del Gruppo, dall’altro della percezione di rilevanza delle stesse tematiche da parte degli stakeholder. Tale processo è stato condotto in linea con i principi definiti dai GRI Standard del Global Reporting Initiative, i quali prevedono che le aziende rendicontino le proprie performance rispetto a tematiche che:

- riflettono gli impatti economici, ambientali, e sociali più significativi;
- potrebbero influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder.

La definizione dei temi materiali ha tenuto in considerazione anche le specificità del settore di riferimento, prendendo in considerazione le indicazioni del D.Lgs. 254/2016, il contesto di mercato e le principali tematiche di attualità che interessano le media company a livello internazionale, i documenti interni di indirizzo strategico del Gruppo e il supplemento di settore per i media “G4 Sector Disclosures”.

I temi rilevanti per il Gruppo sono stati identificati e validati dalle figure chiave del management aziendale (quali figure aziendali con responsabilità di indirizzo e con responsabilità operative sui temi della sostenibilità), alle quali è stato richiesto di valutare il grado di rilevanza di ciascuna tematica dal punto di vista degli stakeholder interni ed esterni di riferimento.

Di seguito si riporta la lista dei temi materiali identificati per il Gruppo Cairo Communication.

Ambito	Aspetto rilevante
Corruzione	Lotta alla corruzione
Impegno verso il Pubblico	Libertà di espressione, informazione corretta e di qualità Diffusione dei valori dello sport Pubblicità responsabile Accessibilità dell’output e evoluzione digitale Privacy Tutela della proprietà intellettuale
Gestione degli aspetti relativi al personale	Sviluppo delle competenze Dialogo con le parti sociali Attenzione alle tematiche di salute e sicurezza Attenzione ai temi delle pari opportunità
Impatti sociali sul territorio	Creazione di valore per la comunità



Ambito	Aspetto rilevante
Catena di fornitura	Gestione responsabile della catena di fornitura
Ambiente	Consumi energetici ed emissioni Gestione dei rifiuti Impiego delle risorse idriche

3. Il modello di governance e di gestione del rischio del Gruppo Cairo Communication

Il Gruppo Cairo Communication adotta un modello di gestione aziendale basato su un sistema di principi (Valori, Codice Etico, Modello organizzativo 231, Policy di Sostenibilità, ecc.) e di strumenti di gestione e controllo finalizzati al presidio dei temi rilevanti anche di natura non finanziaria, in linea con le normative applicabili nei diversi Paesi in cui opera, nonché con i principali standard e linee guida internazionali.

Il Gruppo, come indicato nel seguito, si è dotato di una serie di strumenti, diffusi agli stakeholder interni ed esterni, al fine di comunicare e diffondere i propri valori e principi di comportamento sulle tematiche di sostenibilità ritenute rilevanti.

3.1 Il Codice Etico

Per la complessità delle situazioni in cui si trova ad operare, il management aziendale ha ritenuto opportuno definire con chiarezza l'insieme dei valori che il Gruppo riconosce, accetta e condivide nonché l'insieme delle responsabilità che il Gruppo assume verso l'interno e verso l'esterno.

Sono stati predisposti ed adottati a livello di Gruppo Codici Etici, da parte di:

- Cairo Communication S.p.A. e sue società controllate (diverse da RCS);
- RCS MediaGroup S.p.A. e sue società controllate.

Entrambi i Codici racchiudono l'insieme di principi e regole la cui osservanza da parte dei destinatari è di fondamentale importanza per il buon funzionamento, l'affidabilità e la reputazione del Gruppo. Il Codice Etico si propone di improntare a correttezza, equità, integrità, lealtà e rigore professionale le operazioni, i comportamenti ed il modo di lavorare sia nei rapporti interni al Gruppo, sia nei rapporti con i soggetti esterni, ponendo al centro dell'attenzione il rispetto delle leggi e dei regolamenti applicabili.

Il Consiglio di Amministrazione fornisce informazione e sensibilizza l'intera organizzazione aziendale sul rispetto delle disposizioni del proprio Codice Etico, al fine di consentire la sua piena applicazione da parte dei soggetti destinatari.



Tale attività è condotta in modo che gli amministratori, i dipendenti e tutti coloro che operano per il Gruppo svolgano la propria attività e/o il proprio incarico secondo una costante e stretta osservanza dei principi e dei valori contenuti nel Codice Etico e vigilino con attenzione sulla sua osservanza da parte dei terzi, predisponendo adeguati strumenti di informazione, prevenzione e controllo ed assicurando la trasparenza delle operazioni e dei comportamenti posti in essere nonché intervenendo, se del caso, con azioni correttive.

Il Gruppo si propone nel corso del 2018 di proseguire il processo di diffusione e comunicazione del Codice Etico, in particolare presso le società estere del Gruppo RCS¹.

3.2 Il Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.lgs. 231/01

Il Consiglio di Amministrazione di ciascuna società del Gruppo Cairo Communication, che ha intrapreso il percorso di implementazione della compliance 231, ha adottato un proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D. Lgs. 231/2001 (nel seguito anche “Modello organizzativo 231”).

Con tale Modello organizzativo 231, la singola società si è dotata, quindi, di un sistema articolato di principi di comportamento e protocolli di controllo rispondenti alle finalità ed alle prescrizioni richieste dal D.Lgs. 231/01 sia in termini di prevenzione dei reati e illeciti amministrativi contemplati nel Decreto che di controllo dell’attuazione del Modello stesso all’interno dell’organizzazione aziendale.

Sono stati adottati specifici Modelli organizzativi 231 secondo il seguente approccio:

- è stato adottato il Modello dalla Capogruppo Cairo Communication S.p.A. e successivamente le società controllate Cairo Pubblicità S.p.A., Cairo Editore S.p.A. e La7 S.p.A. hanno adottato un proprio Modello organizzativo 231 secondo lo schema della Capogruppo;
- RCS MediaGroup S.p.A. ha adottato il proprio Modello organizzativo 231 e negli anni successivi l’adozione è stata progressivamente estesa anche alle altre società controllate. In Italia tutte le società attive sono dotate di un Modello organizzativo 231, ad eccezione di My Beauty Box S.r.l., che si doterà dello stesso nel corso del 2018. All’estero, l’unica società che ha adottato il Modello organizzativo 231 è Unidad Editorial, che ha provveduto nel 2017. È prevista una prossima adozione del Modello per le altre società del gruppo Unidad.

Ai fini delle tematiche anticorruptive, si segnala che tra i reati previsti dal D. Lgs. 231/2001, e conseguentemente contemplati, ove applicabile, dai Modelli organizzativi 231 delle singole società del Gruppo, sono presenti:

- i delitti nei rapporti con la Pubblica Amministrazione, tra cui la corruzione, l’induzione indebita a dare o promettere utilità, la concussione, ecc.;

¹ Ci si riferisce alle società estere, diverse dal Gruppo Unidad Editorial, che sono escluse dal perimetro di rendicontazione in quanto non rilevanti, come riportato in allegato, sezione 1- tabella 1- Perimetro



- i reati societari, tra cui la corruzione tra privati.

Per tutti i reati 231 applicabili alla singola società ed in particolare per quelli sopraindicati connessi alla corruzione, ciascun Modello organizzativo 231 costituisce un insieme organico di principi, regole e schemi organizzativi relativi alla gestione ed al controllo delle attività aziendali, che:

- individua le attività nel cui ambito possono essere commessi reati;
- prevede specifici principi di comportamento e protocolli di controllo, che sono diretti a programmare la formazione e l'attuazione delle decisioni aziendali in relazione ai reati da prevenire;
- individua modalità di gestione delle risorse finanziarie idonee ad impedire la commissione dei reati;
- prevede obblighi di informazione nei confronti dell'organismo deputato a vigilare sul funzionamento e l'osservanza dei modelli (Organismo di Vigilanza);
- introduce un sistema disciplinare idoneo a sanzionare il mancato rispetto delle misure indicate dal Modello Organizzativo 231.

Ciascun Modello Organizzativo 231 prevede la presenza di un Organismo di Vigilanza con l'incarico di assumere le funzioni di organo di controllo, dotato di autonomi compiti di vigilanza, controllo e iniziativa in relazione al Modello stesso. Tale Organismo opera con la finalità di:

- verificare l'idoneità del Modello a prevenire la commissione dei reati ex D. Lgs. 231/2001;
- vigilare affinché lo stesso venga efficacemente attuato, accertando l'adeguatezza del suo funzionamento, curandone il progressivo aggiornamento, così da garantire un costante adeguamento ai sopravvenuti mutamenti di natura operativa, organizzativa e normativa.

3.3 Politiche aziendali in ambito di sostenibilità

Tutte le decisioni e le scelte, dagli orientamenti strategici alle decisioni operative, devono essere svolte nel rispetto delle leggi, in un quadro di concorrenza leale con onestà, integrità e buona fede, nel rispetto degli interessi legittimi dei clienti, dei dipendenti, dei partner commerciali/finanziari e delle comunità in cui le società del Gruppo Cairo Communication operano.

Tutti coloro che lavorano nel Gruppo, senza distinzioni o eccezioni, sono impegnati a osservare e fare osservare tali principi nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità.

Il Gruppo Cairo Communication si impegna costantemente a creare un rapporto solido e positivo con tutti i propri stakeholder quale condizione essenziale per comprendere la responsabilità che il Gruppo ha nei confronti del contesto sociale con cui interagisce. Il dialogo costante permette di identificare e perseguire la soddisfazione degli stakeholder e il contributo che questi possono dare al successo dell'impresa.



Oltre agli strumenti sopra descritti (Codice Etico ed Modello organizzativo 231), per sottolineare l'importanza delle tematiche sociali e ambientali, il Gruppo Cairo Communication ha emanato una specifica "Policy di Sostenibilità", che descrive le politiche praticate dal Gruppo relativamente alle tematiche "materiali o rilevanti della responsabilità sociale d'impresa" in termini di impatti su risorse umane, rispetto delle diversità, salute e sicurezza, diritti umani, lotta alla corruzione, attenzione alle comunità in cui il Gruppo opera e attenzione all'ambiente.

Tale Policy è stata formalmente adottata dai Consigli d'Amministrazione delle società quotate del Gruppo, Cairo Communication S.p.A. ed RCS MediaGroup S.p.A..

Con tale Policy è rappresentata formalmente la consapevolezza presente all'interno del Gruppo che, per crescere e svilupparsi, diventa sempre più importante integrare obiettivi economico-finanziari con obiettivi di sostenibilità sociale ed ambientale.

Vivere concretamente nell'organizzazione aziendale la responsabilità sociale d'impresa significa anche impegnarsi nell'individuare e comprendere gli interessi, le esigenze e le aspettative delle varie categorie di stakeholder per poterle poi integrare nelle strategie aziendali.

Per maggiori informazioni in merito alla Policy di Sostenibilità, si rimanda alla versione disponibile sul sito internet www.cairocommunication.it.

3.4 Adesione a codici e associazioni

Il Gruppo Cairo Communication, quale gruppo editoriale multimediale e con due società quotate in borsa, aderisce a numerosi codici di autoregolamentazione connessi sia alle tematiche di corporate governance sia alle diverse e specifiche aree del settore media (in particolare editoria di quotidiani/periodici/libri, editoria TV/Radio/internet, concessionaria multimediale di pubblicità ed organizzatore di eventi), al fine di allinearsi alle best practice a livello nazionale ed internazionale.

In relazione alle tematiche di corporate governance, le due società quotate in borsa del Gruppo (Cairo Communication S.p.A. e RCS MediaGroup S.p.A.) adottano il Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana S.p.A. (ultima versione di luglio 2015).

Con riferimento alle specifiche aree del settore media, il Gruppo aderisce a numerosi codici di autoregolamentazione, al fine di garantire un elevato livello del servizio fornito alla comunità nel rispetto dei diritti di tutti gli stakeholder, tra i quali:

- il Codice di Autoregolamentazione Media e Minori, rivolto alla tutela dei diritti e dell'integrità psichica e morale dei minori;
- il Codice di Autoregolamentazione Media e Sport, volto a diffondere i valori positivi dello sport e a condannare la violenza legata ad eventi sportivi;



- il Codice di Autoregolamentazione in materia di rappresentazione di vicende giudiziarie nelle trasmissioni radiotelevisive, per garantire il rispetto dei diritti inviolabili della persona attraverso l'osservanza dei principi di obiettività, completezza e imparzialità nell'informazione;
- il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, finalizzato a garantirne il migliore servizio per il pubblico alla luce della sua capacità di influenzare il consumatore;
- i Principi e le Procedure di Autoregolamentazione in tema di inserimento di prodotti e di branded content nei programmi;
- il Codice di Autoregolamentazione in tema di utilizzo dei diritti secondari da parte dei produttori indipendenti;

Si segnala inoltre l'aderenza a diverse associazioni e società di settore, tra cui, a titolo esemplificativo e non esaustivo:

- FIEG (Federazione Italiana Editori Giornali), i cui obiettivi sono la libertà di informazione, l'economicità delle aziende editrici, lo sviluppo della diffusione dei mezzi di comunicazione come strumenti di informazione e veicoli di pubblicità, la difesa dei diritti e gli interessi morali e materiali degli associati;
- Confindustria Radio Televisioni (CRTV), è l'associazione di categoria dei media televisivi e radiofonici italiani, costituita nel giugno 2013 e di cui LA7 è tra i soci fondatori. Gli Associati ricomprendono i maggiori operatori radiotelevisivi nazionali ed anche le maggiori emittenti locali, attraverso l'Associazione TV Locali, e l'Associazione Radio FRT. Tra i soci aggregati vi sono: Eutelsat Italia e DNG (Digital News Gathering). In CRTV sono rappresentate tutte le principali componenti del settore: emittenti radiotelevisive pubbliche e private, nazionali e locali, operatori di rete e di piattaforma;
- Leading European Newspaper Alliance (LENA), nata nel marzo del 2015 e focalizzata sull'elaborazione di risposte adeguate ai cambiamenti che stanno interessando il settore del giornalismo;
- World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA), quale organizzazione globale per la stampa che tutela i diritti dei giornalisti e fornisce servizi professionali per aiutare lo sviluppo dell'attività giornalistica nel mondo digitale;
- Valore D, prima associazione di grandi imprese creata in Italia per sostenere la leadership femminile in azienda, supportando e accrescendo la rappresentanza dei talenti femminili nelle posizioni di vertice;
- Interactive Advertising Bureau (IAB), la principale associazione di categoria che rappresenta oltre 600 aziende di comunicazione e pubblicità in USA e Unione europea;
- ASSONIME, associazione tra le società italiane per azioni che si occupa dello studio e della trattazione di problemi che riguardano gli interessi e lo sviluppo dell'economia italiana;
- Union Cycliste Internationale (UCI);
- Federciclismo, costituita per lo sviluppo, la promozione, l'organizzazione e la disciplina dello sport ciclistico su tutto il territorio nazionale;



Per quanto riguarda la Spagna, si segnala l'adesione ai seguenti codici e associazioni di settore:

- Online Publishers Association Europe (OPA Europe);
- Asociación de Revistas de Información (ARI);
- Autocontrol, Organismo indipendente di auto-regolazione dell'industria pubblicitaria;
- Asociación de Medios de Información (AMI);
- Interactive Advertising Bureau España (IAB);
- Unión de Televisiones Comerciales en Abierto (UTECA).

Va infine segnalato che il personale giornalistico, che collabora a qualsiasi titolo con le società italiane del Gruppo, è tenuto all'osservanza di una serie di codici deontologici, tra cui:

- la Carta dei Doveri del Giornalista (1993), che tratta argomenti quali la responsabilità, la rettifica e la replica, la presunzione d'innocenza nelle inchieste penali e nel corso di processi, le fonti, l'informazione e la pubblicità, l'incompatibilità, i minori e soggetti deboli;
- il Codice deontologico relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica (1998) secondo quanto previsto dalle leggi vigenti in Italia in materia di privacy;
- la Carta di Treviso sulla tutela dei minori, adottata dal Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti nel 1990 e aggiornata, da ultimo, nel 2006 con le osservazioni dell'Autorità Garante per la protezione dei dati personali;
- la Carta Informazione e Sondaggi (1995), dove sono prescritti i modi e le tecniche di presentazione dei sondaggi d'opinione;
- il Testo Unico dei doveri del Giornalista (2016), che recepisce e armonizza i contenuti di diversi codici di riferimento del settore.

Nel seguito sono indicate le principali leggi che regolano l'attività editoriale e giornalistica in Italia e Spagna:

Principali leggi che regolano l'attività editoriale e giornalistica in Italia

- *Legge n. 47/1948 - Disposizioni sulla stampa*
- *Decreto Legislativo 31 luglio 2005, n. 177 - Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici*
- *Decreto legislativo 1 agosto 2003, n. 259 - Codice della Comunicazioni elettroniche*
- *Legge n. 416/1981 e successive modifiche -Disciplina per le imprese editrici e provvidenze per l'editoria-*
- *Legge istitutiva dell'Ordine dei giornalisti del 1963*
- *Legge n.28/2002 recante - Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie per la comunicazione politica” sulla cosiddetta “par condicio” del 2000*
- *Testo Unico della Radiotelevisione e Legge sul Diritto d'Autore*
- *Decreto Legislativo 2 agosto 2007, n. 145 – attuazione dell'art. 14 della direttiva 2005/29/CE che*



modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole

- *Decreto Legislativo 24 aprile 2006, n. 219 – attuazione della direttiva 2001/83/CE (e successive direttive di modifica) relativa ad un codice comunitario concernente i medicinali per uso umano, nonché della direttiva 2003/94/CE*
- *Decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206 - Codice del consumo a norma dell'art 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229, recante anche disposizioni su pratiche commerciali e pubblicità*
- *Decreto legislativo 16 dicembre 2004, n. 300 – attuazione della direttiva 2003/33/CE in materia di pubblicità e di sponsorizzazione dei prodotti di tabacco*
- *Legge 30 marzo 2001, n. 125 – Legge quadro in materia di Alcol e problemi alcol correlati (art. 13. Disposizioni in materia di pubblicità)*
- *Legge 10 aprile 1962, n. 165 – Divieto della propaganda pubblicitaria dei prodotti da fumo*
- *Legge n.28/2002 recante “Disposizioni per la parità di accesso ai mezzi di informazione durante le campagne elettorali e referendarie per la comunicazione politica” sulla cosiddetta “par condicio” del 2000;*
- *Legge 14 novembre 2016, n. 220, recante disciplina del cinema e dell'audiovisivo, di riforma delle disposizioni legislative in materia di promozione delle opere europee ed italiane da parte dei fornitori di servizi media audiovisivi*
- *Legge di Bilancio 2018 (Legge 205/2017, commi da 1026 a 1046 dell'articolo 1- Refarming banda 700), disciplina il passaggio dagli operatori televisivi digitali terrestri agli operatori mobili per la fornitura di servizi a banda larga mobile in tecnologia 5G, nonché il conseguente riassetto delle frequenze da continuare a destinare ai servizi radiotelevisivi in digitale terrestre*
- *Legge 31 luglio 1997, n. 249 – Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo*

Principali leggi che regolano l'attività editoriale e giornalistica in Spagna

- *Ley 14/1966, in merito a disposizioni sulla stampa*
- *Ley General de Publicidad, Ley 34/1988 (Legge Generale di Pubblicità 34/1988)*
- *Ley 3/1991, de Competencia Desleal. (Legge di Concorrenza sleale)*
- *Ley General de Comunicación Audiovisual, articoli 7 e 18 della legge 7/2010 (Legge Generale di Comunicazione Audiovisuale per Radio e TV)*
- *El Código de Conducta sobre las Comunicaciones Comerciales de las Actividades Juego y el régimen de publicidad, Legge 13/2011 del 27 maggio, sulla Regolazione del Gioco (articoli 7 e 8);*
- *Real Decreto Legislativo 1/2007, sulla difesa dei Consumatori e degli Utenti*



3.5 Struttura di governance di Cairo Communication S.p.A.

La Capogruppo Cairo Communication S.p.A. adotta un sistema di amministrazione e controllo “tradizionale”, che si caratterizza per la presenza dei seguenti Organi Societari:

- **Assemblea dei Soci:** è l’organo sociale che esprime con le sue deliberazioni la volontà degli azionisti. Tradizionalmente nomina il Presidente;
- **Consiglio di Amministrazione:** ha ogni più ampio potere di gestione per il perseguimento dello scopo sociale nel rispetto delle regole, anche autodisciplinari, applicabili. Eletto ogni tre anni dall’Assemblea, nomina uno o più Amministratori Delegati e determina i poteri dei medesimi e del Presidente;
- **Collegio Sindacale:** è l’organo avente funzioni di vigilanza sull’osservanza della legge e dello statuto nonché di controllo sulla gestione.
- **Società di Revisione:** è l’organo di controllo esterno alla Società, iscritta nello speciale albo tenuto dalla Consob, a cui è affidata l’attività di revisione legale dei conti ed il giudizio sul bilancio, ai sensi di legge e di Statuto.

Le attribuzioni e le modalità di funzionamento degli organi sociali sono disciplinate dalla legge, dai regolamenti, dallo Statuto sociale e dalle deliberazioni assunte dagli organi competenti, in coerenza con la disciplina prevista nel Codice di Autodisciplina redatto dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana S.p.A. nel luglio 2015.

Inoltre, all’interno del Consiglio di Amministrazione sono istituiti il Comitato per le Remunerazioni e le Nomine e il Comitato Controllo e Rischi, che sono composti da suoi membri ed hanno funzioni consultive e propositive per lo stesso Consiglio. Infine, è presente il Comitato Parti Correlate, previsto dalle procedure per le operazioni con parti correlate adottate dal 2010.

Si evidenzia che, al fine di allinearsi alle best practice di riferimento, al Comitato Controllo e Rischi è stato assegnato il ruolo di supervisione delle questioni di sostenibilità connesse all’esercizio dell’attività dell’impresa e alle sue dinamiche di interazione con tutti gli stakeholder, come suggerito dal Codice di Autodisciplina.

Inoltre, è stato attribuito il coordinamento delle attività di sostenibilità per il Gruppo Cairo Communication (ad eccezione di RCS) alla funzione Risk, Compliance, Internal Audit & Sustainability di Cairo Communication S.p.A..

Infine, ai fini della predisposizione della presente Dichiarazione consolidata di carattere non finanziario è stato costituito un gruppo di lavoro di carattere interfunzionale, che ha coinvolto le strutture competenti per i diversi ambiti della Dichiarazione, nelle diverse società coinvolte del Gruppo.

Si segnala che la tematica delle diversità di genere relativamente al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale sono trattate all’interno della “Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari”



disponibile nella sezione Corporate Governance del sito internet www.cairocommunication.it, a cui si rimanda.

Si precisa, infine, che la presente Dichiarazione non descrive la governance della controllata RCS MediaGroup S.p.A., in quanto tale società è anch'essa quotata e provvede autonomamente alla determinazione e definizione della governance ed alla sua concreta declinazione, come risulta dalla relazione predisposta e diffusa da RCS MediaGroup S.p.A. nei termini e con le modalità di legge.

3.6 Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi del Gruppo Cairo Communication

Il Gruppo Cairo Communication adotta un sistema di controllo interno e di gestione dei rischi (nel seguito anche "SCIGR") costituito dall'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire l'identificazione, la misurazione, la gestione e il monitoraggio dei principali rischi.

Tale sistema di controllo interno e di gestione dei rischi presenta le seguenti caratteristiche:

- è integrato nei più generali assetti organizzativi e di governo societario;
- contribuisce a una conduzione dell'impresa coerente con gli obiettivi aziendali definiti dal Consiglio di Amministrazione, favorendo l'assunzione di decisioni consapevoli;
- salvaguardando il patrimonio sociale, concorre ad assicurare l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali (obiettivi "operational" del SCIGR), l'affidabilità delle informazioni fornite agli Organi Sociali ed al mercato (obiettivi "financial" del Sistema), il rispetto di leggi e regolamenti nonché dello Statuto sociale e delle procedure interne (obiettivi di "compliance" del Sistema);
- è allineato con i modelli di riferimento e le best practice esistenti in ambito nazionale e internazionale;
- è coerente con le indicazioni della normativa e dei regolamenti che Cairo Communication S.p.A. è tenuta a rispettare in quanto società quotata in un mercato regolamentato, quali in particolare la legge 262/2005 e i conseguenti articoli 154-bis e 123-bis del Testo Unico della Finanza e il Decreto Legislativo 195/07 (cosiddetto "decreto Transparency") nonché il Codice di Autodisciplina di Borsa Italiana, cui la Società aderisce.
- è progettato e implementato avendo come riferimento le linee guida fornite da alcuni organismi di categoria in merito all'attività del Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari (quali ad esempio ANDAF).

Secondo un modello basato su "tre linee di gestione e controllo" ed allineato alle leading practice internazionali, le componenti del SCIGR sono sinteticamente rappresentabili in:

- controlli di linea (o "di primo livello") effettuati dai responsabili delle aree operative;
- controlli "di secondo livello" affidati alle funzioni aziendali volte a monitorare e gestire i rischi tipici aziendali;



- internal audit, intesa come attività di verifica generale sulla struttura e sulla funzionalità dei controlli interni (controlli “di terzo livello”).

Tali fondamentali caratteristiche del SCIGR sono adottate sia dalla società Cairo Communication S.p.A., quale Capogruppo e società quotata al segmento STAR di Borsa Italiana S.p.A. che dalla società RCS MediaGroup S.p.A., società controllata da Cairo Communication S.p.A. e anch'essa quotata alla Borsa Valori di Milano.

Più precisamente, gli Organi Sociali e le funzioni aziendali, che sono attualmente coinvolti secondo le rispettive competenze nel SCIGR di entrambe le società quotate, sono:

- il Consiglio di Amministrazione che svolge un ruolo di indirizzo e di valutazione dell'adeguatezza del SCIGR; in particolare, in relazione alle tematiche non finanziarie oggetto della presente Dichiarazione, si segnala che al Consiglio spetta innanzitutto il compito di definire le linee di indirizzo del SCIGR, in coerenza con gli obiettivi strategici ed il profilo di rischio della Stessa, nell'ottica della sostenibilità nel medio-lungo periodo delle attività aziendali;
- l'Amministratore incaricato dell'istituzione e del mantenimento di un efficace sistema di controllo interno e di gestione dei rischi;
- il Comitato Controllo e Rischi con il compito di supportare, con un'adeguata attività istruttoria, le valutazioni e le decisioni del Consiglio relative a tale sistema nonché quelle relative all'approvazione delle relazioni finanziarie periodiche;
- i ruoli e le funzioni aziendali con specifici compiti in tema di controllo interno e gestione dei rischi (controlli “di secondo livello”), quali ad esempio la funzione di controllo di gestione e il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili, al quale spetta per legge la responsabilità di predisporre adeguate procedure amministrative e contabili per la formazione dei documenti di informativa finanziaria;
- il responsabile della funzione Internal Audit, incaricato di verificare che il SCIGR sia funzionante e adeguato (controlli “di terzo livello”);
- il Collegio Sindacale, anche in quanto comitato per il controllo interno e la revisione contabile, che vigila sull'efficacia del SCIGR quale “vertice” del sistema di vigilanza della Società.

All'interno di ciascuna delle due società quotate, è attuato un coordinamento tra i soggetti sopra elencati al fine di massimizzare l'efficienza del SCIGR, riducendo le duplicazioni di attività. In quest'ottica sinergica e di massimizzazione della relativa efficacia, tale SCIGR è gestito in modo “integrato” affinché le sue componenti siano tra loro coordinate e interdipendenti.

Per maggiori informazioni in merito alle caratteristiche del SCIGR delle società Cairo Communication S.p.A. e RCS MediaGroup S.p.A., si rimanda alle rispettive “Relazioni sul governo societario e gli aspetti proprietari” disponibili sui siti internet delle stesse.



4. Anticorruzione

Il rifiuto della corruzione attiva e passiva nella gestione del proprio business, in qualsiasi forma essa si concretizzi, è alla base delle scelte che guidano l'attività del Gruppo Cairo Communication. In coerenza con quanto enunciato dal Codice Etico, dai Modelli organizzativi 231 e dalla Policy di Sostenibilità, è condannata la condotta di chi corrompe, tenta di corrompere o accetta il tentativo di corruzione di qualsiasi soggetto.

Il Gruppo Cairo Communication attua nel continuo e a tutti i livelli dell'organizzazione numerose iniziative e attività in materia di contrasto alla corruzione. L'obiettivo prioritario è quello di garantire il rispetto delle normative anticorruptive, sia a livello nazionale (in particolare il Decreto legislativo 231/01 in tema di responsabilità amministrativa degli enti/società) che internazionale (ad esempio Ley Organica 5/2010 in Spagna).

L'adozione di un sistema anticorruptivo a livello di Gruppo, oltre a rappresentare un motivo di esenzione dalla responsabilità delle società, è un atto di responsabilità sociale nei confronti dei propri soci, dipendenti, clienti, fornitori oltre che della collettività ossia in sintesi di tutti gli stakeholder.

Infine, l'introduzione di tale sistema dell'agire imprenditoriale, unitamente alla fissazione e divulgazione di principi etici, consente di regolare i comportamenti e le decisioni di quanti, quotidianamente, sono chiamati ad operare in nome o a favore del Gruppo con l'obiettivo, quindi, di rispettare non solo le leggi, ma anche le migliori regole etiche e di condotta.

Segnalazioni di situazioni anomale possono essere inoltrate sia dagli appartenenti alle diverse funzioni aziendali sia da terzi al Vertice aziendale o, ove previsti, agli Organismi di Vigilanza, come indicato dai Modelli organizzativi 231 e dai Codici Etici. Nel periodo di riferimento della presente Dichiarazione non finanziaria non sono stati segnalati episodi di corruzione attiva o passiva attraverso il canale di segnalazione agli Organismi di Vigilanza.

5. Diritti umani

I diritti umani sono un tema di fondamentale importanza per il Gruppo. Il rispetto dei diritti umani non è solo considerato nell'ambito della gestione del personale aziendale, ma anche nella gestione della catena di fornitura, in particolare nei Paesi o nelle attività considerati maggiormente a rischio. Inoltre, il Gruppo, in linea con le altre media company, dà particolare rilevanza al rispetto dei diritti umani intesi come libertà di espressione, tutela della proprietà intellettuale e il diritto alla privacy.



5.1 Politiche praticate dall'organizzazione

Come descritto nella Policy di Sostenibilità, in tutte le sue attività e nei rapporti con i terzi, siano essi fornitori, business partner, clienti o dipendenti, il Gruppo si impegna a rispettare e promuovere la tutela dei diritti fondamentali dell'uomo.

Si oppone, inoltre, a tutte le forme di sfruttamento dei lavoratori incluso il lavoro minorile, forzato o obbligato, nonché qualsiasi forma di abuso o costrizione psicologica o fisica nei confronti sia dei propri lavoratori sia dei lavoratori impiegati lungo la catena di fornitura. Condanna fermamente il traffico e lo sfruttamento di esseri umani in ogni sua forma.

Nello svolgimento della propria attività editoriale, infine, in linea con quanto previsto dalla Carta dei doveri del giornalista e dal Codice deontologico relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica, è richiesto che i giornalisti dipendenti e collaboratori, nella diffusione al pubblico di informazioni e notizie, devono agire nel rispetto dei diritti umani e assicurare la necessaria tutela dei minori.

5.2 Principali rischi e modalità di gestione

Si ritiene che il tipo di attività e le modalità di gestione scelte dal Gruppo, compresi i Paesi dove si sviluppa la maggior parte delle attività, non rendano particolarmente rilevanti i rischi legati ai diritti umani nella gestione del personale. Si rimanda al capitolo 7 per la descrizione delle modalità di gestione di tali rischi.

Possono essere presenti alcuni potenziali rischi legati ai diritti umani inerenti alla catena di fornitura, prevalentemente legati alle attività di distribuzione e alla forniture di prodotti collaterali da Paesi a maggiore rischio (quali la Cina). Tali rischi sono gestiti attraverso la condivisione con i fornitori dei principi e delle politiche che guidano il Gruppo, come verrà descritto nel capitolo 9.

I rischi in ambito diritti umani che riguardano il Gruppo Cairo Communication come editore (libertà di espressione, tutela della proprietà intellettuale, pubblicità responsabile e diritto alla privacy) sono parte della quotidiana attività del Gruppo. In tale ambito si è dotato di idonei strumenti organizzativi e procedurali per presidiare tali rischi, che verranno descritti nel capitolo 6.

6. Impegno verso il Pubblico

6.1 Libertà di espressione, informazione corretta e di qualità

Il Gruppo Cairo Communication si caratterizza per l'indipendenza della linea editoriale, per la vocazione all'informazione e all'approfondimento giornalistico nonché per il contributo al pluralismo informativo, sociale e politico, grazie anche alla presenza al suo interno sui propri mezzi d'informazione stampa e TV di alcuni tra i più autorevoli giornalisti e opinionisti italiani.



Il valore dei brand, delle testate e dei programmi del Gruppo viene tutelato costantemente attraverso il mantenimento degli attuali alti livelli di qualità e innovazione nella produzione e divulgazione di cultura, informazione, servizi e intrattenimento.

Il Gruppo fa propri nella sua attività editoriale i principi sulla libertà di espressione e di informazione emanati dalla Costituzione in Italia e dalle leggi di riferimento nei Paesi in cui il Gruppo opera. Aderisce, inoltre, ai principi contenuti nella Carta dei doveri del giornalista. In tali documenti si evidenzia che nell'attività editoriale il diritto all'informazione di tutti i cittadini e il rispetto della verità nel racconto delle notizie si devono bilanciare con il rispetto dei diritti dei protagonisti delle notizie, in primis il diritto alla riservatezza.

L'informazione di qualità viene perseguita costantemente dalle testate del Gruppo, attraverso il rispetto delle competenze di giornalisti e collaboratori e la verifica accurata delle notizie e delle fonti, in particolare sui siti internet delle testate e sulle pagine dei social network.

E' in questo contesto che l'autorevolezza delle fonti e la credibilità dell'editore acquistano sempre maggiore importanza al fine di preservare il diritto di chi legge a un'informazione sempre corretta. Con tale finalità, il Gruppo si avvale di diverse fonti che vengono verificate costantemente, per accertarne l'attendibilità e per controllare l'origine di quanto viene diffuso all'opinione pubblica, salvaguardando sempre la verità sostanziale dei fatti.

I giornalisti del Gruppo Cairo Communication ricercano con la stessa cura e integrità professionale la correttezza e la qualità dell'informazione in ogni progetto editoriale al servizio di mezzi di comunicazione e pubblici differenziati.

6.2 Diffusione dei valori dello sport

Il Gruppo Cairo Communication è attivo nella produzione e diffusione ad ogni livello dei contenuti legati allo sport, ispirandosi da sempre ai valori fondanti dell'olimpismo quali il fairplay o il dialogo tra le culture attraverso lo sport, sia in Italia, con La Gazzetta dello Sport, sia in Spagna, con Marca e Radio Marca.

Tali testate hanno costantemente contribuito, con la loro informazione attenta e imparziale, alla diffusione dei valori etici dello sport, alla lotta al doping, alla deriva delle scommesse o alla corruzione delle istituzioni, coscienti della propria responsabilità sociale. Iniziative quali "Gazzetta Sports Awards" (di cui si è svolta nel 2017 la terza edizione), vogliono individuare e celebrare le eccellenze dello sport italiano, valorizzando i contenuti etici e umani dell'attività sportiva e coinvolgendo l'intero sistema Gazzetta e tutti i suoi lettori.

Le testate sportive del Gruppo partecipano con idee e contenuti ad iniziative sociali (non solo legate ad eventi sportivi) e sono particolarmente vicine allo sport paraolimpico.

Competenza, rigore e credibilità (e quindi autorevolezza) sono i valori ai quali i giornalisti delle testate sportive del Gruppo si ispirano ogni giorno, anche per le pubblicazioni on-line: La Gazzetta dello Sport e



Marca, come tutte le altre realtà editoriali del Gruppo, si sono dotate anche di un codice di comportamento in particolare per le informazioni da poter postare sui social network.

Il Gruppo si occupa inoltre dell'organizzazione di manifestazioni sportive promosse e comunicate a livello nazionale ed internazionale, in particolare in ambito ciclistico e nelle maratone, tra cui spiccano il Giro d'Italia e la Milano Marathon. I valori dello sport sono parte integrante di ognuno degli eventi organizzati: valori quali il rispetto dell'avversario, la capacità di saper vincere e perdere, la difesa di uno sport pulito e leale che diventi uno stile di vita quotidiano sono sostenuti in tutti i momenti della comunicazione di tali manifestazioni. Tra i mass events, infine, il Gruppo è attivo tramite RCS anche nell'organizzazione di gare amatoriali legate al wellness e ad uno stile di vita sano, promuovendo iniziative e campagne di informazione volte a divulgare la cultura del benessere e della sicurezza al femminile.

6.3 Pubblicità responsabile

Il Gruppo ha adottato le norme previste dal Codice di Autodisciplina Pubblicitaria in Italia e dal Codice di Autocontrol de la Publicidad in Spagna, che prevedono, tra l'altro, regole di comportamento nella comunicazione pubblicitaria atte ad evitare che i messaggi possano essere contrari alla dignità delle persone, che sfruttino la superstizione e la credulità del pubblico, messaggi che incitino alla violenza fisica e/o morale, che inneggino al razzismo, che offendano le convinzioni morali, religiose o civili dei cittadini o che contengano elementi che possano danneggiare psichicamente, moralmente o fisicamente i minori o ancora messaggi che contengano false informazioni pubblicitarie relative a prodotti commerciali.

Gli stessi Codici contengono norme che regolano e limitano i messaggi pubblicitari relativi a taluni settori merceologici sensibili tra i quali quello delle bevande alcoliche, dei prodotti medicinali, dei prodotti finanziari, dei giocattoli nonché dei giochi che prevedono vincite in denaro.

Il Gruppo Cairo Communication, inoltre, si impegna a rispettare le normative locali specifiche in tema di pubblicità responsabile, quali in Italia il Decreto legislativo 145/07 in tema di pubblicità ingannevole e comparativa e le normative relative alla pubblicità di giochi con vincite in denaro, quali:

- in Italia, le seguenti specifiche normative:
 - ✓ Decreto Legge 13 settembre 2012, n. 158 (decreto convertito con modificazioni in Legge 8 novembre 2012, n. 189) – Disposizioni urgenti per promuovere lo sviluppo del paese mediante un più alto livello di tutela della salute (art. 7 – disposizioni in materia di vendita di prodotti del tabacco, misure di prevenzione per contrastare la ludopatia e per l'attività sportiva non agonistica)
 - ✓ Legge 28 dicembre 2015, n. 208 (Legge di Stabilità 2016), art. 1, commi 937-940, in materia di giochi e scommesse, che prevede tra l'altro, il divieto di messa in onda di pubblicità di giochi e scommesse con vincita di denaro tra le 7 e le 22 sui canali televisivi generalisti.



- ✓ Decreto Ministeriale 19 luglio 2016 (in attuazione dell'art.1 comma 939 della legge 208 del 2015 sopra citata) - Individuazione dei media specializzati ai fini della pubblicità di giochi con vincite in denaro.
- in Spagna il “Código de Conducta sobre las Comunicaciones Comerciales de las Actividades Juego y el régimen de publicidad”.

La procedura operativa e le prassi in essere che riguarda ogni avviso da pubblicare prevede la possibilità di chiedere una specifica valutazione di liceità e di rispetto dei Codici e delle norme sopra richiamate, oltre che una valutazione di compatibilità con la linea editoriale della testata di volta in volta interessata.

Con la finalità di evitare la pubblicazione di messaggi non coerenti con tali regolamentazioni, sono state individuate specifiche categorie di inserzioni per tipologia, soggetto, merceologia, pratica commerciale che sono sottoposte ad un processo di approfondita valutazione preventiva nell'ambito dell'area aziendale (società o direzione) che si occupa della raccolta pubblicitaria.

Nel corso del 2017, a fronte di segnalazioni ricevute dalle Autorità di Controllo e dell'impegno a rispettare le prescrizioni normative, il Gruppo ha provveduto tempestivamente a sospendere la pubblicazione o la trasmissione di alcuni contenuti di pubblicità veicolate tramite i propri mezzi di informazione.

6.4 Accessibilità dell'output e evoluzione digitale

Il Gruppo Cairo Communication crede in un futuro nel quale la cultura, l'informazione di qualità e la comunicazione saranno sempre più rilevanti per ogni individuo e determinanti per lo sviluppo della società civile, grazie alla costante evoluzione digitale, che ne potenzierà dinamismo, condivisione e fruibilità.

Il Gruppo è attivo in tutti i settori dell'editoria, dai quotidiani ai periodici, dalla tv e radio ai new media e questo garantisce l'accessibilità dei contenuti a un ampio numero di cittadini. Le principali testate sono pubblicate anche in edizione digitale e hanno pagine dedicate su siti web e social network, con una costante ricerca di innovazione e qualità degli strumenti di diffusione utilizzati. L'innovazione digitale, oltre alle naturali declinazioni digitali dei brand del Gruppo, si articola anche attraverso la creazione di numerose e innovative app.

Il Gruppo monitora costantemente l'evoluzione dei modelli di business relativi alla distribuzione dei contenuti e il grado di penetrazione dei nuovi mezzi tecnologici, al fine di mantenere un livello di aggiornamento tecnologico in linea con le aspettative dei propri utenti, lettori e spettatori.

Per rispondere alla continua domanda del mercato circa i nuovi metodi di fruizione di contenuti, il Gruppo si è concentrato sui seguenti aspetti:

- introduzione di nuovi prodotti digitali sui canali desktop e mobile;
- creazione di nuove forme di abbonamenti, come la “membership”;
- focalizzazione sulla pubblicità digitale attraverso nuovi format;



- introduzione di una nuova piattaforma per la gestione dei contenuti video;
- introduzione in Spagna, nei siti di El Mundo e Marca, di nuove forme di navigazione volte a migliorare la user experience della pubblicità;
- presidi tecnologici in caso di malfunzionamento dei prodotti digitali.

6.5 Privacy

Il tema della tutela della privacy e della protezione dei dati personali è sempre più rilevante per il Gruppo e, in particolare nell'editoria, assume un ruolo chiave nel rapporto con i propri lettori e utenti. Sono necessarie delle regole e delle politiche rigorose, anche finalizzate a essere in linea alle normative sempre più attente.

Il tema della Privacy impatta sull'attività del Gruppo nello svolgimento dell'attività giornalistica e nel trattamento dei dati personali dei propri utenti e lettori.

Nell'attività giornalistica il Gruppo, in quanto editore, si attiene alle disposizioni della normativa e dei codici deontologici di riferimento, proteggendo le informazioni acquisite o elaborate in occasione dell'espletamento delle proprie funzioni, con particolare rispetto al trattamento dei dati personali dei minorenni.

In merito al trattamento dei dati personali dei propri utenti e lettori, il Gruppo, nello svolgimento delle proprie attività, si è dotato di procedure e strumenti volti a garantire l'osservanza del D.Lgs 196/2003 in Italia e della Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal in Spagna. Le società del Gruppo, quali titolari del trattamento dei dati personali, hanno nominato al proprio interno Responsabili del trattamento, Incaricati e Amministratori di Sistema, nonché – ove motivato dalla relazione contrattuale con soggetti terzi - responsabili esterni del trattamento. Ha provveduto a notificare al Garante i trattamenti, ove necessario, e ad aggiornare le notifiche, ha accompagnato la raccolta dei dati personali di clienti e utenti con idonea informativa ed ha strutturato la raccolta dei consensi ed il trattamento dei cookies, come richiesto dalla normativa vigente e dei provvedimenti del Garante.

La raccolta di dati personali dei propri utenti e clienti è svolta per poter erogare i beni ed i servizi di volta in volta richiesti anche per finalità diverse legate ad ulteriori ambiti di attività aziendale. I dati degli utenti, puntualmente informati circa le modalità del trattamento, previo rilascio di consenso libero, specifico ed informato, sono trattati anche per finalità commerciali a favore delle società del Gruppo o di soggetti terzi. Tali dati, previo consenso dei titolari, sono anche profilati nel rispetto del Provvedimento del Garante dell'8 maggio 2014, che reca le disposizioni per l'individuazione delle modalità per l'informativa e l'acquisizione del consenso per l'uso dei cookie.

Si segnala che il Gruppo, rispetto alle contestazioni pervenute nel corso del 2017, non ha ricevuto alcuna condanna di violazione in tema Privacy.

Il Gruppo gestisce efficacemente i rischi connessi alla potenziale violazione della privacy che si esprimono in occasione dello svolgimento dell'attività giornalistica, nell'esercizio da parte degli aventi diritto del



cosiddetto “diritto all’oblio” (Sentenza Corte di Giustizia Europea del 13 maggio 2014 e provvedimenti del Garante) e nel caso di richieste di cancellazione dei dati personali avanzate da utenti o clienti.

Si segnala infine che il Gruppo sta provvedendo a porre in essere tutte le verifiche e le valutazioni di intervento necessarie per l’adeguamento al Regolamento UE 2016/679 del Parlamento e del Consiglio Europeo relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati (c.d. Regolamento Generale sulla protezione dei dati). Il Regolamento, infatti, sarà efficace, in via diretta in tutti i Paesi UE, a partire dal 25 maggio 2018 e, entro tale data, tutte le aziende dovranno quindi adeguare la propria struttura organizzativa e riorganizzare le attività inerenti al trattamento dei dati, in modo da conformarsi al nuovo quadro normativo comunitario.

6.6 Tutela della proprietà intellettuale

Il Gruppo riconosce, come anche indicato nei propri Codici Etici, una preminente rilevanza alla proprietà intellettuale o industriale, in tutte le forme in cui essa si concretizza, ossia si tratti di diritti d’autore, di marchi, di brevetti o di altri beni immateriali, e richiede il rispetto delle relative norme di legge.

In particolare il Gruppo, in risposta al rischio potenziale di utilizzo o sfruttamento di contenuti di terzi senza preventiva autorizzazione per lo svolgimento della sua attività editoriale, vieta espressamente:

- che le opere d’ingegno protette dal diritto d’autore, siano esse del Gruppo o di terzi, possano essere riprodotte senza le necessarie autorizzazioni;
- di utilizzare o alterare, in qualsiasi forma e/o modo e a qualsiasi scopo, beni o oggetti protetti da un diritto di proprietà intellettuale, senza il consenso dei titolari del diritto e/o di coloro che ne hanno la legittima disponibilità.

Il Gruppo opera tramite politiche e prassi sull’utilizzo della proprietà intellettuale di terzi, svolgendo anche specifiche attività di formazione alle funzioni aziendali esposte a tale rischio. Il reato di violazione della proprietà intellettuale è inoltre mappato all’interno dei Modelli organizzativi 231 delle società del Gruppo, ove applicabile, e, a tutela di tale reato, sono in essere una serie di protocolli di comportamento e controllo.

Inoltre, il Gruppo è esposto al rischio che soggetti terzi, volontariamente o involontariamente, violino la proprietà intellettuale del Gruppo. Lo Stesso provvede regolarmente a proteggere i propri diritti di proprietà intellettuale, anche attraverso il deposito di domande di registrazione di marchi relativi alle proprie testate giornalistiche e ai canali televisivi, programmi e format televisivi.

7. Gestione degli aspetti relativi al personale

Per la tipologia di servizi svolti a beneficio della collettività, le risorse umane costituiscono uno dei fattori “chiave” di successo del Gruppo Cairo Communication. La valorizzazione delle persone, lo sviluppo delle loro capacità e competenze ed il riconoscimento dei meriti e responsabilità sono i principi a cui si ispira la



gestione del personale, fin dalla fase di selezione, che risulta peraltro facilitata dalla buona visibilità e capacità di attrazione del Gruppo.

Conseguentemente, l'obiettivo principale del Gruppo è da sempre quello di valorizzare il capitale umano, sviluppando le competenze in essere in un'ottica di crescita delle professionalità, e creare le migliori condizioni per garantire un clima aziendale di collaborazione, motivazione e partecipazione, nell'ottica del consolidamento di un comune senso di appartenenza ad un grande Gruppo editoriale in continua espansione.

7.1 Politiche praticate dall'organizzazione

Le politiche praticate dal Gruppo in materia di gestione del personale sono enunciate, oltre che nella Policy di Sostenibilità, anche nei Codici Etici. Tali politiche hanno l'obiettivo di garantire a tutti i dipendenti e collaboratori il rispetto della dignità della persona e assicurare condizioni lavorative che non comportino sfruttamento o pericolo.

In tale ambito, è sancito che tutti i comportamenti verso gli stakeholder devono essere improntati all'onestà, correttezza, chiarezza e trasparenza, al di là della stretta osservanza delle disposizioni normative, con ciò comprendendo anche i rapporti con le organizzazioni sindacali. Inoltre, è condannato e contrastato qualsiasi atteggiamento discriminatorio di ogni genere, come descritto nel seguito.

Il Gruppo presta continua attenzione alla corretta relazione tra mansioni, ruoli e competenze, cercando di allineare l'organizzazione del lavoro alle caratteristiche professionali dei dipendenti e collaboratori, non solo attraverso incontri che coinvolgono il personale e i responsabili aziendali, ma anche attraverso affiancamenti mirati, job rotation e formazione on the job.

Nelle scelte relative alla selezione, valutazione e valorizzazione dei propri dipendenti e collaboratori, il Gruppo è guidato dalla considerazione delle qualità professionali e personali del singolo individuo all'interno dell'organizzazione.

Per quanto riguarda le politiche di remunerazione, queste perseguono le seguenti finalità:

- coerenza con i valori aziendali;
- orientamento dei comportamenti organizzativi in relazione alla remunerazione;
- corrispondenza con il livello di competenza professionale per cercare di rispondere alle esigenze di equità interna;
- allineamento, per quanto possibile, della remunerazione ai trend del mercato ed equilibrio rispetto al livello retributivo di aziende con caratteristiche comparabili.

In funzione delle peculiarità delle società del Gruppo e conseguentemente ai diversi CCNL applicati, la remunerazione delle risorse umane può comporsi, oltre che di un corrispettivo fisso, anche di una parte variabile; l'ammontare di tale seconda componente, ove applicato, viene determinato in considerazione del ruolo gestionale ed organizzativo della posizione ricoperta dal dipendente e delle competenze maturate.



Nel periodo di rendicontazione, in continuità con i periodi immediatamente precedenti, per RCS è proseguito un sostanziale blocco degli interventi retributivi sia con riferimento alla retribuzione fissa che a quella variabile, a causa delle difficili condizioni dei mercati di riferimento.

La gestione del personale è disciplinata da sistemi di gestione, procedure e prassi operative volte ad assicurare che le attività operative siano svolte nel rispetto dei principi definiti nei Codici Etici e in conformità alle leggi e regolamenti applicabili nei Paesi in cui il Gruppo opera.

La strategia per la gestione delle risorse umane attuata dal Gruppo è articolata secondo le seguenti direttrici principali:

- salvaguardia del know-how aziendale e sviluppo delle competenze, presupposto imprescindibile per garantire il raggiungimento degli obiettivi di business e l'alto livello qualitativo dei prodotti e servizi del Gruppo;
- ottimizzazione della produttività e della motivazione, al fine di garantire al Gruppo sicurezza e competitività in tutti i contesti di mercato in cui opera;
- sviluppo delle relazioni con le parti sociali, con l'obiettivo di garantire la necessaria coesione sociale interna e la focalizzazione verso gli obiettivi economici e di business del Gruppo.

Relativamente alla Capogruppo Cairo Communication S.p.A. ed alle società controllate (diverse da RCS), l'organizzazione aziendale ha assunto un assetto stabile nel periodo in quanto le competenze sono identificate e i ruoli sono ricoperti adeguatamente. La dimensione dell'organico e l'assetto organizzativo "snello" permettono alle informazioni e ai cambiamenti di circolare velocemente e di ottimizzare le esigenze operative anche attraverso job rotation.

D'altra parte, relativamente ad RCS tale strategia si è concretizzata in una serie di attività volte al ridisegno di un assetto organizzativo più agile e flessibile, alla semplificazione della struttura organizzativa e dei livelli gerarchici e alla riarticolazione delle attività tra le diverse unità organizzative (anche a seguito dell'insourcing di attività in precedenza in carico a fornitori esterni).

Conseguentemente sono state attuate politiche di "cambio ruolo" finalizzate a soddisfare le esigenze poste dall'attività di insourcing, dalle modifiche di natura organizzativa e/o di processo e dal turnover del personale. Con tale politica sono stati favoriti gli spostamenti volontari dei dipendenti a nuovi ruoli organizzativi (anche attraverso il job posting sulla intranet aziendale) al fine di ottimizzare l'organico già presente e creare nuovi approcci da parte del personale che da anni si trovava in posizioni consolidate, potendosi proiettare così in nuove mansioni più in linea con l'esigenza aziendale.

Infine, negli ultimi anni sia in Italia che in Spagna sono stati implementati strumenti a sostegno del recupero di produttività quali l'attivazione di contratti di solidarietà, la Cassa Integrazione Guadagni Straordinaria (CIGS) e l'agevolazione di contratti di natura part-time, anche nell'ottica di favorire la richiesta di soluzioni in grado di conciliare esigenze personali e lavorative.



7.2 Principali rischi

Tendenzialmente, a livello di Cairo Communication S.p.A. e sue società controllate (diverse da RCS) non si rilevano particolari rischi nella gestione del personale interno, data la stabilità dell'organizzazione aziendale.

Alcune aree di rischio sono eventualmente configurabili nell'ambito delle attività di RCS. In tale contesto, il processo di insourcing delle attività e il riassetto organizzativo hanno comportato nel periodo la necessità di un'accentuata mobilità interna che, da un lato, comporta un rischio connesso all'attività di riconversione delle professionalità presenti all'interno dell'organizzazione attraverso un processo di formazione, dall'altro determina problematiche di natura contrattuale sul fronte della gestione del personale (es. orario amministrativo vs orario su turni, accordi di secondo livello, ecc.).

La ricerca di efficienza nell'ambito dei processi aziendali e l'attenzione alle tematiche inerenti il costo del lavoro sono motivo di continuo confronto con le controparti sindacali e anche con riferimento ai rischi correlati alle eventuali azioni che, nell'ambito del processo di negoziazione, le rappresentanze sindacali ritengano di dover intraprendere.

Tale contesto potrebbe comportare una perdita di attrattività se commisurata ad altre aziende non appartenenti al settore Media che, non avendo conosciuto il recente contesto del settore editoriale, potrebbero risultare meglio performanti soprattutto in logica di remunerazione variabile correlata a obiettivi di crescita nel breve periodo.

In generale, a livello di Gruppo Cairo Communication, nell'area giornalistica e dell'informazione esistono circostanze nelle quali il personale aziendale può trovarsi ad operare in aree a rischio per la propria incolumità fisica. In questi casi vengono adottate misure di valutazione e gestione del rischio che sono dettate da una specifica regolamentazione aziendale, che definisce il processo di valutazione, autorizzazione e gestione della permanenza del personale in tali aree pericolose.

Le strutture aziendali, ove necessario con il supporto di fornitori esterni specializzati e l'uso di appositi strumenti operativi ed assicurativi, seguono il personale durante tutta la trasferta.

Sono altresì previste azioni formative ed informative al fine di fornire al personale tutte le informazioni necessarie a svolgere la propria attività nelle condizioni di maggior sicurezza.

7.3 Modalità di gestione

Nell'ambito dell'attività di gestione del personale, vengono applicate dal Gruppo Cairo Communication le normative nazionali del lavoro e i contratti collettivi di lavoro, ove esistenti, in funzione dei Paesi in cui il Gruppo opera.

Dal punto di vista interno costituiscono, invece, un fondamentale riferimento il Codice Etico, il Modello organizzativo 231, le policy di sostenibilità, i sistemi di gestione, le procedure aziendali, le prassi operative e tutta la contrattazione di secondo livello.



L'attività di gestione del personale si articola su incontri gestionali periodici tra responsabili, singoli lavoratori e rappresentanze sindacali che costituiscono momenti formali per la raccolta di indicazioni e segnalazioni di vario genere (gestionali, organizzative, di processo, amministrative, sviluppo competenze, formazione, ecc.).

Per ricevere dai lavoratori eventuali segnalazioni inerenti la mancata applicazione delle disposizioni aziendali, i Codici Etici di Gruppo prevedono un canale di comunicazione specifico verso il Vertice aziendale o, ove previsti, gli Organismi di Vigilanza. Con riferimento al presente esercizio di rendicontazione, non sono emerse segnalazioni specifiche.

Nella tabella di seguito si riporta il numero totale di dipendenti per genere e appartenenza geografica.

Dipendenti per genere e area geografica	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Totale	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175
<i>Italia</i>	1.528	1.210	2.738	1.580	1.215	2.795
<i>Spagna</i>	692	607	1.299	714	607	1.321
<i>Altri Paesi</i>	18	37	55	20	39	59

Nel 2017, il tasso di turnover evidenzia una riduzione del 2% (pari a 87 unità) del personale al 31 dicembre 2017, determinato da un tasso di turnover in entrata del 4% e da un tasso in uscita che si è attestato al 6%.

7.4 Pari opportunità

Come precedentemente indicato, il Gruppo Cairo Communication ritiene che i lavoratori costituiscano un patrimonio determinante e un fattore “chiave” di successo nell’ambito del proprio contesto di mercato, all’interno del quale la diversità di genere e di opinione è considerata un elemento da valorizzare in quanto fonte di arricchimento culturale e professionale.

Conseguentemente, è condannato e contrastato qualsiasi atteggiamento discriminatorio di ogni genere tra cui, a titolo non esaustivo, genere, età, orientamento sessuale, stato civile, religione, lingua, origini etniche o nazionalità, disabilità fisiche o mentali, stato di gravidanza, maternità o paternità, opinioni politiche, attività sindacale legato a qualunque altro motivo non giustificato sulla base di un criterio oggettivo e ragionevole.

Allo stato attuale, non sono evidenziabili significativi rischi in ambito di pari opportunità. Il Gruppo ritiene comunque di dover mantenere un costante ed elevato livello di attenzione alle problematiche inerenti le pari opportunità, ponendosi costantemente l’obiettivo di assicurare la prevenzione di ogni forma di discriminazione e la creazione di un ambiente inclusivo, che rispetti e valorizzi ogni forma di diversità allo scopo di migliorare il clima aziendale.

In particolare, relativamente alle fasi di selezione, definizione della remunerazione e sviluppo delle opportunità di crescita professionale, il Gruppo opera coerentemente con le competenze, capacità ed esperienze professionali delle persone, garantendo quindi l’applicazione del principio di pari opportunità.



Ove le condizioni organizzative lo consentano, vengono concessi part-time al ritorno dalla maternità o per particolari condizioni di salute di conviventi.

Nella tabella sottostante è rappresentata la situazione per qualifica e genere del numero di donne all'interno del Gruppo. La percentuale totale si attesta al 45%, in linea con lo scorso esercizio.

Dipendenti per qualifica e genere	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	88	20	108	91	20	111
Quadri	193	145	338	206	147	353
Impiegati	847	1.032	1.879	881	1.040	1.921
Direttori di Testata	38	14	52	38	14	52
Giornalisti	858	621	1.479	887	616	1.503
Operai	214	22	236	211	24	235
Totale	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175

A livello complessivo, viene confermato un sostanziale allineamento tra le retribuzioni della popolazione femminile e quella maschile, a parità di livello di ruolo e anzianità, con scostamenti rispetto agli anni precedenti non rilevanti.

Si segnala che nel corso del 2017, non sono stati segnalati episodi di discriminazione.

Infine, a testimonianza dell'attenzione sul tema delle pari opportunità, si segnala che il Gruppo Cairo Communication, tramite la società La7, è stato coinvolta in Italia nei lavori della Commissione parlamentare d'inchiesta sul "femminicidio", nonché su ogni forma di violenza di genere. Durante l'audizione del Direttore di Testata di La7 sono stati affrontati i rilevanti temi del ruolo dei media, e in particolare della televisione, nella rappresentazione dei casi di femminicidio e di violenza sulle donne, nonché della prevenzione del fenomeno e dello stimolo di un cambiamento culturale nella definizione dei rapporti tra uomini e donne.

7.5 Sviluppo delle competenze

Per il Gruppo Cairo Communication lo sviluppo delle competenze è il tema fondamentale per garantire il continuo allineamento delle risorse agli obiettivi aziendali di business.

Alla luce del settore media in cui il Gruppo opera, che è prevalentemente basato sul contributo professionale di tipo intellettuale e immateriale del personale, lo sviluppo delle competenze è necessario per l'evoluzione delle attività, dei prodotti e dei servizi offerti.

Il Gruppo si fa promotore degli interventi gestionali necessari a supportare tale sviluppo, con l'obiettivo sia di allineare le competenze manageriali e tecnico-professionali delle risorse agli obiettivi di business, sia di valorizzare il personale per rispondere a necessità di evoluzione delle strutture aziendali. Sviluppare una competenza aziendale solida aiuta preventivamente a gestire i rischi che derivano dalla perdita di know-how e di capacità di gestione.



A tal fine, le attività del Gruppo per lo sviluppo delle competenze sono finalizzate all'adeguamento delle risorse già esistenti all'evoluzione del contesto di riferimento, a facilitare l'inserimento del personale su nuovi ruoli e nuove professionalità, anche per riconversione professionale.

Nell'ambito della formazione delle risorse, sono svolti in modo sistematico i corsi obbligatori di salute e sicurezza (ad es. corsi ai preposti SSL in Italia ed alle altre funzioni/ruoli previsti dalle normative locali) ed i corsi di aggiornamento normativo necessari (ad es. corsi ex D.lgs. 231/01 sulla responsabilità amministrativa delle società).

Nella tabella sottostante sono rappresentate le ore di formazione erogate nel periodo di riferimento all'interno del Gruppo.

Ore di formazione per tipologia di corso	2017	2016
Formazione manageriale	790	6.689
Formazione specialistica in tema giornalistico/artistico	3.183	5.317
Formazione di lingua	17.568	18.553
Induction per i nuovi assunti	10	10
Salute e Sicurezza (obbligatoria)	2.451	3.882
Anti corruzione (Modello 231)	78	147
Altro (formazione tecnica specifica per funzione)	3.794	6.878
Totale	27.874	41.476

7.6 Dialogo con le parti sociali

Gli obiettivi generali del Gruppo che sono perseguiti nella tutela dello sviluppo delle competenze afferiscono all'esigenza di promuovere una cultura aziendale e manageriale che sia improntata alla capacità di realizzare prodotti e servizi di qualità, in un contesto di ricerca di efficienza e di recupero dei costi generali.

In tale contesto e soprattutto in RCS, il dialogo con le parti sociali risulta particolarmente rilevante ed è finalizzato a perseguire interventi congiunti sia sulla valorizzazione delle competenze del personale sia sul recupero di specifiche professionalità, con lo scopo di coniugare gli obiettivi di competitività ed efficienza con quelli di tutela e piena valorizzazione delle risorse interne.

Il dialogo si realizza con un'interlocuzione costante dei lavoratori attraverso organi rappresentativi quali i comitati aziendali. Il dialogo con le parti sociali ha il suo maggiore impatto sulla negoziazione collettiva, stabilendo condizioni di lavoro nell'azienda che sono vincolanti per entrambe le parti. Nell'attuale contesto, i rapporti quotidiani con i sindacati rivestono particolare importanza, al fine di comunicare costantemente e preventivamente le problematiche legate al business che possono impattare sui lavoratori.

Sul fronte delle relazioni sindacali in Italia, nel corso del 2017 sono andati a compimento gli accordi sindacali relativi a Corriere della Sera e alla Gazzetta dello Sport.



Il Corriere della Sera ha chiuso la C.I.G.S. a rotazione finalizzata al prepensionamento in un periodo caratterizzato dalla modifica dei requisiti della Legge 416 che ha innalzato da 58 a 60 anni l'età minima per il pensionamento. La Gazzetta dello Sport ha completato il biennio di solidarietà nel luglio 2017, passando a un successivo accordo di rivisitazione degli istituti di secondo livello. La chiusura degli accordi sindacali è stata accompagnata da una previsione di incrementi di produttività finalizzati alla partenza di nuovi progetti editoriali per entrambi i quotidiani.

Si chiuderà invece a metà febbraio 2018 lo stato di crisi con C.I.G.S. a rotazione finalizzata al prepensionamento per i periodici di RCS e quindi il 2017 è andato in continuità con una percentuale di C.G.I.S. di circa il 20% sull'intera popolazione.

Per quanto riguarda il personale impiegatizio di RCS in Italia, a fine luglio 2017 è stato siglato un accordo per la prosecuzione del contratto biennale di solidarietà difensiva e che è stato prorogato fino al 31 dicembre 2017 con percentuali differenti a seconda delle varie divisioni/reparti.

In Spagna, è stato firmato nel corso del 2017 il primo contratto collettivo del gruppo Unidad Editorial che ha definito per tutte le società del gruppo spagnolo un quadro normativo comune su tutte le tematiche lavorative suscettibili di poter essere unificate in un unico istituto, tra cui, in particolare, un sistema di remunerazione variabile per tutti i dipendenti collegato al raggiungimento degli obiettivi aziendali (EBITDA).

Sono stati inoltre raggiunti, con le rappresentanze legali dei lavoratori di ciascuna società, ulteriori accordi finalizzati alla firma di un nuovo contratto collettivo volto a disciplinare tutte le questioni non contemplate nel suddetto quadro normativo comune del lavoro, in materia di retribuzione e organizzazione dell'orario di lavoro.

Ancora in Spagna, l'interlocuzione con gli organi di rappresentanza delle parti sociali ha portato alla definizione di un "Piano di Uguaglianza", volto a regolare i principi di non discriminazione e pari opportunità, diffondendo una cultura aziendale impegnata all'uguaglianza cercando la riconciliazione tra famiglia, lavoro e vita personale. E' stata a tal fine costituita una commissione aziendale per le pari opportunità, formata congiuntamente dai rappresentanti dei lavoratori e dell'azienda, in cui partecipa anche l'area di prevenzione dei rischi professionali.

7.7 Salute e Sicurezza

Il Gruppo Cairo Communication riconosce l'importanza dell'integrità, della salute e del benessere dei propri dipendenti, dei collaboratori e di tutti i business partner. Le questioni relative alla sicurezza e alla tutela della salute hanno per il Gruppo la stessa priorità di quelle relative alla qualità dei prodotti e dei contenuti editoriali.

Pertanto il Gruppo attribuisce un'importanza particolare alla diffusione della cultura della salute e della sicurezza sul lavoro, richiedendo che ogni attività aziendale sia svolta nel pieno rispetto di tutte le norme vigenti e procedure aziendali atte a garantire tali aspetti imprescindibili.



Gli obiettivi principali che il Gruppo si prefigge in tema di salute e sicurezza si declinano nel:

- rigoroso rispetto della legislazione, dei regolamenti e degli accordi in materia di salute e sicurezza in ambito italiano, spagnolo e di ciascun paese in cui il Gruppo opera, nonché, se rilevanti, delle norme tecniche e degli standard internazionali;
- riconoscimento dell'importanza di integrare i principi della salute e sicurezza sui luoghi di lavoro nella gestione di tutte le attività aziendali;
- individuazione di tutti i ruoli e le figure preposte alla tutela della sicurezza dei lavoratori secondo le rispettive norme vigenti nei diversi Paesi di riferimento (ad es. per l'Italia i preposti, gli addetti antincendio, gli addetti alla gestione delle emergenze, i dirigenti, ecc.);
- individuazione e valutazione di tutti i fattori di rischio presenti sui luoghi di lavoro, compresi quelli in itinere e quelli emergenti previsti dalla legislazione vigente, al fine di adottare le misure più opportune per la loro eliminazione o riduzione, ovvero le misure di protezione più efficaci;
- analisi dei rischi legati alle attività lavorative e monitoraggio costante degli stessi, con l'ausilio delle funzioni/ruoli preposti (ad es. RSPP in Italia) e di tutti i lavoratori e delle innovazioni sulle attrezzature che permettano una riduzione dei rischi nell'ambito del costante impegno al miglioramento delle condizioni di lavoro;
- informazione a tutti coloro che sono presenti negli ambienti di lavoro aziendali (in particolare dipendenti, collaboratori, fornitori, clienti, ecc.) sulle tematiche della salute e sicurezza inerenti gli stessi ambienti, oltre che sui rischi presenti e sulle relative procedure di prevenzione e protezione adottate;
- centralità della formazione rivolta a tutti i livelli, finalizzata ad incrementare le competenze dei lavoratori sulle tematiche della salute e sicurezza, nonché a rendere tutti consapevoli delle proprie responsabilità e della necessità del rispetto della legislazione vigente e delle disposizioni aziendali emanate al riguardo;
- confronto costruttivo tra le figure preposte alla tutela della sicurezza dei lavoratori, anche durante le riunioni periodiche sulla sicurezza, programmate in termini di legge o all'occorrenza, se necessario, al fine di valutare il raggiungimento degli obiettivi in tale ambito e raccogliere le segnalazioni circa eventuali tematiche critiche;
- scelta dei propri fornitori operata anche sulle valutazioni delle garanzie prestate sugli aspetti relativi alla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro;
- in generale, coinvolgimento e forte sensibilizzazione di tutto il personale, a tutti i livelli dell'organizzazione, e dei collaboratori.

Il Gruppo si avvale anche di policy interne circa la gestione di aspetti di sicurezza con riferimento alla gestione degli appalti e all'organizzazione di eventi sportivi e culturali, soprattutto per gli ambiti di RCS.

Restano tuttavia presenti alcuni rischi, in particolare generati dai processi produttivi, dal lavoro dei dipendenti e giornalisti in aree pericolose e dalla gestione degli eventi sportivi (in particolare per RCS), che il Gruppo si impegna a prevenire e minimizzare attraverso interventi strutturali e gestionali, quali:



- mantenere salubri e sicuri i luoghi di lavoro;
- identificare e ridurre l'uso di materiali e/o processi che possono avere impatti negativi sulla salute e sicurezza delle persone;
- integrare gli aspetti di salute e sicurezza nella pianificazione delle strategie e delle attività ad ogni livello del processo decisionale aziendale;
- sensibilizzare e coinvolgere i dipendenti negli sforzi che il Gruppo compie per tutelare al meglio la salute e la sicurezza delle persone e comunicare all'esterno la propria politica, gli obiettivi e gli sforzi compiuti;
- essere in conformità con tutte le leggi, con le politiche e gli standard in materia di salute e sicurezza;
- promuovere la sensibilizzazione nei confronti della salute e della sicurezza delle persone anche al di fuori del Gruppo.

I principali rischi con impatti sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro possono essere ricondotti a due macrocategorie:

- quelli correlati all'attività che possono generare infortuni (movimentazione di carichi e uso di attrezzature, cadute accidentali e urti, guida di autoveicoli, ecc);
- quelli correlati all'ambiente di lavoro che possono generare malattie (esposizione a campi elettromagnetici, ventilazione dei locali e inquinamento indoor, lavoro a videoterminale, ecc.).

Nel 2017, a fronte di un numero complessivo di eventi sostanzialmente invariato rispetto all'anno precedente, si evidenzia una significativa riduzione del numero di infortuni sul lavoro – frutto di una continua azione di prevenzione in atto nel Gruppo - compensata da un aumento del numero di infortuni “in itinere” del tutto indipendenti dall'ambito aziendale. Fra questi ultimi si è registrato un evento che ha avuto per conseguenza il decesso di un lavoratore. Non sono stati accertati negli anni rendicontati casi di malattie professionali.

Si riporta di seguito il numero di infortuni per tipologia, genere e Paese relativi al 2017 e nel periodo 2016 posto a confronto:

Numero di infortuni	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Totale	25	18	43	22	20	42
Sul lavoro	7	3	10	10	7	17
<i>Italia</i>	3	-	3	6	3	9
<i>Spagna</i>	4	3	7	4	4	8
In itinere	18	15	33	12	13	25
<i>Italia</i>	9	8	17	8	5	13
<i>Spagna</i>	9	7	16	4	8	12



8. Creazione di valore per la comunità

Il Gruppo Cairo Communication contribuisce alla creazione di valore per la comunità in cui opera attraverso iniziative rivolte al terzo settore, ai giovani, e ai soggetti più deboli della società, sfruttando le diverse piattaforme a propria disposizione. Si tratta di progetti che trattano tematiche rilevanti per i cittadini, tra cui salute, innovazione, cultura, diversity, attenzione all'ambiente, valorizzazione del territorio Italiano, disabilità. Si riporta di seguito un elenco delle iniziative promosse dal Gruppo nel corso dell'anno e che hanno creato un impatto positivo sulla comunità.



• CHARITY E EMERGENZE

Buone Notizie - L'impresa del bene: è il settimanale del Corriere della Sera dedicato al terzo settore. La forza, l'energia, la creatività, la professionalità di donne, uomini, volontari, cooperative ed imprese sociali possono mostrare visioni nuove e proporre un nuovo approccio culturale, economico e sociale al Paese.

Un aiuto subito: in occasione di drammatici eventi che colpiscono il nostro Paese, il Corriere e La7 promuovono raccolte fondi mettendo a disposizione la loro forza di penetrazione e diffusione. Esempio eccellente di questa "macchina della solidarietà" è la raccolta fondi promossa dal Corriere della Sera e dal TgLa7 in occasione del terremoto nel Centro Italia dello scorso 24 agosto.

• PRODUZIONE E DIVULGAZIONE DI CULTURA E INFORMAZIONE

Premio Cairo: il Premio Cairo nasce nel 2000 per promuovere le nuove generazioni dell'arte italiana con una mostra e un premio. Negli anni il Premio è diventato un momento molto atteso da collezionisti, galleristi,



giornalisti e artisti. È la redazione di ARTE, prima rivista italiana e leader del settore per diffusione e autorevolezza, che cura lo svolgimento del premio. La selezione degli artisti è affidata a un comitato composto da dieci protagonisti del mondo dell'arte contemporanea e al vincitore vengono dedicati un ampio servizio e la copertina del numero di Arte.

Premio Arte: il Premio Arte, nato come appuntamento biennale nel 1985 e diventato annuale dal 2000, è rivolto a esordienti di ogni età e a studenti di Accademie e Scuole d'Arte. L'iniziativa prevede l'assegnazione di quattro premi, a fronte di 30 partecipanti nel 2017, dedicati rispettivamente alla pittura, alla scultura, alla fotografia e alla grafica. Vengono dedicati due servizi sulla rivista Arte ai finalisti, erogate borse di studio a favore di studenti delle Accademie ed infine esposte le opere del Premio Arte a Palazzo Reale per tutta la durata dell'evento.

I Premi: Corriere della Sera incoraggia il giornalismo rigoroso, competente, appassionato e d'inchiesta con il Premio Roberto Stracca rivolto ai giornalisti under 30 della scuola di giornalismo Walter Tobagi e il Premio Internazionale Maria Grazia Cutuli.

Fondazione Corriere della Sera: con l'obiettivo di cogliere i segnali del cambiamento socio-culturale; stimolare il dibattito tra punti di vista differenti nel rispetto di una cultura della democrazia, la Fondazione è diventata nei suoi 16 anni di attività un punto di riferimento grazie a una vastissima programmazione di appuntamenti e letture. Un costante impegno che riflette una grande passione civile: quella a difesa della libertà delle idee.

La Lettura: l'inserito culturale del Corriere della Sera che fa dell'apertura e della contaminazione i propri tratti distintivi, porta dalle sue pagine nel mondo reale dibattiti sui nuovi linguaggi, sui libri e la narrativa, sull'arte, organizzando mostre ed eventi per il pubblico. Ultima tra tutte è "Il colore delle parole", ospitata nel 2017 in Triennale con grande successo di pubblico.

Bullying or Not: iniziativa lanciata da El Mundo contro il bullismo che mira a sensibilizzare su un problema latente e a mobilitare la società per denunciare situazioni che spesso passano inosservate, facendo vedere quanto è facile confondere le risate tra amici e le risate delle molestie. La campagna ha cercato di sorprendere gli utenti online attraverso un'esperienza che mostra la linea sottile tra divertimento innocente e bullismo e quanto sia difficile per molti distinguere tra le due cose da un punto di vista singolare che purtroppo li unisce: le risate. Le risate sono un suono che associamo con qualcosa di bello, allegro, ma non è sempre così.

Voci che cucinano: nello sforzo nel difendere i diritti dei bambini, El Mundo ha lanciato il progetto Voci che cucinano, insieme alla piattaforma DobleSuma a favore della Fondazione Voces: un'iniziativa in cui i migliori chef e artisti del paese hanno offerto una esperienza gastronomica unica in esclusiva per i lettori in alcuni dei ristoranti più prestigiosi di Madrid.



Il premio FairPlay: anche nel 2017, dopo il successo delle due precedenti edizioni, La Gazzetta dello Sport ha portato sul palco dei Gazzetta Sports Awards le stelle dello sport italiano, premiando i campioni delle varie discipline sportive. Nell'ambito dei Gazzetta Sports Awards, il Premio Fairplay è stato assegnato al campione di golf Matteo Manassero, che all'ultimo giro del Klm Open in Olanda si è autoinflitto due colpi di penalità per aver sfiorato un filo d'erba in un bunker, senza testimoni. In questo modo ha consapevolmente rinunciato a molte posizioni in classifica: cominciata la giornata al settimo posto, l'ha chiusa al 17°.

BiciScuola: progetto legato al Giro d'Italia con l'obiettivo di far conoscere nelle scuole Primarie il mondo e i valori del Giro avvicinando i giovani all'uso della bicicletta, al fairplay, all'educazione ambientale e alimentare, ai temi della sicurezza e dell'educazione stradale.

- **CREAZIONE DI VALORE: VALORIZZAZIONE SISTEMA PAESE**

L'Economia d'Italia: il settimanale del Corriere della Sera dedicato alle imprese e alla finanza, elabora un percorso di racconto della produttività e delle eccellenze dei distretti italiani, con un progetto editoriale articolato e multimediale che coinvolge direttamente il territorio, le aziende e le Università.

Cibo a regola d'Arte: un percorso di incontri, laboratori e degustazioni dentro la cultura del cibo alla scoperta di gusti, maestri e territori per raccontare la cultura mediterranea ed il suo rinnovamento.

Corriere Innovazione: partendo dal progetto multiplatforma che promuove una nuova cultura dell'innovazione in tutti i settori, oltre i confini dell'hi-tech, si è creato un network vitale e attivo che affianca al mensile e al sito web, una felice serie di incontri tematici sul territorio per raccontare le numerose eccellenze italiane.

Gazzetta Cup: La Gazzetta dello Sport, in collaborazione con il Centro Sportivo Italiano, fa giocare gratuitamente in tutta Italia i bambini delle scuole elementari, creando un'opportunità davvero unica di vivere e respirare il calcio nella sua dimensione più autentica praticando il vero spirito dello sport. Nel 2017 hanno partecipato a Gazzetta Cup 4.000 squadre, formate da 43.000 ragazzini nati tra il 2005 e il 2008, sfidandosi a calcio a 5 e a 7 giocatori. Dopo una prima fase giocata negli oratori e nei quartieri, le fasi cittadine del torneo hanno tinto di rosa alcune tra le principali città italiane, per arrivare alla finale nazionale allo Stadio Olimpico di Roma, all'insegna dei valori positivi dello sport e del fairplay.

- **PARI OPPORTUNITA'**

27esima ora: il blog al femminile del Corriere della Sera che racconta le storie e le idee di chi insegue un equilibrio tra lavoro (che sia in ufficio o in casa), famiglia e se stessa.

Tempo delle Donne: la festa-festival organizzata da Corriere della Sera da un'idea de La27esimaOra e in collaborazione con IoDonna, Fondazione Corriere della Sera e ValoreD. Un momento collettivo di produzione di idee, di sperimentazione, di confronto, che va oltre il giornale per diventare vita vera, esplorazione e proposta.



Fondazione Candido Cannavò: tra i suoi obiettivi primari, la Fondazione si occupa della valorizzazione dello sport come educazione alla convivenza sociale e fattore di recupero da situazioni di emarginazione, cercando di offrire condizioni di migliore vivibilità negli istituti detentivi, anche attraverso lo sport. La Fondazione Cannavò si adopera inoltre con la sua azione per favorire la rimozione delle barriere che frenano l'inserimento dei disabili nella società civile e contribuisce alla ricerca di fondi per il sostegno di progetti e, quando ci riesce direttamente, si occupa della realizzazione delle iniziative territoriali. Il tutto sulla per ristabilire le pari opportunità di accesso alla pratica sportiva e migliorare le condizioni nelle comunità disagiate.

Io tifo positivo: il progetto della Fondazione Candido Cannavò e di Comunità Nuova Onlus di Don Gino Rigoldi ha continuato la sua attività anche nel 2017, coinvolgendo numerose nuove scuole, città e squadre in tutta Italia. L'obiettivo è quello di formare bambini, ragazzi e genitori con una mentalità sportiva positiva, basata sui valori fondamentali: legalità, amicizia, rispetto reciproco, lealtà e collaborazione. Tra le varie iniziative del 2017: in febbraio il progetto Io tifo positivo è partito anche in Toscana; Milano ha ospitato in marzo il quinto «Spegni il razzismo nello sport», organizzato da Io tifo positivo nella Giornata mondiale contro le discriminazioni razziali; la stagione del basket in carrozzina italiano si è chiusa in maggio a Desio con una finale che ha visto tante squadre aderire al progetto impegnandosi per la sua diffusione.

Blog InVisibili: tramite tale strumento il Corriere della Sera ha l'obiettivo di cambiare la situazione che spesso vive chi ha a che fare con una disabilità: innanzitutto parlandone, nel modo più chiaro e sereno possibile. Obiettivo è anche stigmatizzare i comportamenti sbagliati e trovare soluzioni dettate dal rispetto dell'individuo ma anche dal buon senso.

• SALUTE E ALIMENTAZIONE

Corriere Salute: informa la famiglia su tutte le problematiche legate alla salute in modo utile e pratico, garantendo una più che esauriente copertura, realizzata dalle fonti più autorevoli, di argomenti quali novità scientifiche, scoperte e sperimentazioni cliniche di farmaci, la medicina pratica, il fitness e l'alimentazione.

Sportello Cancro: in collaborazione con la Fondazione Umberto Veronesi, un'articolata sezione del Corriere dedicata alla prevenzione e alla cura delle diverse forme di tumore.

CuidatePlus: è una iniziativa che conta sull'appoggio e la forza di tutto il gruppo Unidad Editorial, i cui prodotti faranno da altoparlante costante per sensibilizzare la società sui pilastri fondamentali della prevenzione e dell'educazione sulla salute, valore indispensabile per le persone, con l'intento di creare una piattaforma di riferimento e di responsabilità sociale per promuovere la prevenzione. L'obiettivo è sensibilizzare la popolazione ad avere cura di sé in modo responsabile e migliorare le abitudini salutari in tutte le fasi della vita.

Marca Jugadera: in occasione della giornata mondiale contro il cancro al seno, il 19 ottobre, *Marca* ha deciso di tingersi per la prima volta di rosa, aumentando la tiratura del quotidiano e aggiungendo un



supplemento che trattava esclusivamente temi relativi alla malattia. Inoltre, è stata organizzata un'asta di materiale donato da personaggi sportivi, il cui ricavato è stato devoluto all'associazione spagnola contro il cancro insieme ad una percentuale degli incassi della vendita del quotidiano e degli abbonamenti sottoscritti nella settimana della prevenzione.

- **GREEN**

Riciclo di classe: per incoraggiare fin dall'infanzia comportamenti responsabili e uno sguardo attento nei confronti dell'ambiente, il Corriere della Sera insieme a Conai ha realizzato un programma di educazione ambientale rivolto alle scuole primarie di tutta Italia, con l'obiettivo di sensibilizzare gli studenti alla corretta separazione dei rifiuti di imballaggio. In un anno hanno partecipato 3.000 classi, sono stati coinvolti 12.000 studenti e 1.300 sono stati i progetti realizzati con il recupero e il riutilizzo dei materiali.

Marca in Verde: in occasione della giornata sull'ambiente, il 9 giugno Marca si è tinta di verde per la prima volta nella storia del quotidiano, uscendo con un supplemento di 16 pagine per la sensibilizzazione del pubblico al rispetto del pianeta. Il 10% del ricavato della vendita del quotidiano è stato devoluto al WWF per la riforestazione di un parco a sud di Madrid.

Ride Green è il progetto del Giro d'Italia dedicato alla salvaguardia dell'ambiente. Con l'aiuto delle società locali si è garantito che i rifiuti raccolti in modo differenziato fossero avviati al riciclo e quindi trasformati in materia prima. I cittadini, gli addetti ai lavori e i media coinvolti sono stati sensibilizzati sulle tematiche ambientali. Il progetto, unico nel suo genere, intende veicolare un messaggio importante attraverso i canali mediatici che seguono il Giro sul territorio a livello nazionale ed internazionale: la salvaguardia dell'ambiente e del paesaggio.

Durante tutte le tappe del Giro è stata realizzata la raccolta differenziata di tutti i rifiuti prodotti durante la manifestazione nelle aree di pertinenza della stessa, cercando di minimizzare al massimo i rifiuti non recuperabili.

- **IMPEGNO SULLA TV E WEB IN MERITO AI TEMI DEL SOCIALE**

Il Gruppo, tramite LA 7, ha proposto interessanti contenuti a sfondo sociale a testimonianza della sua profonda attenzione verso tali tematiche, tra cui:

L'Ora della Salute: è un contenuto, promosso dalla Fondazione Umberto Veronesi e dalla Teva, volto a garantire valide informazioni sul piano scientifico e della ricerca;

Pink Is Good: una produzione trasmessa su La7d, a cura della Fondazione Umberto Veronesi, incentrato sul racconto di storie di donne malate di cancro al seno, del loro percorso psicologico e della loro preparazione atletica in vista delle maratone di Amsterdam e di New York;

MeravigliosaMente: in onda su La7, è un interessante viaggio alla scoperta dei giovani ricercatori italiani impegnati nell'ideazione di progetti innovativi (genetica, robotica, ambiente ed ecologia, ecc.), a testimonianza dell'eccellenza scientifica del nostro paese;



50 Per Rio: un “docufilm”, trasmesso su La7, che narra l’impresa compiuta dal cinquantenne Alex Zanardi, con la sua handbike, per salire sul gradino più alto del podio della gara a cronometro e staffetta di ciclismo delle para Olimpiadi 2016 in Brasile;

Atlantide: La7 ha proposto una serie di documentari su tematiche ambientali, tra cui: Missione Acqua, La Strage dei Coralli, Il Mondo ha Sempre più Fame, La Minaccia del Riscaldamento Globale, La Salvezza della Terra, Battaglia alle bottiglie, Fino all’ultima goccia, Come il clima ha cambiato la storia, Reset Pianeta Terra! Etc;

Giornata degli Oceani: La7d, lo scorso 8 giugno, ha trasmesso il film “La Ragazza delle Balene” e il documentario Sfera “Il Mondo degli Oceani”.

• SPOT ED INIZIATIVE DI COMUNICAZIONE SOCIALE

Inoltre, il Gruppo tramite La7 ha concesso ampio spazio alla diffusione di spot realizzati da onlus, associazioni o enti no profit e relativi a campagne di comunicazione sociale e di sensibilizzazione dell’opinione pubblica, anche attraverso la raccolta fondi, su iniziative a tutela delle categorie più svantaggiate, in difesa dei diritti umani, di salvaguardia ambientale. Sono stati trasmessi più di 4.500 spot sul canale La7 e 4600 sul canale La7d, relativi a circa 130 soggetti ospitati, tra cui:

Fondazione Veronesi: campagna di raccolta fondi a favore del progetto sull’oncologia pediatrica: “Gold for Kids”;

Fai: campagna nazionale di raccolta fondi: “Sosteniamo il FAI – per la salvaguardia del patrimonio artistico e naturale; “Campagna raccolta fondi: "Ricordiamoci di salvare l’Italia!”;

Ail: “24° edizione Uova di Pasqua AIL - raccolta fondi a favore della lotta contro i tumori del sangue”; “XII edizione della Giornata Nazionale per la lotta contro leucemie, linfomi e mieloma”;

Airc: “Festa della Mamma - torna l’Azalea della Ricerca, il fiore simbolo della lotta contro i tumori femminili”;

MOIGE - Movimento Italiano Genitori Onlus: campagna di sensibilizzazione e raccolta fondi “Noi ci siamo” a favore dei “Punti di sostegno e supporto contro il CYBERBULLISMO”;

Telethon: tra le altre si segnala la “Campagna #IoPerLei” – raccolta fondi per la ricerca scientifica sulle malattie genetiche rare; “Campagna 5 x 1000 per sostenere la ricerca”;

Trenta Ore Per La Vita: campagna raccolta fondi per la ricerca sull’epilessia infantile;

WeWord: “CAMPAGNA TIMEOUT” a favore della protezione delle donne e dei loro bambini contro la violenza”; Campagna di sensibilizzazione sul tema dei diritti delle donne e dei bambini vulnerabili”).



9. Gestione responsabile della catena di fornitura

Il Gruppo Cairo Communication ritiene rilevante e strategica la gestione della propria catena di fornitura poiché vengono acquistati da soggetti terzi anche beni e servizi “core” per il business del Gruppo. In particolare, l’esternalizzazione di alcuni processi produttivi richiede una stretta collaborazione e un attento monitoraggio dei fornitori strategici, al fine di garantire e preservare gli elevati standard qualitativi dei prodotti realizzati e dei servizi resi alla collettività.

Tra i principali processi esternalizzati e gli acquisti di beni/servizi, si segnalano, a titolo esemplificativo, il processo di stampa, il processo distributivo, l’organizzazione di eventi sportivi, l’acquisto di materie prime legate al processo produttivo (in particolare carta, inchiostri e lastre), l’acquisizione di licenze e/o appalti produttivi per contenuti televisivi e/o multimediali, agenzie stampa/foto, servizi video, facilities e materiali di supporto al business nonché il ricorso a professionalità esterne in ambito redazionale, autorale, d’agenzia e di collaborazione.

9.1 Politiche praticate dall’organizzazione

Il Gruppo Cairo Communication applica, nella relazione con i propri fornitori strategici, i principi di correttezza e trasparenza, adottando procedure di selezione svolte con imparzialità e secondo regole che comprendono la verifica di qualità, idoneità tecnico-professionale, aspetti etico-comportamentali, rispetto degli standard normativi applicabili e economicità della fornitura dei beni, servizi e lavori.

Gli standard contrattuali in uso nelle forniture strategiche del Gruppo prevedono tendenzialmente il rispetto da parte dei fornitori del Decreto 231/01 e dei principi etici del Gruppo o, come nel caso della Spagna, di specifici standard etici di riferimento.

Inoltre, in presenza di rischi specifici, le forniture significative possono prevedere anche la sottoscrizione di apposite clausole relative ad aspetti quali la salute e sicurezza dei lavoratori, il rispetto dei diritti umani, il rispetto della normativa in materia previdenziale, la tutela dell’ambiente, la tutela della proprietà intellettuale, ecc..

Infine, sono definite le procedure interne o le prassi consolidate che, nel rispetto dei principi sopra indicati, guidano il Gruppo alla scelta accurata e motivata dei propri fornitori. La selezione dei fornitori attualmente avviene sulla base di criteri economici che non ponderano specificatamente aspetti sociali o ambientali predefiniti. Il Gruppo si impegna a considerare, nel processo di selezione dei fornitori operanti nei settori più a rischio, criteri basati su standard di sostenibilità che saranno definiti nel corso del 2018.

9.2 Principali rischi

I rischi prevalenti della catena di fornitura in merito ad aspetti sociali ed ambientali non sono direttamente controllabili dal Gruppo e sono riconducibili a possibili impatti negativi sul Gruppo derivanti dall’inadeguato



controllo sulla realizzazione all'esterno di prodotti/servizi/lavori, anche con riferimento alla tutela della proprietà intellettuale e alla correttezza delle notizie pubblicate e diffuse.

Tali rischi vengono mitigati, oltre che con la verifica dei requisiti e la definizione delle specifiche/capitolati nella fase di qualifica e selezione, soprattutto con una gestione accurata degli accordi contrattuali tra le parti, la definizione degli elevati standard di fornitura/prestazione (livelli standard di fornitura beni/prestazione servizi/esecuzione lavori) ed il continuo monitoraggio delle forniture/prestazioni rese dal fornitore.

Il rischio che il Gruppo influenzi i processi operativi dei fornitori a proprio favore, sfruttando eventuali condizioni di dipendenza o debolezza della controparte (sia che si tratti di multinazionali italiane o straniere, sia che si tratti di piccole o medie imprese italiane o straniere) è limitato e comunque gestito. Infatti, nella scelta dei fornitori viene valutato anche il peso della fornitura richiesta rispetto al volume d'affari del fornitore, al fine di verificare l'impatto economico della specifica fornitura rispetto al business della controparte.

Sono inoltre evidenziabili rischi potenziali legati ad alcune tipologie di forniture strategiche connesse ai diversi business in cui opera il Gruppo e gestiti attentamente dal management aziendale, quali:

- in relazione all'approvvigionamento della carta che costituisce una delle forniture più significative e "sensibili" dal punto di vista ambientale delle attività editoriali del Gruppo:
 - ✓ il rischio ambientale connesso allo sfruttamento di tale risorsa naturale ed il mancato utilizzo di risorse rinnovabili che danno origine a prodotti riciclabili;
 - ✓ il rischio legato al mercato oligopolistico in fase di progressiva concentrazione, che genera difficoltà nell'approvvigionamento, nonché dipendenza dai fornitori, in particolare per la carta giornale colorata;
- i rischi ambientali legati al non corretto smaltimento della carta da macero (per scarti di produzione e vendita di prodotti editoriali invenduti);
- i rischi ambientali relativi agli inchiostri utilizzati nella stampa editoriale (solo per i processi produttivi gestiti esternamente);
- i rischi ambientali legati alle emissioni di CO2 per i mezzi di trasporto utilizzati per l'attività di distribuzione;
- i rischi sociali derivanti dall'eventuale utilizzo di manodopera non in regola o dal mancato rispetto degli orari di lavoro, ad esempio da parte dei distributori;
- relativamente alla realizzazione e gestione della rete televisiva, i potenziali rischi legati ai danni sulle persone e sull'ambiente per l'esposizione alle onde elettromagnetiche, nonché al mancato rispetto della articolata regolamentazione di settore presente sia a livello nazionale che a livello internazionale.

9.3 Modalità di gestione

Il Gruppo Cairo Communication definite le procedure interne o le prassi consolidate per la gestione del processo di approvvigionamento di beni, servizi (comprese le consulenze) e lavori, che definiscono i ruoli, le



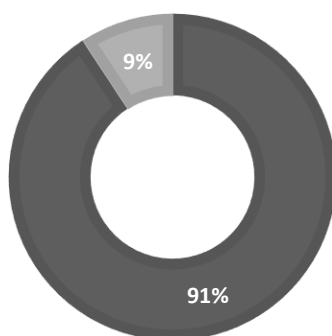
responsabilità e i controlli da attuare al fine di garantire che le attività prestate siano svolte nel rispetto degli accordi contrattuali in essere tra le parti nonché delle leggi e regolamenti applicabili, del Decreto legislativo 231/01, del Codice Etico e del Modello organizzativo 231 della società contraente del Gruppo.

In particolare, nella fase di qualifica e selezione dei fornitori sono coinvolte, nel rispetto del principio di segregazione dei compiti, diverse direzioni/funzioni/figure aziendali. La scelta del fornitore è effettuata sulla base di una valutazione complessiva che tiene conto, non solo della capacità di assolvere correttamente alle obbligazioni assunte e dell'economicità in termini di rapporto qualità/prezzo della fornitura, ma anche del grado di affidabilità della controparte. Quest'ultima è valutata sulla base di indicatori quali, ad esempio, la solidità finanziaria, il rispetto delle leggi e dei regolamenti, la salute e sicurezza sul lavoro, gli aspetti etico-comportamentali, la capacità di garantire la sicurezza dei dati trattati, ecc..

Le dinamiche di acquisto avvengono prevalentemente all'interno dello stesso Paese. Per i contratti stipulati con fornitori che operano in Paesi esposti a maggiori rischi sociali ed ambientali (ad es. la Cina), il Gruppo può prevedere la sottoscrizione di ulteriori impegni al rispetto di principi etici, quali il divieto di sfruttamento del lavoro in particolare quello minorile.

Di seguito si riporta il peso degli acquisti effettuati da fornitori locali sia nel periodo di rendicontazione 2017 in termini di volume. Per fornitori locali si intendono tutti quelli localizzati nello Stato di appartenenza della società del Gruppo acquirente.²

■ Fornitori locali ■ Altri fornitori



Di seguito vengono delineate le principali tipologie di acquisto da parte del Gruppo e le modalità di gestione in termini sociali e ambientali.

Acquisto carta

Il Gruppo acquista carta per tutti i processi produttivi, sia gestiti internamente che esternamente. L'acquisto di tale materia prima, che risulta una delle più "sensibili" in termini ambientali, avviene prevalentemente da

² I dati 2016 del Gruppo Cairo Communication considerano i dati di RCS relativi a tutto l'esercizio. Nel paragrafo 11.4 sono riportati anche i dati relativi al periodo posto a confronto (2016) e al numero di anagrafiche.



fornitori europei: l'industria cartaria in Europa è storicamente una delle industrie più attente all'ambiente poiché utilizza risorse rinnovabili che danno origine a prodotti riciclabili.

Le cartiere devono infatti sottostare a severe procedure finalizzate alla riduzione massima degli impatti ambientali. Le procedure adottate dalle diverse multinazionali negli stabilimenti presenti in diverse nazioni devono pertanto attenersi alle rigide leggi europee e nazionali.

Il Gruppo utilizza i principali fornitori italiani ed europei di carta come, a titolo esemplificativo e non esaustivo, Burgo Group, Cartiera del Garda (Gruppo Lecta), Norske, Holmen, UPM, che costituiscono operatori di primario standing internazionale in un settore che presenta un contenuto numero di controparti. Tali controparti dimostrano il loro impegno verso l'ambiente attraverso certificazioni di un processo produttivo eco-compatibile (certificazione ISO 14001 e/o registrazione EMAS - Eco Management and Audit Scheme) e una comunicazione dettagliata del loro impegno verso l'ambiente.

Acquisto inchiostri

Solamente per i processi produttivi gestiti internamente, un'altra delle principali categorie merceologiche acquistate ai fini della stampa editoriale è rappresentata dagli inchiostri.

Il Gruppo acquista tali inchiostri da Sun Chemical, il principale fornitore leader mondiale nella produzione di inchiostri per la stampa, che emette annualmente un proprio bilancio di sostenibilità a testimonianza della forte attenzione alla costante riduzione degli impatti ambientali derivanti dalla produzione dei propri prodotti. Inoltre, Sun Chemical adotta strumenti all'avanguardia che permettono di guidare la scelta dei materiali per la produzione allo scopo di ridurre i relativi impatti ambientali.

Catena di distribuzione

Il canale distributivo tradizionale della stampa vede coinvolti quattro soggetti: l'editore, il distributore nazionale, il distributore locale e le rivendite (o edicole). Tale processo distributivo può essere distinto nelle seguenti fasi:

- il trasporto dal polo stampa al distributore nazionale e/o locale;
- il trasporto dal distributore locale alle edicole;
- il processo inverso per il ritiro delle copie invendute (o rese).

Il Gruppo ha rapporti diretti solo con distributori nazionali, che per Cairo Editore S.p.A. è attualmente SO.D.I.P. S.p.A., per RCS MediaGroup S.p.A. è attualmente la società collegata m-Dis S.p.A. mentre per Unidad Editorial è la società controllata Logintegral.

A tutela degli impatti ambientali e sociali che derivano dalla catena di fornitura, il Gruppo si assicura che il distributore nazionale disciplini contrattualmente con i vettori di trasporto:

- l'utilizzo di automezzi per l'esecuzione del servizio che siano in regola con le vigenti disposizioni di legge e l'obbligo di rispettare i programmi di manutenzione previsti;



- la conoscenza e il rispetto di tutte le norme vigenti che sono previste relativamente all'esercizio dell'attività di trasporto di merce per conto terzi (ad esempio in Italia il Testo Unico sulla Sicurezza, d.lgs. 81/08 e s.m.i.);
- il possesso delle necessarie autorizzazioni per lo svolgimento delle predette attività;
- la garanzia che il personale abbia le caratteristiche attitudinali e i certificati di idoneità richiesti dalle Autorità competenti per poter svolgere le mansioni affidate;
- l'impegno al rispetto e all'adempimento, nei confronti dei propri dipendenti o ausiliari, di tutte le norme contrattuali e collettive del settore di appartenenza sotto il profilo economico, assicurativo, previdenziale ed antinfortunistico;
- i pagamenti dei trattamenti retributivi ed i versamenti assistenziali e previdenziali dei propri dipendenti o ausiliari;
- l'impegno a fornire al distributore nazionale l'elenco nominativo del personale impegnato nelle attività, con l'indicazione della relativa qualifica e la dichiarazione relativa al Contratto Collettivo stipulato dalle organizzazioni sindacali comparativamente più rappresentative ed applicato ai suoi lavoratori dipendenti.

Gestione tecnica del Mux

Il Gruppo, per la attività di operatore di rete di Cairo Network, ha deciso di affidare interamente in modalità "full service" la realizzazione e la gestione della rete a un qualificato operatore di settore, EI Towers S.p.A..

Tale fornitore ha sottoscritto un contratto con durata pluriennale avente ad oggetto la realizzazione del Mux (ospitalità, assistenza e manutenzione, utilizzo dell'infrastruttura di trasmissione, ecc.), fornendo impegni e garanzie volte a garantire il rispetto della normativa di settore.

Anche con riferimento alla Spagna per le attività di Radio Marca e del multiplex Veo, si rileva che il servizio di trasmissione è gestito da un distributore nazionale, Cellnex.

10. Tutela dell'ambiente

La tutela e la salvaguardia dell'ambiente sono temi di primaria importanza per il Gruppo Cairo Communication, che si impegna quotidianamente nell'indirizzare le proprie attività al rispetto dell'equilibrio tra iniziative economiche ed esigenze ambientali.

Gli impatti ambientali riconducibili al Gruppo sono quelli relativi alle attività produttive gestite direttamente (quali ad esempio i processi di stampa dei quotidiani RCS, la produzione tv e trasmissione del segnale televisivo di LA7 e di quello radiofonica di Radio Marca) e alla gestione della catena di fornitura (in particolare per quanto riguarda i processi di stampa presso poli di terzi, il processo distributivo e l'acquisto di materia prima ad "alto impatto ambientale" quale la carta e gli inchiostri).



Infine, anche la gestione delle diverse sedi ed uffici del Gruppo comporta degli impatti ambientali che il Gruppo gestisce e governa nel rispetto delle normative applicabili nei diversi Paesi in cui opera.

10.1 Politiche praticate dall'organizzazione

L'attenzione alle tematiche ambientali e l'impegno del Gruppo nella gestione dei relativi impatti è esponenzialmente cresciuta nel corso degli anni. Tale sensibilità ambientale si è concretizzata in iniziative specifiche, quali principalmente:

- l'impiego di tecnologie innovative per utilizzare al meglio le risorse energetiche e naturali;
- l'attenzione e lo stimolo alla cultura dell'eco-sostenibilità, anche mediante attività di comunicazione interna;
- la promozione di politiche di acquisto che siano sensibili e coerenti alle tematiche ambientali.

L'impegno del Gruppo Cairo Communication al rispetto della vasta normativa in vigore per la protezione dell'ambiente e alla riduzione dell'impatto ambientale delle proprie attività è sancito in primis all'interno del Codice Etico e dei Modelli organizzativi 231 adottati dalle società del Gruppo nonché dalla Policy di Sostenibilità del Gruppo. Inoltre la regolamentazione degli aspetti ambientali connessi alle attività aziendali è svolta all'interno di procedure, prassi consolidate e/o istruzioni operative.

Infine, è adottato un sistema di monitoraggio degli impatti ambientali mediante l'analisi di specifici indicatori di performance ambientale attraverso i quali il Gruppo si impegna ad adeguare le proprie strategie in un'ottica di miglioramento continuo.

10.2 Principali rischi

I rischi ambientali a cui è esposto il Gruppo Cairo Communication, comprendono non solo rischi legati ai processi produttivi direttamente gestiti, ma prevalentemente rischi generati indirettamente attraverso terzi.

I principali rischi ambientali evidenziabili sono, come in parte descritto nella sezione della catena di fornitura, i seguenti:

- lo sfruttamento della carta ed il mancato utilizzo di risorse rinnovabili che danno origine a prodotti riciclabili;
- il non corretto smaltimento della carta da macero (per scarti di produzione e vendita di prodotti editoriali invenduti);
- i rischi ambientali di inquinamento atmosferico legati al processo distributivo;
- il non corretto utilizzo degli inchiostri nella stampa editoriale (sia per i processi produttivi gestiti internamente che esternamente);
- le emissioni di CO₂ per i mezzi di trasporto utilizzati per l'attività di distribuzione;
- le emissioni di CO₂ per la flotta aziendale del Gruppo;
- i danni sull'ambiente per l'esposizione alle onde elettromagnetiche;



- i rischi ambientali connessi alla gestione degli uffici di proprietà piuttosto che alle sedi e agli uffici in cui il Gruppo è locatario di edifici “multitenant”.

10.3 Modalità di gestione

Le attività e le iniziative sviluppate dal Gruppo sono riconducibili al proseguimento di un percorso di tutela ambientale e di efficientamento energetico messo in atto a fronte dell’impegno all’ottimizzazione di tutti i processi aziendali, sia per quanto riguarda i consumi e i rifiuti di materiali provenienti dai processi produttivi sia per quanto riguarda i consumi energetici nelle sedi e negli uffici.

Siti produttivi

I processi produttivi svolti internamente al Gruppo sono quelli di stampa direttamente gestiti da tre società del Gruppo, controllate dalla società RCS MediaGroup S.p.A.. Tali società si occupano direttamente della stampa delle testate quotidiane italiane del Gruppo (Corriere della Sera e La Gazzetta dello Sport) nei tre stabilimenti di Roma, Pessano con Bornago (MI) e Padova.

I processi di stampa dei periodici di Cairo Editore, di RCS e di Unidad Editorial, nonché dei quotidiani spagnoli (El Mundo, Marca e Expansion) e di tutti i collaterali cartacei sono esternalizzati presso poli di terzi.

I materiali utilizzati per la stampa sono prevalentemente carta, inchiostri e lastre, il cui consumo dipende principalmente dai volumi di produzione. Gli impatti ambientali rilevanti del processo di stampa derivano da additivi e solventi chimici: l’utilizzo di tali sostanze risulta in diminuzione e sempre più caratterizzato dalla scelta di componenti a minor impatto ambientale.

Si specifica che la carta utilizzata per i processi produttivi è prevalentemente a base riciclata e pasta legno. Tuttavia, come specificato nel capitolo 9 “Gestione responsabile della catena di fornitura”, il Gruppo seleziona e si avvale di fornitori particolarmente attenti agli aspetti ambientali.

Il quantitativo di carta indicato nella tabella sottostante comprende anche i quantitativi acquistati e consumati dal Gruppo Cairo Communication per i processi di stampa esternalizzati. Inoltre, i volumi di inchiostri considerano anche le quantità acquistate da RCS per i poli stampa terzi.

Materiali - Siti Produttivi	u.m.	2017	2016³	Delta	Delta %
Carta	Tonnellate	149.595	161.538	(11.943)	-7%
Inchiostri	Kg	828.223	890.665	(62.442)	-7%
Lastre	N°	1.029.758	1.005.938	23.820	2%
Additivi	Kg	52.600	69.328	(16.728)	-24%
Solventi	Litri	12.877	18.849	(5.972)	-32%

³ Si precisa che i dati 2016 del Gruppo Cairo Communication riportati nelle seguenti tabelle considerano i dati di RCS relativi a tutto l’esercizio.



Il consumo di energia degli stabilimenti si caratterizza per consumi diretti di gas naturale e consumi indiretti di energia elettrica, tutti provenienti da fonti non rinnovabili.

I consumi diretti di gas naturale risultano incrementati rispetto al 2016 per le temperature rigide, registrate in particolare nei primi mesi dell'anno. Tale incremento è parzialmente compensato dai benefici ottenuti da interventi di riparazione ed efficientamento di diverse caldaie negli stabilimenti di Pessano con Bornago (MI) e Padova. I benefici di tali interventi saranno visibili anche nell'esercizio 2018.

Per quanto riguarda i consumi indiretti di energia elettrica, nel 2017 la riduzione dei consumi è dovuta ai minori volumi produttivi, in parte compensata dalle elevate temperature dei mesi estivi con la conseguente necessità di aumentare la generazione del freddo per climatizzare gli stabilimenti.

Consumo totale di energia - Siti produttivi (Gigajoule)	2017	2016	Delta	Delta %
Consumo totale di energia diretta	38.156	32.894	5.262	16%
Consumo totale di energia indiretta	65.378	66.554	(1.176)	-2%
Consumo totale	103.534	99.448	4.086	4%

Per quanto riguarda i consumi di acqua, prelevata direttamente dai servizi idrici comunali, nel corso del 2017 il Gruppo ha realizzato diversi interventi tecnici negli impianti mirati alla riduzione dei consumi, dovuti a problemi di obsolescenza o difettosità delle tubature. I risultati in termini di efficientamento saranno visibili nei prossimi esercizi.

Consumi idrici - Siti produttivi (KLitri)	2017	2016	Delta	Delta %
Acqua comunale	39.254	37.401	1.853	5%
Totale	39.254	37.401	1.853	5%

Altro aspetto rilevante per l'attività produttiva del Gruppo è la gestione dei rifiuti, derivanti principalmente dai materiali legati alla produzione, per la quale il Gruppo si impegna a operare nel rispetto delle normative locali dei Paesi in cui opera.

Per quanto riguarda l'Italia, tale impegno si traduce anche in un sistema di tracciatura dei rifiuti (SISTRI-Sistema di controllo della Tracciabilità dei Rifiuti) che permette di monitorare puntualmente i volumi dei rifiuti prodotti intervenendo tempestivamente, ove si rilevasse necessario, con opportuni interventi volti alla riduzione di eventuali sprechi. Il Gruppo si impegna, inoltre, a conferire i rifiuti ad aziende specializzate ed autorizzate per il recupero o lo smaltimento.

I rifiuti pericolosi prodotti dagli stabilimenti produttivi comprendono prevalentemente fanghi di inchiostro e solvente esausto. L'aumento dei rifiuti pericolosi è legato ad un intervento straordinario di pulizia delle macchine di stampa per garantire un costante livello qualitativo degli stampati.



I rifiuti non pericolosi, che comprendono prevalentemente carta da scarti di produzione, sono diminuiti a fronte dei minori volumi produttivi. Gli scarti di produzione vengono recuperati e gestiti all'interno del processo di macero sotto descritto e che comprende anche le rese da distribuzione.

Rifiuti Prodotti - Siti Produttivi (Tonnellate)	2017	2016	Delta	Delta %
Rifiuti pericolosi	55	49	6	12%
Rifiuti non pericolosi	6.109	7.156	(1.046)	-15%
Totale	6.164	7.205	(1.041)	-14%

Tutti i rifiuti prodotti dai siti produttivi sono ceduti a imprese terze per lo smaltimento o il recupero.

Sedi e uffici⁴

Per quanto riguarda le sedi e gli uffici, l'impegno del Gruppo si è focalizzato nel proseguimento della "dematerializzazione" dei documenti aziendali, nelle attività di sensibilizzazione dei dipendenti rispetto all'utilizzo di fotocopiatrici, di stampanti ed in generale di strumenti informatici che permettano una contrazione nell'uso di materie prime, in particolare della carta.

I dati confermano il successo di tali politiche attraverso una diminuzione ulteriore rispetto agli anni precedenti nel consumo di carta da ufficio di circa il 6%. Si specifica che la carta utilizzata ad uso ufficio è prevalentemente non riciclata.

Materiali - Sedi e Uffici (Tonnellate)	2017	2016	Delta	Delta %
Carta da ufficio	89	94	(5)	-6%

Il Gruppo ha proseguito nel percorso di ottimizzazione dei consumi energetici in un'ottica di miglioramento continuo. Nel corso del 2017 tali consumi risultano leggermente in diminuzione rispetto a quelli dello scorso esercizio e si riferiscono principalmente al consumo diretto di gas naturale per il riscaldamento di alcune sedi e al consumo indiretto di energia elettrica principalmente riconducibili ad attività di climatizzazione e illuminazione degli uffici stessi.

Si segnalano inoltre alcune iniziative "virtuose" messe in atto dalla società La7 volte alla riduzione dei consumi energetici tramite la dismissione del parco dei server più datati e la revisione dell'infrastruttura di virtualizzazione al fine di eliminare il ricorso a circa il 10% delle macchine fisiche. E' stato avviato, inoltre, un percorso di virtualizzazione in "cloud" di alcuni principali servizi ICT ("storage", posta elettronica e telefonia fissa), che ha portato ad una forte riduzione dei consumi.

⁴ Per quanto riguarda i dati relativi a sedi e uffici si fa riferimento agli uffici e sedi principali perché più rilevanti in termini di impatti ambientali. Inoltre, in particolare nel caso degli uffici "multi tenant", i dati indicati si riferiscono a stime per l'indisponibilità di alcuni dati. I dati stimati rappresentano comunque una percentuale non significativa rispetto al totale.



Consumo totale di energia - Uffici e sedi (Gigajoule)	2017	2016	Delta	Delta %
Consumo totale di energia diretta ⁵	14.458	17.048	(2.590)	-15%
Consumo totale di energia indiretta	110.805	111.538	(733)	-1%
Consumo totale	125.263	128.586	(3.323)	-3%

Per quanto riguarda le risorse idriche nelle sedi ed uffici, il Gruppo si impegna, così come per i consumi energetici, nel promuovere e diffondere un utilizzo consapevole delle risorse naturali, anche negli uffici dove l'utilizzo è principalmente igienico-sanitario, come pure nei siti produttivi. I consumi idrici sono in linea rispetto allo scorso esercizio.

Consumi idrici - Uffici e sedi (KLitri)	2017	2016	Delta	Delta %
Acque sotterranee	228	347	(119)	-34%
Acqua comunale	56.931	56.614	317	0%
Totale	57.159	56.961	199	0%

In conformità con quanto previsto dal Greenhouse Gas Protocol (GHG Protocol), il Gruppo si è impegnato nella riclassificazione delle proprie emissioni secondo due categorie:

- emissioni dirette (cosiddetto Scope 1);
- emissioni indirette (cosiddetto Scope 2).

Le emissioni dirette (Scope 1) sono emissioni da fonti di proprietà o controllate dal Gruppo. Si tratta principalmente di emissioni derivanti dal processo di combustione finalizzato alla produzione di energia all'interno del perimetro operativo del Gruppo Cairo Communication.

Le emissioni indirette (Scope 2) sono risultanti dalle attività del Gruppo ma generate da fonti di proprietà di terzi. In particolare, nel caso di Gruppo Cairo Communication, si riferiscono ad emissioni di gas effetto serra per la produzione di elettricità.

Emissioni dirette e indirette (Tonnellate di CO₂)	2017	2016	Delta	Delta %
Emissioni dirette (scope 1)	3.178	3.116	62	2%
Emissioni indirette (scope 2)	17.152	17.338	(186)	-1%
Totale emissioni	20.330	20.454	(124)	0%

Altro aspetto rilevante per l'attività del Gruppo è la gestione dei rifiuti. Il dato più importante si riferisce al recupero della carta derivante dalle copie invendute dalle edicole e quindi rese all'editore (classificate

⁵ I consumi dei veicoli di proprietà dell'azienda non includono la quota di auto di cui erano disponibili solo i Km percorsi e non i litri di Benzina e/o Diesel consumati. Tali consumi sono però inclusi nel calcolo delle emissioni dirette (Scope 1).



all'interno dei rifiuti non pericolosi): tale carta viene interamente recuperata, assieme agli scarti di produzione e alla carta da ufficio, attraverso la vendita a selezionati fornitori tra i principali presenti sul mercato.

Per quanto riguarda le altre tipologie di rifiuti, si segnala che è attivo nelle principali sedi italiane del Gruppo il servizio di raccolta differenziata. A decorrere dal 2017 anche la società La7 ha avviato un progetto, in collaborazione con AMA S.p.a., per la raccolta differenziata di tutti i rifiuti prodotti nelle sedi di Roma.

Rifiuti prodotti Uffici e Sedi (Tonnellate)	2017	2016	Delta	Delta%
Rifiuti pericolosi	8	6	2	33%
Rifiuti non pericolosi	35.798	33.683	2.115	6%
Totale	35.806	33.689	2.117	6%

Studi radio televisivi

Per quanto riguarda i rischi ambientali derivanti dalla produzione delle onde elettromagnetiche per le attività di trasmissione dei segnali radiofonici del Gruppo (radio Marca in Spagna) e televisivi (il mux di Cairo Network, utilizzato per i canali La7 e La7d in Italia e la gestione del multiplex Veo in Spagna), il Gruppo gestisce tali rischi in modo differenziato in funzione delle peculiarità locali.

Per quanto riguarda Cairo Network, come in precedenza descritto, in ottemperanza alle normative che regolano la separazione dei ruoli tra operatore di rete e fornitore di contenuti, il Gruppo ha affidato l'intero servizio ad un operatore di settore, EI Towers S.p.A., sottoscrivendo un contratto avente ad oggetto la realizzazione tecnica e la gestione del Mux.

Inoltre, le trasmissioni relative ai collegamenti degli inviati ai programmi avvengono tramite i cosiddetti "zainetti" (sistemi di trasmissione del segnale su rete telefonica 4G) o tramite le cosiddette "Fly" (furgoni dotati di parabola satellitare). Tali strumenti sono gestiti a loro volta da selezionati fornitori che utilizzano tecnologie certificate e conformi a tutte le normative di legge.

Nel corso del 2017, nell'ambito di un più ampio progetto d'innovazione tecnologica, la società La7 ha sviluppato diverse iniziative di ottimizzazione delle strutture e delle dotazioni in grado di impattare positivamente sulla gestione delle risorse energetiche con un conseguente abbattimento dei relativi consumi. A partire dalle tecnologie "core" del business, ossia quelle rivolte alla produzione dell'audio-video, infatti, La7 ha avviato un processo di "dematerializzazione" dell'archivio che ha determinato un abbattimento drastico dell'uso della plastica e di altri materiali inquinanti. Inoltre, l'ottimizzazione degli spazi si è inoltre tradotta in una riduzione di consumi energetici grazie al risparmio di illuminazione e sistemi di climatizzazione.



Per quanto riguarda l'emissione del segnale di messa in onda, si è assistito ad una progressiva sostituzione degli apparati esistenti con nuove tecnologie dotate di un'efficienza energetica di gran lunga superiore.

Per quanto riguarda i rischi ambientali derivanti dalla produzione delle onde elettromagnetiche per le attività di Radio Marca e del multiplex Veo, si rileva che il servizio di trasmissione è gestito da un distributore nazionale, Cellnex, dotato di una struttura interna in grado di rispondere a tutti i requisiti normativi. Cellnex, seguendo le linee guida del Real Decreto 1066/2001, si avvale delle infrastrutture di radiocomunicazione esistenti e condivise affinché l'impatto ambientale sia ridotto al minimo.

Si segnala che le trasmissioni televisive e radiofoniche del Gruppo registrano livelli di esposizione alle onde elettromagnetiche inferiori ai livelli stabiliti.

Per il Consiglio di Amministrazione

Il Presidente Dott. Urbano Cairo



11. Allegati

11.1 Perimetro di rendicontazione

Società incluse nel perimetro (Italia)	Società incluse nel perimetro (gruppo Unidad Editorial)	Società escluse perché in liquidazione/non operative	Società escluse perché non rilevanti ⁶
Cairo Communication S.p.A. Cairo Editore S.p.A. LA 7 S.p.A. Cairo Pubblicità S.p.A. Cairo Network S.r.l. Cairo Publishing S.r.l. Il Trovatore S.r.l. RCS MediaGroup S.p.A. RCS Investimenti S.p.A. ⁷ RCS Digital Ventures S.r.l. MyBeautyBox S.r.l. RCS Produzioni S.p.A. RCS Produzioni Milano S.p.A. RCS Produzioni Padova S.p.A. Consorzio Milano Marathon S.r.l. RCS Sport S.p.A. Digital Factory S.r.l. Sfera Service S.r.l. Editoriale Del Mezzogiorno S.r.l. Trovolavoro S.r.l. Digicast S.p.A. RCS Edizioni Locali S.r.l. Editoriale Veneto S.r.l. ⁸ Editoriale Firenze S.r.l. ⁹	Corporación Radiofónica Informacion y Deporte S.L.U. Ediciones Cónica S.A. Ediservicios Madrid 2000 S.L.U. Editora De Medios De Valencia, Alicante Y Castellon S.L. La Esfera de los Libros S.L. Información Estadio Deportivo S.A. Last Lap S.L. Last Lap Organiação de eventos S.L. Logintegral 2000 S.A.U. Rey Sol S.A. Unedisa Comunicaciones S.L.U. Unedisa Telecomunicaciones S.L.U. Unedisa Telecomunicaciones de Levante S.L. Unidad Editorial S.A. Unidad de Medios Digitales S.L. Unidad Editorial Informacion Deportiva S.L.U. Unidad Editorial Informacion Economica S.L.U. Unidad Editorial Formacion S.L.U. Unidad Editorial Informacion General S.L.U. Unidad Editorial Juegos S.A. Unidad Editorial Informacion Regional S.L. Unidad Editorial Revistas S.L.U. Vevo Television S.A.	Diellesei S.r.l. in liquidazione BLEI S.r.l. in liquidazione Planet Sfera S.r.l. in liquidazione RCS Factor S.r.l. in liquidazione Unidad Liberal Radio S.L.	Edizioni Anabasi S.r.l. Società Sportiva Dilettantistica RCS Active Team–SSD RCS AT a r.l. Sfera Editores Mexico S.A. Sfera France SAS Hotelyo S.A. RCS Sports and Events DMCC Feria Bebe S.L. Sfera Direct S.L. Sfera Editores Espana S.L. RCS Internationa Newspaper B.V. A Esfera dos Livros S.L.U.

⁶ Tali società, a seguito di una specifica valutazione, sono state considerate non rilevanti in quanto, seppur consolidate integralmente, non contribuiscono alla comprensione dell'attività primaria del Gruppo e soprattutto all'impatto prodotto dallo stesso negli ambiti previsti dal Decreto e nei temi materiali identificati (si evidenzia infatti che la percentuale dei dipendenti sul totale dipendenti del Gruppo è 1,7%; tali società inoltre non hanno siti produttivi).

⁷ Società che al 31 dicembre 2017 è stata fusa in RCS MediaGroup S.p.A..

⁸ Società che al 31 dicembre 2017 è stata fusa in RCS Edizioni Locali S.r.l..

⁹ Società che al 31 dicembre 2017 è stata fusa in RCS Edizioni Locali S.r.l..



11.2 Tabella di correlazione GRI-Materialità

Aspetto rilevante	TEMATICHE GRI	Perimetro degli aspetti materiali	
		Interno	Esterno
Libertà di espressione, informazione corretta e di qualità	Libertà di espressione (M)	Gruppo Cairo Communication	
Diffusione dei valori dello sport	Diritto alla partecipazione culturale (M)	Gruppo Cairo Communication	
Pubblicità responsabile	Marketing ed etichettatura (GRI 417)	Gruppo Cairo Communication	
Accessibilità dell'output e evoluzione digitale	Diffusione dei contenuti (M)	Gruppo Cairo Communication	
Privacy	Privacy dei clienti (GRI 418)	Gruppo Cairo Communication	
	Tutela della Privacy (M)	Gruppo Cairo Communication	
Tutela della proprietà intellettuale	Proprietà intellettuale (M)	Gruppo Cairo Communication	
Sviluppo delle competenze	Sviluppo e formazione (GRI 404)	Gruppo Cairo Communication	
Dialogo con le parti sociali	Lavoro/gestione delle relazioni (GRI 402)	Gruppo Cairo Communication	
Attenzione alle tematiche di salute e sicurezza	Salute e sicurezza sul lavoro (GRI 403)	Gruppo Cairo Communication	
Attenzione ai temi delle pari opportunità	Occupazione (GRI 401)	Gruppo Cairo Communication	
	Diversità e pari opportunità (GRI 405)	Gruppo Cairo Communication	
	Non-discriminazione (GRI 406)	Gruppo Cairo Communication	
Creazione di valore per la comunità	Performance economica (GRI 201)	Gruppo Cairo Communication	
Consumi energetici ed emissioni	Energia (GRI 302)	Gruppo Cairo Communication	
	Emissioni (GRI 305)	Gruppo Cairo Communication	
Gestione dei rifiuti	Scarichi e rifiuti (GRI 306)	Gruppo Cairo Communication	
Impiego delle risorse idriche	Acqua (GRI 303)	Gruppo Cairo Communication	
Lotta alla corruzione	Anti-corruzione (GRI 205)	Gruppo Cairo Communication	
Gestione responsabile della catena di fornitura	Valutazione ambientale dei fornitori (GRI 308)	Gruppo Cairo Communication	Fornitori
	Valutazione sociale dei fornitori (GRI 414)	Gruppo Cairo Communication	Fornitori
	Pratiche di approvvigionamento (GRI 204)	Gruppo Cairo Communication	Fornitori
	Materiali (GRI 301)	Gruppo Cairo Communication	Fornitori



11.3 GRI Content Index

GRI Standard		Numero di pagina, riferimento ad altre sezioni della Relazione o a documenti esterni
GRI 102	General Disclosures	
Profilo dell'organizzazione		
102-1	Nome dell'organizzazione.	Cairo Communication S.p.A.
102-2	Principali marchi, prodotti e/o servizi.	P.6-9 Cap. 1 Il modello di business del gruppo Cairo Communication
102-3	Sede principale.	Corso Magenta, 55 – 20123 Milano
102-4	Numero dei Paesi nei quali l'organizzazione svolge la propria attività operativa.	P.6-9 Cap. 1 Il modello di business del Gruppo Cairo Communication
102-5	Assetto proprietario e forma legale.	P.6-9 Cap. 1 Il modello di business del Gruppo Cairo Communication Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari
102-6	Mercati coperti (inclusa la copertura geografica, settori di attività e tipologia di clienti e destinatari).	P.6-9 Cap. 1 Il modello di business del Gruppo Cairo Communication
102-7	Dimensione dell'organizzazione.	P.8 Cap. 1 Il modello di business del Gruppo Cairo Communication Relazione Finanziaria Annuale
102-8	Numero di dipendenti suddiviso per contratto e genere.	P. 32-33 Cap. 7.3 Gestione degli aspetti relativi al personale, P. 63 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 1: Personale)
102-9	Descrizione della catena di fornitura dell'organizzazione.	P. 44-50 Cap. 9 Gestione responsabile della catena di fornitura
102-10	Cambiamenti significativi avvenuti nel periodo di riferimento nelle dimensioni e nella struttura dell'organizzazione o nella filiera.	Nel periodo di riferimento della Dichiarazione non sono avvenuti cambiamenti significativi
102-11	Modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale.	P. 21-22 Cap. 3.6 Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi del Gruppo Cairo Communication
102-12	Adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali.	P. 16-19 Cap. 3.4 Adesione a codici e associazioni
102-13	Appartenenza a associazioni o organizzazioni nazionali o internazionali di promozione della sostenibilità	P. 16-19 Cap. 3.4 Adesione a codici e associazioni
Strategia		
102-14	Dichiarazione dell'amministratore delegato	P.4 Premessa
102-15	Principali impatti, rischi e opportunità.	P. 21-22 Cap.3.5 Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi del Gruppo Cairo Communication, P. 22-23 Cap. 4. Anticorruzione, P.23-24 Cap. 5.2 Diritti umani P. 27-28 Cap. 6.5 Privacy, P. 29 Cap. 6.6 Tutela della proprietà intellettuale, P. 31-32 Cap. 7.2 Gestione degli aspetti relativi al personale, P. 45-46 Cap. 9.2 Gestione responsabile della catena di fornitura, P.50 Cap. 10.2 Tutela dell'ambiente
Etica e integrità		
102-16	Valori, principi, standard e norme di comportamento	P. 13-14 Cap. 3.1 Il Codice Etico, P.14-15 Cap. 3.2 Il Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi del D.lgs. 231/01 P. 15-16 Cap.3.3 Politiche aziendali in ambito di sostenibilità
Governance		
102-18	Struttura di Governance aziendale	P. 19-20 Cap. 3.5 Struttura di governance di Cairo Communication S.p.A.
102-22	Composizione del più alto organo di governo e dei suoi comitati (età, genere e appartenenza a gruppi o categorie vulnerabili e altri eventuali indicatori di diversità)	Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari.
Stakeholder engagement		
102-40	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento	P. 10-11 Cap. 2.1 Coinvolgimento degli stakeholder
102-41	Accordi collettivi di contrattazione	P. 67 Cap. 11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 1: Personale)
102-42	Processo di identificazione e selezione degli stakeholder da coinvolgere	P. 10-11 Cap. 2.1 Coinvolgimento degli stakeholder
102-43	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder	P. 10-11 Cap. 2.1 Coinvolgimento degli stakeholder



GRI Standard		Numero di pagina, riferimento ad altre sezioni della Relazione o a documenti esterni
102-44	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report	P. 10-11 Cap. 2.1 Coinvolgimento degli stakeholder, P. 24-29 Cap. 6 Impegno verso il pubblico
Specifiche di rendicontazione		
102-45	Entità incluse nel bilancio consolidato dell'organizzazione o documenti equivalenti.	P. 5 Nota metodologica, P.56 Cap. 11.1 Perimetro di rendicontazione
102-46	Processo per la definizione del perimetro di rendicontazione e delle limitazioni.	P. 5 Nota metodologica, P.12 Cap. 2.2 Temi materiali
102-47	Aspetti materiali identificati nel processo di analisi per la definizione del perimetro di rendicontazione.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali
102-48	Modifiche di informazioni inserite nei report precedenti e le motivazioni di tali modifiche.	Nei dati 2016 relativi al personale posti a confronto non sono state incluse le società uscite dal Gruppo RCS a seguito della cessione di RCS Libri
102-49	Cambiamenti significativi dell'obiettivo e delle limitazioni rispetto al precedente periodo di rendicontazione.	P. 5 Nota metodologica
102-50	Periodo di rendicontazione (anno finanziario o anno solare).	P. 5 Nota metodologica
102-51	Data dell'ultimo rapporto (se disponibile).	N/A: si tratta della prima Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario.
102-52	Periodicità di rendicontazione (annuale, biennale).	Annuale
102-53	Contatti e indirizzi utili per chiedere informazioni sul bilancio.	Gianluigi Brizzi g.brizzi@cairocommunication.it
102-54	Specificare l'opzione di conformità con i GRI Standards prescelta dall'organizzazione.	P. 5 Nota metodologica
102-55	GRI Content Index	P. 58-62 Cap. 11.3 GRI Content Index
102-56	Attestazione esterna	Relazione della società di revisione

GRI Standard		Numero di pagina, riferimento ad altre sezioni della Relazione o a documenti esterni, eventuali note o omissioni
GRI 201	Performance Economica	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 9 Cap 1. Il modello di business del Gruppo Cairo Communication
201-1	Valore economico diretto generato e distribuito.	P. 9 Cap 1. Il modello di business del Gruppo Cairo Communication
GRI 204	Pratiche di approvvigionamento	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P.44-49 Cap. 9 Gestione responsabile della catena di fornitura
204-1	Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative.	Pag. 46-49 Cap. 9.3 Gestione responsabile della catena di fornitura
GRI 205	Anticorruzione	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 22-23 Cap. 4 Anticorruzione
205-3	Eventuali episodi di corruzione riscontrati e attività correttive implementate.	P. 22-23 Cap. 4 Anticorruzione Nel periodo di riferimento della presente Dichiarazione non finanziaria non sono stati riscontrati episodi di corruzione attiva o passiva né attraverso le attività specifiche sopra descritte svolte dall'Internal Audit, né attraverso il canale di segnalazione all'OdV.
GRI 301	Materiali	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 49-55 Cap. 10 Tutela dell'ambiente
301-1	Materiali utilizzati suddivisi per peso e volume.	P.51, 53 Cap. 10 Tutela dell'ambiente
GRI 302	Energia	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 49-55 Cap. 10 Tutela dell'ambiente



GRI Standard		Numero di pagina, riferimento ad altre sezioni della Relazione o a documenti esterni, eventuali note o omissioni
302-1	Consumi diretti dell'organizzazione.	P.51, 53 Cap. 10 Tutela dell'ambiente, P.68 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 3: Ambiente)
302-3	Intensità energetica (energy intensity), calcolata rapportando l'energia consumata rispetto ad un parametro indicativo dell'azienda.	P.69 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 3: Ambiente)
GRI 303	Acqua	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 49-55 Cap. 10 Tutela dell'ambiente
303-1	Prelievi idrici degli uffici e delle strutture.	P.52, 54 Cap. 10 Tutela dell'ambiente
GRI 305	Emissioni	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 49-55 Cap. 10 Tutela dell'ambiente
305-1	Emissioni dirette (Scope 1).	P.54 Cap. 10. Tutela dell'ambiente, P.69 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 3: Ambiente)
305-2	Emissioni indirette (Scope 2).	P.54 Cap. 10. Tutela dell'ambiente, P.69 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 3: Ambiente)
305-6	Emissioni di sostanze che danneggiano l'ozono in peso.	Nel corso del 2017 il Gruppo non ha registrato emissioni di sostanze che danneggiano l'ozono
GRI 306	Scarichi e rifiuti	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 49-55 Cap. 10 Tutela dell'ambiente
306-2	Rifiuti prodotti per tipologia e modalità di smaltimento (carta e rifiuti tecnologici, macero, allegati, etc.).	P.52, 54 Cap. 10 Tutela dell'ambiente, Tutela dell'ambiente, P.69-70 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 3: Ambiente)
GRI 307	Compliance ambientale	
307-1	Valore monetario delle multe significative e numero delle sanzioni non monetarie per mancato rispetto di regolamenti e leggi in materia ambientale.	Nel corso del 2017 non si sono registrate multe o sanzioni significative
GRI 308	Valutazione ambientale dei fornitori	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, Pag. 44-49 Cap. 9 Gestione responsabile della catena di fornitura
308-1	Percentuale di nuovi fornitori valutati in base alla relativa implementazione di criteri ambientali.	Pag. 44-49 Cap. 9 Gestione responsabile della catena di fornitura La selezione dei fornitori attualmente avviene sulla base di criteri economici che non ponderano specificatamente aspetti sociali o ambientali predefiniti. Il Gruppo si impegna a considerare, nel processo di selezione dei fornitori operanti nei settori più a rischio, criteri basati su standard di sostenibilità che saranno definiti nel corso del 2018.
GRI 401	Occupazione	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 29-38 Cap. 7 Gestione degli aspetti relativi al personale
401-1	Numero totale e tasso di assunzioni e turnover del personale (suddivisi per età, genere e provenienza).	P.33 Cap. 7 Gestione degli aspetti relativi al personale, P.63-65 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 1: Personale)
GRI 402	Lavoro/gestione delle relazioni	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 29-38 Cap. 7 Gestione degli aspetti relativi al personale
402-1	Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi, compreso	I diversi accordi di contrattazione



GRI Standard		Numero di pagina, riferimento ad altre sezioni della Relazione o a documenti esterni, eventuali note o omissioni
	se questo periodo di preavviso è specificato nei contratti collettivi di lavoro.	collettiva prevedono stretti termini di preavviso nel caso di cambiamenti operativi significativi che potrebbero influenzare sensibilmente i dipendenti. Tali termini variano da 72 ore nel caso del Contratto Nazionale dei Giornalisti a 15 giorni nel caso dei contratti grafici e poligrafici e nei contratti collettivi nazionali spagnoli.
GRI 403	Salute e sicurezza	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 29-38 Cap. 7 Gestione degli aspetti relativi al personale
403-2	Tipologia di infortuni, tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo e numero di incidenti mortali collegati al lavoro suddivisi per regione e per genere.	P. 36-38 Cap. 7.7 Salute e Sicurezza, P.67-68 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 1: Personale)
GRI 404	Formazione	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 29-38 Cap. 7 Gestione degli aspetti relativi al personale
404-1	Ore di formazione medie annue per dipendente, per genere e per categoria.	P. 34-35 Cap. 7.5 Sviluppo delle competenze, P.67 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 1: Personale)
GRI 405	Diversità e pari opportunità	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 29-38 Cap. 7 Gestione degli aspetti relativi al personale
405-1	Dipendenti per tipologia di contratto, genere, provenienza, età, appartenenza a categorie protette.	P. 33-34 Cap. 7.4 Pari opportunità, P.65 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 1: Personale), Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari
405-2	Rapporto tra la remunerazione delle donne e degli uomini.	P. 33-34 Cap. 7.4 Pari opportunità, P.66 Cap.11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione (Sezione 1: Personale)
GRI 406	Non discriminazione	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 29-38 Cap. 7 Gestione degli aspetti relativi al personale
406-1	Eventuali episodi di discriminazione riscontrati e azioni correttive implementate.	Nel corso del periodo di rendicontazione, non sono stati segnalati all'Organismo di Vigilanza o alla Direzione Risorse Umane episodi di discriminazione
GRI 414	Valutazione dei fornitori sulla base dei diritti umani	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 44-49 Cap. 9 Gestione responsabile della catena di fornitura
414-1	Nuovi fornitori valutati in base a criteri sociali.	P. 44-49 Cap. 9. Gestione responsabile della catena di fornitura La selezione dei fornitori attualmente avviene sulla base di criteri economici che non ponderano specificatamente aspetti sociali o ambientali predefiniti. Il Gruppo si impegna a considerare, nel processo di selezione dei fornitori operanti nei settori più a rischio, criteri basati su standard di sostenibilità che saranno definiti nel corso del 2018.
GRI 417	Marketing ed etichettatura	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 24-29 Cap. 6 Impegno verso il pubblico
417-3	Casi di non conformità a regolamenti o codici volontari riferiti	P. 27 Cap. 6.3 Impegno verso il pubblico



GRI Standard		Numero di pagina, riferimento ad altre sezioni della Relazione o a documenti esterni, eventuali note o omissioni
	all'attività di marketing incluse la pubblicità, la promozione e la sponsorizzazione.	
GRI 418	Privacy	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 24-29 Cap. 6 Impegno verso il pubblico
418-1	Numero di reclami documentati relativi a violazioni della privacy e a perdita dei dati dei consumatori.	P. 27-28 Cap. 6.5 Impegno verso il pubblico
	Economico (M)	
M1	Finanziamenti significativi e altre sovvenzioni ricevuti da enti privati.	Pag. 9 Cap 1 Il modello di business del Gruppo Cairo Communication
	Libertà di espressione (M)	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 24-25 Cap. 6.1 Libertà di espressione, informazione corretta e di qualità
	Diritto alla partecipazione culturale (M)	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 38-44 Cap. 8. Creazione di valore per la comunità
	Tutela della Privacy (M)	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 27-28 Cap. 6.5 Privacy
	Proprietà intellettuale (M)	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 29 Cap. 6.6 Tutela della proprietà intellettuale
	Diffusione dei contenuti (M)	
103-1, 103-2, 103-3	Spiegazione degli aspetti materiali e relativi confini, approccio del management e valutazione sull'approccio del management.	P. 12 Cap. 2.2 Temi materiali, P. 57 Cap. 11.2 Tabella di correlazione GRI-materialità, P. 25 Cap. 6.2 Tutela della proprietà intellettuale, P. 27 Cap. 6.4 Accessibilità dell'output e evoluzione digitale
M4	Azioni intraprese per migliorare la performance relativa ai problemi di content dissemination (accessibilità e protezione di pubblico vulnerabile e decisione informata) e i risultati ottenuti.	P. 27 Cap. 6.4 Accessibilità dell'output e evoluzione digitale, P. 38-44 Cap. 8. Creazione di valore per la comunità



11.4 Tabelle degli indicatori della Dichiarazione

Sezione 1: Personale

Tabella 1: Dipendenti per tipologia di contratto e genere (GRI 102-8)

Dipendenti per tipologia di contratto (1/2)	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Contratto a tempo determinato	87	89	176	96	83	179
<i>Italia</i>	55	61	116	66	52	118
<i>Spagna</i>	28	25	53	27	28	55
<i>Altri Paesi</i>	4	3	7	3	3	6
Contratto a tempo indeterminato	2.151	1.765	3.916	2.218	1.778	3.996
<i>Italia</i>	1.473	1.149	2.622	1.514	1.163	2.677
<i>Spagna</i>	664	582	1.246	687	579	1.266
<i>Altri Paesi</i>	14	34	48	17	36	53
Totale	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175
<i>Italia</i>	1.528	1.210	2.738	1.580	1.215	2.795
<i>Spagna</i>	692	607	1.299	714	607	1.321
<i>Altri Paesi</i>	18	37	55	20	39	59

Tabella 2: Dipendenti suddivisi per tipologia di impiego e genere (GRI 102-8)

Dipendenti per tipologia di contratto (2/2)	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti full-time	2.219	1.666	3.885	2.298	1.692	3.990
Dipendenti part-time	19	188	207	16	169	185
Totale	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175

Tabella 3: Numero dei nuovi assunti per gruppo di età, genere e area geografica (GRI 401-1)¹⁰

Numero dei nuovi assunti	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	28	16	44	37	35	72
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	1	1	2	5	5	10
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	14	14	28	27	29	56
<i>età superiore ai 50 anni</i>	13	1	14	5	1	6
Spagna	30	59	89	25	28	53
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	1	6	7	5	8	13
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	26	52	78	18	19	37
<i>età superiore ai 50 anni</i>	3	1	4	2	1	3
Altri Paesi	3	1	4	2	5	7
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	1	1	1	1	2
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	1	-	1	1	4	5
<i>età superiore ai 50 anni</i>	2	-	2	-	-	-
Totale	61	77	138	64	68	132
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	2	9	11	11	14	25
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	41	66	107	46	52	98

¹⁰ Sono considerati solo i dipendenti a tempo indeterminato



<i>età superiore ai 50 anni</i>	18	2	20	7	2	9
---------------------------------	----	---	----	---	---	---

Tabella 4: Numero dei dipendenti che hanno lasciato l'azienda, per gruppo di età, genere e area geografica (GRI 401-1)¹¹

Dipendenti che hanno lasciato l'azienda	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	67	33	100	71	49	120
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	3	4	7	1	5	6
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	35	21	56	42	31	73
<i>età superiore ai 50 anni</i>	29	8	37	28	13	41
Spagna	54	62	116	110	84	194
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	4	7	11	6	3	9
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	43	53	96	85	64	149
<i>età superiore ai 50 anni</i>	7	2	9	19	17	36
Altro (specificare)	6	3	9	5	9	14
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	1	1	2	2	2	4
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	4	1	5	3	7	10
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1	1	2	-	-	-
Totale	127	98	225	186	142	328
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	8	12	20	9	10	19
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	82	75	157	130	102	232
<i>età superiore ai 50 anni</i>	37	11	48	47	30	77

Tabella 5: Tasso di turnover (GRI 401-1)¹²

Turnover in entrata (%)	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	2%	1%	2%	2%	3%	3%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	1%	1%	1%	2%	2%	2%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1%	0%	1%	0%	0%	0%
Spagna	5%	10%	7%	4%	5%	4%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	1%	1%	1%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	4%	9%	6%	3%	3%	3%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Altri Paesi	21%	3%	8%	12%	14%	13%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	3%	2%	6%	3%	4%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	7%	-	2%	6%	11%	9%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	14%	-	4%	-	-	-
Totale	3%	4%	4%	3%	4%	3%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	1%	0%	0%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	2%	4%	3%	2%	3%	2%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1%	0%	1%	0%	0%	0%

¹¹ Sono considerati solo i dipendenti a tempo indeterminato

¹² Tale percentuale è stata calcolata considerando il numero di nuovi assunti/numero di dipendenti che hanno lasciato l'azienda presentati rispettivamente nelle Tabelle 3 e 4, rapportandoli al numero di dipendenti a tempo indeterminato al 31.12 dell'esercizio di riferimento.



Turnover in uscita (%)	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Italia	5%	3%	4%	5%	4%	4%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	2%	2%	2%	3%	3%	3%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	2%	1%	1%	2%	1%	2%
Spagna	8%	11%	9%	16%	15%	15%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	1%	1%	1%	1%	1%	1%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	6%	9%	8%	12%	11%	12%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	1%	0%	1%	3%	3%	3%
Altri Paesi	43%	9%	19%	29%	25%	26%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	7%	3%	4%	12%	6%	8%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	29%	3%	10%	18%	19%	19%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	7%	3%	4%	-	-	-
Totale	6%	6%	6%	8%	8%	8%
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	0%	1%	1%	0%	1%	0%
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	4%	4%	4%	6%	6%	6%
<i>età superiore ai 50 anni</i>	2%	1%	1%	2%	2%	2%

Tabella 6: Numero totale di dipendenti suddivisi per gruppo di età, genere e livello (GRI 405-1)

Dipendenti per qualifica	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dirigenti	88	20	108	91	20	111
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	41	6	47	46	9	55
<i>età superiore ai 50 anni</i>	47	14	61	45	11	56
Quadri	193	145	338	206	147	353
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	111	92	203	131	105	236
<i>età superiore ai 50 anni</i>	82	53	135	75	42	117
Impiegati	847	1.032	1.879	881	1.040	1.921
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	16	41	57	25	52	77
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	569	721	1.290	632	758	1.390
<i>età superiore ai 50 anni</i>	262	270	532	224	230	454
Direttori di Testata	38	14	52	38	14	52
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	-	-	-	-	-	-
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	6	4	10	10	4	14
<i>età superiore ai 50 anni</i>	32	10	42	28	10	38
Giornalisti	858	621	1.479	887	616	1.503
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	17	18	35	24	24	48
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	475	376	851	506	380	886
<i>età superiore ai 50 anni</i>	366	227	593	357	212	569
Operai	214	22	236	211	24	235
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	6	1	7	9	2	11



<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	137	15	152	150	16	166
<i>età superiore ai 50 anni</i>	71	6	77	52	6	58
Totale	2.238	1.854	4.092	2.314	1.861	4.175
<i>età inferiore ai 30 anni</i>	39	60	99	58	78	136
<i>tra i 30 e i 50 anni</i>	1.339	1.214	2.553	1.475	1.272	2.747
<i>età superiore ai 50 anni</i>	860	580	1.440	781	511	1.292

Tabella 7: Rapporto tra il salario medio base delle donne rispetto agli uomini (GRI 405-2)¹³

Rapporto tra la remunerazione media femminile e quella maschile	2017	2016
Italia		
Dirigenti e Direttori di Testata	84%	85%
Quadri	96%	96%
Impiegati	90%	92%
Giornalisti	76%	80%
Operai	89%	89%
Spagna		
Dirigenti e Direttori di Testata	92%	89%
Quadri	87%	86%
Impiegati	85%	84%
Giornalisti	84%	86%
Operai	86%	84%
Altri Paesi		
Impiegati	37%	43%
Giornalisti	49%	49%

Rapporto tra il salario medio base femminile e quello maschile	2017	2016
Italia		
Dirigenti e Direttori di Testata	92%	93%
Quadri	98%	98%
Impiegati	95%	96%
Giornalisti	81%	82%
Operai	96%	94%
Spagna		
Dirigenti e Direttori di Testata	95%	90%
Quadri	87%	87%
Impiegati	84%	84%
Giornalisti	85%	86%
Operai	91%	87%
Altri Paesi		

¹³ Tale percentuale indica il rapporto tra la retribuzione fissa media delle donne del Gruppo rispetto a quella degli uomini, suddivisi per categoria professionale. Mentre nella tabella successiva viene indicato il rapporto della retribuzione fissa compresa la componente variabile prevista per ciascuna categoria professionale. Sono indicate solo le categorie in cui sono presenti dipendenti per entrambi i sessi.



Impiegati	55%	59%
Giornalisti	55%	55%

Tabella 8: Ore medie di formazione pro-capite per genere e categoria di dipendenti (GRI 404-1)¹⁴

Ore medie di formazione per categoria professionale	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Dipendenti	6	8	7	9	11	10
Dirigenti	5	13	6	10	33	14
Quadri	5	11	7	12	11	12
Impiegati	8	8	8	13	12	13
Direttori di Testata	2	16	6	1	6	3
Giornalisti	5	7	6	6	8	7
Operai	6	3	6	3	4	3

Tabella 9: Numero di dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione (GRI 102-41)

Numero dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	u.m.	2017	2016
Numero dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione	N°	3.923	3.997
Totale dipendenti		4.092	4.175
Percentuale	%	96%	96%

I dipendenti non coperti da accordi collettivi di contrattazione sono i dipendenti dei Paesi extra europei e alcune categorie professionali in Spagna.

Tabella 10: Tipologia di infortuni, tasso di infortuni (IR), tasso di malattie professionali (ODR), tasso dei giorni di lavoro persi (LDR), tasso di assenteismo (AR) e decessi sul lavoro, per tutti i dipendenti (GRI 403-2)¹⁵

Indici infortunistici	2017			2016		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
Indice di gravità	0,83	0,40	0,64	0,86	0,37	0,64
<i>Italia</i>	0,90	0,45	0,71	1,21	0,26	0,80
<i>Spagna</i>	0,71	0,35	0,54	0,21	0,60	0,39
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-
Tasso di malattie professionali (ODR)	-	-	-	-	-	-
<i>Italia</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Spagna</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-
Tasso di infortuni (IR)	7,79	6,60	7,26	6,28	7,14	6,66
<i>Italia</i>	5,98	4,81	5,47	6,08	4,62	5,45

¹⁴ Le ore di formazione sono calcolate come rapporto tra le ore di formazione totali erogate per categoria di dipendente, rapportate all'organico al 31.12.2017

¹⁵ Gli indici infortunistici si riferiscono al solo personale dipendente e sono calcolati come segue:

Indice di Gravità: (numero totale di ore perse da infortuni / totale ore lavorate) *1.000

Tasso di malattie professionali (ODR): (numero totale di casi di malattie professionali / totale ore lavorate) *200.000

Tasso di infortuni (IR): ((numero totale di infortuni + numero totale di decessi) / totale ore lavorate) *1.000.000

Tasso di assenteismo (AR): (numero totale dei giorni persi nel periodo / numero totale di giorni lavorativi nel periodo)



<i>Spagna</i>	11,53	10,08	10,85	6,87	12,09	9,27
<i>Altri Paesi</i>	-	-	-	-	-	-
Tasso di assenteismo (AR) (%)	2%	3%	2%	2%	3%	2%
<i>Italia</i>	3%	3%	3%	3%	3%	3%
<i>Spagna</i>	1%	2%	2%	1%	2%	2%
<i>Altri Paesi</i>	-	1%	1%	0%	1%	1%

Sezione 2: Gestione responsabile della catena di fornitura

Tabella 11: Percentuale di spesa concentrata su fornitori locali (GRI 204-1)¹⁶

Acquisti da fornitori locali (Milioni di Euro)	2017	2016
Acquisti da fornitori locali	678	814
Acquisti totali	767	918
Spesa da fornitori locali	88%	89%

Fornitori locali (numero)	2017	2016
Fornitori locali	17.668	17.914
Fornitori totali	19.468	19.855
Percentuale di fornitori locali	91%	90%

Sezione 3: Ambiente

Tabella 12: Consumi di energia interni ed esterni all'organizzazione, suddivisi per "uffici e sedi" e "siti produttivi" (GRI 302-1)

Consumi di energia diretta e indiretta - Siti produttivi (Gigajoule)	2017	2016	Delta	Delta %
Consumo totale di energia diretta	38.156	32.894	5.262	16%
<i>Da fonti non rinnovabili Gas naturale</i>	38.003	32.741	5.262	16%
<i>Da fonti rinnovabili Fotovoltaico</i>	153	153	-	0%
Consumo totale di energia indiretta	65.378	66.554	(1.176)	-2%
<i>Elettricità da fonti non rinnovabili</i>	65.378	66.554	(1.176)	-2%
Consumo totale	103.534	99.448	4.086	4%

Consumi di energia diretta e indiretta - Uffici e sedi (Gigajoule)	2017	2016	Delta	Delta %
Consumo totale di energia diretta¹⁷	14.459	17.048	(2.589)	-15%
<i>Da fonti non rinnovabili Gas Naturale</i>	5.267	6.464	(1.197)	-19%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda Benzina</i>	324	336	(12)	-4%
<i>Da veicoli di proprietà dell'azienda Diesel</i>	8.868	10.248	(1.380)	-13%
Consumo totale di energia indiretta	110.805	111.538	(733)	-1%
<i>Elettricità da fonti non rinnovabili</i>	110.805	111.538	(733)	-1%

¹⁶ Per fornitori locali si intendono tutti quelli localizzati nello Stato di appartenenza delle società del Gruppo acquirente. La percentuale è stata calcolata come rapporto tra le fatture registrate nell'anno di riferimento al lordo dell'IVA. I fornitori inclusi nel perimetro dell'indicatore includono solo i fornitori attivi con almeno una fatturazione registrata nell'anno di riferimento.

¹⁷ I consumi dei veicoli di proprietà dell'azienda non includono la quota di auto di cui erano disponibili solo i Km percorsi e non i litri di Benzina e/o Diesel consumati. Tali consumi sono però inclusi nel calcolo delle emissioni dirette (Scope 1).



Consumo totale	124.559	127.636	(3.077)	-2%
-----------------------	----------------	----------------	----------------	------------

Tabella 13: Emissioni dirette e indirette, suddivise per “uffici e sedi” e “siti produttivi” (GRI 305-1, 305-2)¹⁸

Emissioni di CO₂ dirette e indirette (Tonnellate di CO₂)	2017	2016	Delta	Delta %
Emissioni dirette (scope 1)	3.178	3.116	62	2%
Da fonti non rinnovabili				
<i>Gas naturale</i>	2.141	2.004	137	7%
Da veicoli di proprietà dell'azienda				
<i>Benzina</i>	22	23	(1)	-3%
<i>Diesel</i>	1.015	1.089	(74)	-7%
Emissioni indirette (scope 2)	17.152	17.338	(186)	-1%
Elettricità da fonti non rinnovabili	17.152	17.338	(186)	-1%
Totale emissioni (scope 1 e 2)	20.330	20.454	(-124)	0%

Tabella 14: Intensità energetica (GRI 302-3)

Intensità energetica	u.m.	2017	2016	Delta	Delta %
Consumi di energia	kWh	60.959.077	60.360.413	598.664	1%
Superficie totale delle strutture aziendali	m ²	154.514	156.097	(1.583)	-1%
Totale	kWh/m²	395	387	8	2%

Tabella 15: Rifiuti prodotti internamente per modalità di smaltimento, suddivisi per “uffici e sedi” e “siti produttivi” (GRI 306-2)

Rifiuti smaltiti per metodi di smaltimento - Siti Produttivi (Tonnellate)	2017	2016	Delta
Rifiuti pericolosi	55	49	6
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	28	16	12
<i>Smaltimento in discarica</i>	26	30	(4)
<i>Altro</i>	1	3	(2)
Rifiuti non pericolosi	6.109	7.156	(1.047)
<i>Riciclo</i>	5.584	6.616	(1.032)
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	102	136	(34)
<i>Smaltimento in discarica</i>	412	401	11
<i>Altro</i>	12	4	8
Totale	6.165	7.205	(1.040)

¹⁸ I fattori utilizzati per il calcolo delle emissioni sono stati pubblicati dal Department for Business, Energy & Industrial Strategy (BEIS) nel 2017.



Rifiuti smaltiti per metodo di smaltimento - Uffici e Sedi (Tonnellate)	2017	2016	Delta
Rifiuti pericolosi	8	6	2
<i>Riciclo</i>	4	3	1
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	3	3	0
<i>Smaltimento in discarica</i>	1	0	1
Rifiuti non pericolosi	35.798	33.683	2.115
<i>Riciclo</i>	35.455	33.277	2.178
<i>Compostaggio</i>	10	9	1
<i>Recupero, includendo l'energia recuperata</i>	319	382	(63)
<i>Incenerimento</i>	7	7	-
<i>Smaltimento in discarica</i>	7	8	(1)
Totale	35.806	33.689	2.117



Relazione della Società di Revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, comma 10 del D.Lgs. 30 dicembre 2016, n.254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob n. 20267



KPMG S.p.A.
Revisione e organizzazione contabile
Via Vittor Pisani, 25
20124 MILANO MI
Telefono +39 02 6763.1
Email it-fmauditaly@kpmg.it
PEC kpmgspa@pec.kpmg.it

Relazione della società di revisione indipendente sulla dichiarazione consolidata di carattere non finanziario ai sensi dell'art. 3, comma 10, del D.Lgs. 30 dicembre 2016 n. 254 e dell'art. 5 del Regolamento Consob n. 20267

*Al Consiglio di Amministrazione della
Cairo Communication S.p.A.*

Ai sensi dell'art. 3, comma 10, del Decreto Legislativo 30 dicembre 2016, n. 254 (di seguito anche il "Decreto") e dell'art. 5 del Regolamento Consob n. 20267, siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("*limited assurance engagement*") della dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Cairo Communication (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto e approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 26 marzo 2018 (di seguito anche la "DNF").

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale della Cairo Communication S.p.A. per la DNF

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione della DNF in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*", opzione "*Core*", pubblicati nel 2016 dal GRI - *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards").

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

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

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



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

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

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

Responsabilità della società di revisione

E' nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità della DNF rispetto a quanto richiesto dal Decreto e ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*", opzione "Core", pubblicati nel 2016 dal GRI – *Global Reporting Initiative* ("GRI Standards"). Il nostro lavoro è stato svolto secondo quanto previsto dal principio "*International Standard on Assurance Engagements ISAE 3000 (Revised) - Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*" (di seguito anche "*ISAE 3000 Revised*"), emanato dall'*International Auditing and Assurance Standards Board (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 Cairo Communication S.p.A. responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella DNF, nonché analisi di documenti, ricalcoli e altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

- 1 Analisi dei temi rilevanti in relazione alle attività e alle caratteristiche dell'impresa rendicontati nella DNF, al fine di valutare la ragionevolezza del processo di selezione seguito alla luce di quanto previsto dall'art. 3 del Decreto e tenendo presente lo standard di rendicontazione utilizzato.
- 2 Analisi e valutazione dei criteri di identificazione del perimetro di consolidamento, al fine di riscontrarne la conformità a quanto previsto dal Decreto.
- 3 Comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario incluse nella DNF e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo.

4 Comprensione dei seguenti aspetti:

- modello aziendale di gestione e organizzazione dell'attività del Gruppo, con riferimento alla gestione dei temi indicati nell'art. 3 del Decreto;
- politiche praticate dall'impresa connesse ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto, risultati conseguiti e relativi indicatori fondamentali di prestazione;
- principali rischi, generati o subiti, connessi ai temi indicati nell'art. 3 del Decreto.

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

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

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione della Cairo Communication S.p.A. e con il personale di Cairo Editore S.p.A. e La7 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 capogruppo Cairo Communication S.p.A. e di società controllate
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nella DNF, e in particolare al modello aziendale, alle politiche praticate e ai principali rischi, abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili,
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati;
- per le società Cairo Editore S.p.A. e La7 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 visite in loco nel corso delle quali ci siamo confrontati con i responsabili e abbiamo acquisito riscontri documentali circa la corretta applicazione delle procedure e dei metodi di calcolo utilizzati per gli indicatori.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che la dichiarazione consolidata di carattere non finanziario del Gruppo Cairo Communication relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2017 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dagli artt. 3 e 4 del Decreto e ai "Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards", opzione "Core", pubblicati nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative ("GRI Standards").




Cairo Communication S.p.A.
Relazione della società di revisione
31 dicembre 2017

Altri aspetti

I dati comparativi presentati nella dichiarazione consolidata di carattere non finanziario in relazione all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2016 non sono stati sottoposti a verifica.

Milano, 29 marzo 2018

KPMG S.p.A.


Francesco Spadaro
Socio