

MFE
MEDIATORE EUROPEO

**BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ
2023**

Indice

Lettera agli Stakeholder	1
Nota metodologica	5
1 - Il Gruppo MFE	9
1.1 Profilo e attività	10
1.2 La Storia.....	12
1.3 I Valori del Gruppo MFE.....	19
1.4 Mediaset per le nuove generazioni	20
1.5 Il Gruppo MFE, il contesto di riferimento e la sostenibilità.....	25
2 - Performance economica e rapporti con gli investitori	39
2.1 Dati economico patrimoniali di sintesi	40
2.2 La distribuzione del valore economico generato	41
2.3 I rapporti con gli investitori	43
3 - Etica, integrità e trasparenza nell'attività di business	45
3.1 La Corporate Governance	46
3.2 L'etica e l'integrità di business	48
3.3 Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi	56
3.4 La protezione e tutela dei dati personali e la sicurezza delle informazioni	61
3.5 I rapporti con la Pubblica Amministrazione.....	66
3.6 Compliance Fiscale	72
4 - Le Persone	77
4.1 Le persone del Gruppo MFE.....	78
4.2 Diversità e pari opportunità.....	79
4.3 Gestione, attrazione e sviluppo delle persone	81
4.4 Welfare e well-being.....	96
4.5 Relazioni sindacali	100

4.6	Salute e sicurezza dei lavoratori	102
5 • Efficacia e sostenibilità dell’offerta editoriale e commerciale		105
5.1	La qualità del prodotto e del servizio	106
5.2	La Sostenibilità del Prodotto Editoriale	124
5.3	La pubblicità responsabile e marketing	142
5.4	La tutela dei minori.....	145
5.5	La tutela della proprietà intellettuale.....	148
5.6	Audience Interaction e Customer Satisfaction	150
6 • Comunità e territorio		155
6.1	Gestione responsabile della catena di fornitura	156
6.2	L’impatto sociale del Gruppo	167
7 • L’ambiente.....		183
7.1	L’impegno per la tutela dell’ambiente	184
7.2	Tassonomia UE.....	184
7.3	Gestione delle emissioni elettromagnetiche	194
7.4	Gestione dei rifiuti	197
7.5	Gestione dei consumi energetici ed emissioni	199
GRI Content Index		203
Relazione della Società di Revisione		217

WAF

MEDIAFOREUROPE

**LETTERA AGLI
STAKEHOLDER**

Signori Stakeholder,

L'esercizio 2023 è stato caratterizzato dal protrarsi della crisi geopolitica innescata dall'invasione russa in Ucraina del febbraio 2022 e dall'escalation militare in Medio Oriente, dall'allarme globale sul cambiamento climatico e dalle incognite legate all'indiscriminato utilizzo dell'Intelligenza Artificiale, innovazione tecnologica rilevante per i media sia in chiave di opportunità che di rischio sul fronte delle garanzie di autorevolezza verso il pubblico, tutela sociale ed economica dell'informazione e protezione del contenuto originale.

In tale contesto, il quadro macroeconomico ha registrato un lento ma graduale riallineamento dei prezzi energetici, mantenendo comunque un'elevata inflazione "core" che ha determinato una politica monetaria restrittiva da parte delle banche centrali americana ed europea e quindi indirizzato un andamento della domanda ancora piuttosto debole.

In entrambe le aree geografiche in cui opera il Gruppo, sia l'andamento del prodotto interno lordo che del mercato pubblicitario ha comunque registrato un miglioramento rispetto alle previsioni iniziali e in controtendenza rispetto agli altri Paesi UE. In Spagna, in particolare, seppur in ritardo sul resto d'Europa, i dati del PIL sono sostanzialmente tornati ai livelli pre-pandemici.

In tale contesto il Gruppo MFE ha conseguito una crescita complessiva dei propri ricavi pubblicitari lordi su base annua, in particolare in Italia nell'ultimo trimestre registrando una significativa accelerazione pari a circa l'8% in più rispetto allo stesso periodo del 2022, il più alto incremento degli ultimi sette anni. In Spagna, pur in un contesto generale ancora incerto dopo le elezioni di luglio e la formazione del nuovo governo nazionale a novembre, i ricavi hanno sostanzialmente tenuto. Il Gruppo nel 2023 ha consolidato le proprie quote sul mercato pubblicitario di riferimento grazie alla rafforzata leadership televisiva sul target commerciale. Si è registrata inoltre una forte reattività gestionale sul contenimento dei costi, ottimizzando anche la componente energetica sulla quale nell'esercizio precedente vi era stata la forte pressione soprattutto nella parte centrale dell'anno.

Nonostante l'aumento generalizzato dei tassi di interesse e la sempre più accentuata competizione ed escludendo il contributo al risultato della partecipata ProsiebenSat1, il Gruppo ha saputo ottenere un utile netto consolidato superiore a quello dello scorso anno ed ha confermato un'elevata generazione di cassa, autofinanziando gli investimenti per lo sviluppo e la remunerazione degli azionisti.

Forte di tali risultati MFE, anche nel 2023 sia in Italia che in Spagna ha seguito con determinazione le linee di indirizzo strategico focalizzate sul presidio e il rafforzamento del modello di editore di tv commerciale proiettato verso il digitale, con l'obiettivo di raggiungere attraverso lo sviluppo paneuropeo dimensioni adeguate a competere nel nuovo scenario di concorrenza globale. A tal fine nella prima parte dell'esercizio è stata completata l'operazione di fusione per incorporazione di Mediaset España in MFE e consolidato il ruolo di MFE come principale azionista (29,7% dei diritti di voto) del broadcaster tedesco ProsiebenSat1 Media SE.

I risultati raggiunti nel 2023 sono la naturale conseguenza della strategia del Gruppo che, rispetto alle discontinuità del contesto negli ultimi anni, bilancia con determinazione la forte e riconosciuta identità editoriale con la capacità di innovare prodotti, processi produttivi e competenze. Uno sviluppo nella consapevolezza del proprio ruolo sociale e di motore economico nei settori in cui opera, finalizzato a mitigare i rischi legati all'evoluzione del

contesto competitivo e ai cambiamenti nelle abitudini di consumo, allo scopo di produrre un maggior valore economico e culturale.

Facendo leva su tali principi, nel 2023 sono proseguite le attività e i progetti finalizzati al raggiungimento degli obiettivi legati alla strategia di sostenibilità di MFE, concepita per sviluppare e applicare in maniera organica e funzionale le **linee di indirizzo** definite nel 2022 dal Consiglio di Amministrazione negli ambiti Environment, Social e Governance. Tali linee individuano le priorità e i macro-obiettivi aziendali dei prossimi anni:

- ▣ la *Carbon Neutrality* entro il 2030,
- ▣ la sensibilizzazione del pubblico sulle tematiche ambientali e sociali attraverso l'attività di editore responsabile e pluralista consapevole del ruolo svolto attraverso la diffusione dei contenuti,
- ▣ la progressiva introduzione di criteri e principi di sostenibilità nelle pratiche e nelle scelte manageriali di tutta l'organizzazione.

Sul fronte dell'**impegno ambientale**, il Gruppo pur consapevole della ridotta incidenza in termini di impatto diretto, persegue l'obiettivo di *carbon neutrality* entro il 2030 nella gestione delle proprie attività: dall'utilizzo di energia ottenuta da fonti rinnovabili alla mobilità a impatto zero attraverso la riqualificazione "green" della flotta dei veicoli in dotazione al personale, dalla progressiva introduzione di pannelli fotovoltaici in grado di soddisfare una quota significativa del fabbisogno di energia di uffici e studi ai progetti di riqualificazione degli spazi coerenti con le nuove modalità di lavoro (presenza-remoto), che oltre a soddisfare ambiziosi requisiti "funzionali", tengono conto dell'impatto ESG sia per i materiali utilizzati che per l'ecosostenibilità dei nuovi impianti. Nel 2023 è proseguita in particolare la conversione del parco auto, adottando una nuova car policy che prevede obbligatoriamente per i dirigenti l'utilizzo di nuove auto elettrificate (ibride plug-in o full electric). L'implementazione dell'insieme di tali azioni ha consentito il raggiungimento dei target di riduzione delle emissioni prefissati per l'esercizio.

Con riferimento alla propria **offerta editoriale** e quindi al proprio **impatto sociale**, MFE ha intensificato la diffusione di una cultura ecosostenibile nel Paese per sensibilizzare ancora più il pubblico sulle tematiche ESG attraverso i contenuti distribuiti su tutte le proprie piattaforme. MFE è da anni in prima linea nella sfida globale contro la disinformazione e le fake news, una battaglia ormai distintiva dei nostri contenuti di informazione. È inoltre impegnata nella promozione di campagne sociali multipiattaforma sui grandi temi ambientali, sociali, di lotta alle disuguaglianze e alle discriminazioni attraverso l'attività di "Mediaset ha a cuore il futuro" e nell'attivazione di campagne e iniziative di solidarietà sociale con la onlus Mediafriends.

In concreto, sono anche stati ulteriormente implementati processi di analisi e mappatura dell'offerta editoriale per identificare programmi a tema ESG dell'offerta televisiva, digital e radio con il progressivo supporto di sistemi che utilizzano algoritmi di intelligenza artificiale per la misurazione dell'impatto sociale dei contenuti trasmessi dalle nostre reti. Anche nella rendicontazione di quest'anno diamo quindi spazio ai contenuti che all'interno della programmazione in Italia e Spagna risultano correlabili agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'Agenda ONU 2030.

Negli ultimi anni sono stati definiti alcuni protocolli specifici per gli eventi e le produzioni televisive allo scopo di certificare che la loro realizzazione sia in linea con le migliori pratiche in termini di sostenibilità ambientale, sensibilizzando così sia gli addetti ai lavori sia il pubblico su comportamenti virtuosi verso una riduzione dell'impatto ambientale. Ad oggi hanno già ottenuto la **certificazione "Green Audiovisual"** alcune produzioni di punta come «Le Iene», «Striscia la Notizia» e «Dritto e Rovescio».

E anche quest'anno al centro del Bilancio di Sostenibilità poniamo grande attenzione alle **persone**, il fattore chiave da sempre al centro della nostra azienda. MFE è impegnata a riconoscere ed apprezzare il valore, l'esperienza e la professionalità di dipendenti e collaboratori, oltre a valorizzare le differenze e le caratteristiche di ognuno, creando un contesto che assicuri le migliori condizioni in termini di salute, sicurezza, welfare e benessere aziendale. Tutti elementi in grado di generare una maggiore attrattività nei confronti del Gruppo da parte di giovani risorse e nuovi talenti da inserire in aree chiave come tecnologia, contenuti, advertising.

In tale ottica anche nel 2023 sono stati offerti a tutta la popolazione aziendale percorsi di formazione, laboratori, servizi innovativi di wellbeing e diverse iniziative di comunicazione interna sia su tematiche legate al cambiamento climatico che Social (Diversità ed Inclusione). Tutto questo attraverso la collaborazione con esperti di settore e istituti universitari, con l'obiettivo di diffondere, stimolare e promuovere ulteriormente una cultura della sostenibilità.

Sul fronte **del Sistema Controllo Interno** il Gruppo sta implementando un meccanismo di **Green Procurement**, estendendo progressivamente il campione sul quale raccogliere, analizzare e monitorare il posizionamento ESG dei propri fornitori.

Coerentemente con la volontà di sensibilizzare anche i vertici aziendali ad adottare sempre più nuovi criteri di sostenibilità nelle loro scelte quotidiane, nel 2023 è stata estesa l'adozione di KPI legati al raggiungimento dei principali target ESG all'interno dei sistemi di incentivazione di breve termine dei manager.

In sintesi, anche il 2023 è stato un anno di grande impegno che ha interessato tutte le componenti del Gruppo, sia nel costante perseguimento di procedure per il rispetto di norme e regolamenti sia nell'indirizzare le azioni manageriali verso tutti gli stakeholder.

L'obiettivo è assicurare e garantire lo sviluppo sostenibile di MFE nei prossimi anni integrando, sia in Italia che in Spagna, i percorsi fin qui intrapresi, destinati ad assumere ancora maggior rilevanza nei prossimi anni caratterizzati dalle sfide globali sul fronte dell'emergenza climatica e della lotta alle disuguaglianze.

Per il Consiglio di Amministrazione
Il Presidente

WAVE

MEDIAFOREUROPE

**NOTA
METODOLOGICA**

Il presente documento (di seguito anche “Bilancio di Sostenibilità” o “Bilancio”) descrive le iniziative e i principali risultati in ambito economico, sociale e ambientale raggiunti dal Gruppo MFE (di seguito anche “Gruppo”) nel corso del 2023 (dal 1° gennaio al 31 dicembre) ed è redatto in conformità ai **“Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards”** definiti dal Global Reporting Initiative (GRI) secondo l’opzione *“in accordance”*.

Il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo MFE, tenendo conto delle aspettative dei propri stakeholder e degli impatti generati dalle attività d’impresa, offre una descrizione dei **modelli di gestione**, delle **politiche** praticate dall’impresa, dei **risultati** conseguiti e dei principali **rischi ed impatti reali e potenziali, positivi e negativi**, generati con riferimento alle tematiche di sostenibilità (ambientali, sociali, attinenti al personale, rispetto dei diritti umani, lotta alla corruzione), ivi incluse le modalità di gestione degli stessi.

Il Gruppo nel processo di formalizzazione delle proprie linee di indirizzo strategico focalizzate sull’evoluzione del proprio modello di business sia in chiave nazionale che di sviluppo internazionale, monitora costantemente gli ambiti di sostenibilità considerati rilevanti per il proprio sviluppo e gli impegni e le attività svolte e pianificate nell’ottica del soddisfacimento dei bisogni e delle aspettative dei propri stakeholder e dell’evoluzione del contesto di riferimento.

Nell’ambito del modello di valutazione dei rischi strategici del gruppo focalizzato strutturalmente sui fattori di rischio esogeni ed interni direttamente correlabili al proprio modello di business ed alle linee di indirizzo definite dal CdA, sono ricompresi anche gli **ambiti di rischio ESG** coerentemente con la rilevanza degli stessi espressa nella lista dei temi materiali del Gruppo. Tale valutazione prevede per ciascuno degli ambiti ESG l’identificazione dei fattori di rischio/opportunità rilevanti.

La valutazione dei relativi profili di rischio viene effettuata tenuto conto del contesto di riferimento generale (anche in ottica di benchmark con primari operatori del settore TMT), del monitoraggio delle principali iniziative e progetti del Gruppo in tali ambiti e delle principali evidenze legate ai feed-back dei principali stakeholder.

La valutazione condotta nell’ambito del processo di aggiornamento annuale ha evidenziato complessivamente l’adeguatezza dei presidi posti in essere dal Gruppo in considerazione della prevalenza di approcci attivi e positivi alle tematiche ESG, in coerenza con i propri valori di riferimento e strumentali al perseguimento dei propri obiettivi di business.

In particolare, si rilevano il consolidamento e la costante attenzione verso iniziative strutturate di **sviluppo in ambito Risorse Umane** (formazione, pari opportunità, welfare, salute e sicurezza), la definizione di modelli di monitoraggio dell’**offerta editoriale** complessiva, anche in relazione ad una maggiore sensibilità degli utenti finali e investitori pubblicitari alle tematiche ESG, l’implementazione di progetti e di iniziative finalizzate all’ottimizzazione dei consumi e, **coerentemente con gli obiettivi pianificati di riduzione delle emissioni dirette al 2030**, all’avvio di un percorso volto alla progressiva definizione e introduzione di modelli di monitoraggio del posizionamento ESG della propria catena di fornitura (*Green Procurment*).

Con particolare riferimento al rispetto dei **diritti umani**, considerato il contesto operativo e normativo in cui il Gruppo opera, il tema è declinato nell’ambito della gestione dei rapporti con i propri dipendenti e con i propri fornitori, nel rispetto dei principi e dei valori richiamati dal Codice Etico del Gruppo.

In considerazione dello specifico settore di business, si segnala che le attività del Gruppo non comportano significativi **consumi idrici** ed **emissioni inquinanti** in atmosfera non ricomprese nelle emissioni di gas a effetto serra.

Per maggiori informazioni in merito alle iniziative condotte dal Gruppo, ai principali rischi generati o subiti ed alle relative modalità di gestione, si rimanda al paragrafo “Il sistema di controllo interno e gestione dei rischi” ed alle relative sezioni contenute nel presente documento.

I contenuti del presente documento sono stati predisposti sulla base dei **temi materiali per il Gruppo e per i suoi stakeholder**, identificati a partire dall’analisi di materialità e sulla base delle risultanze delle attività di Stakeholder engagement condotte e convalidate dal CdA di MFE in data 14 Febbraio 2023 e confermate dal CdA di MFE del 14 febbraio 2024, come più dettagliatamente esposto nel successivo paragrafo *Mappatura degli Stakeholder e Analisi di Materialità*. In particolare, il processo di definizione dei contenuti si è basato sui principi di rilevanza, inclusività degli stakeholder, completezza e contesto di operatività del Gruppo. I principi di equilibrio, accuratezza, affidabilità, comparabilità, chiarezza e tempestività sono stati invece seguiti con riferimento alla qualità delle informazioni rendicontate.

In appendice al documento è possibile consultare il **GRI Content Index** dove sono riportati gli indicatori GRI associati ad ogni tematica materiale.

Il **perimetro** dei dati economico-finanziari e dei dati e delle informazioni sociali e ambientali comprende le società consolidate integralmente all’interno del Bilancio Consolidato¹. Tale perimetro non evidenzia differenze sostanziali rispetto a quello del precedente esercizio. Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo, è stato effettuato il confronto con i dati relativi all’anno 2022.

Per garantire l’attendibilità dei dati, è stato eliminato il più possibile il ricorso a **stime**, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Il presente documento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione di MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. in data 17 aprile 2024.

La lingua di riferimento del presente Bilancio di Sostenibilità è l’inglese. Alcuni riferimenti legislativi e termini tecnici sono stati citati nella loro lingua originale in modo che il corretto significato tecnico possa essere loro attribuito ai sensi del diritto applicabile. La presente versione in lingua italiana costituisce una traduzione di cortesia della versione originale in lingua inglese.

Il presente Bilancio è stato sottoposto a **giudizio di conformità** (“*limited assurance engagement*” secondo i criteri indicati dal principio ISAE 3000 Revised) da parte di Deloitte & Touche S.p.A.. La verifica è stata svolta secondo le procedure indicate nella “Relazione della Società di Revisione Indipendente”, inclusa nel presente documento.

La periodicità della pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità è impostata secondo una frequenza annuale. Per ogni informazione relativa al Bilancio di Sostenibilità è possibile far riferimento all’indirizzo mail:

¹ Per l’elenco delle società consolidate con il metodo integrale si rimanda al paragrafo “*Elenco delle partecipazioni assunte nella situazione contabile consolidata al 31 dicembre 2023 del bilancio consolidato al 31 Dicembre 2023 del Gruppo MFE.*”

corporateaffairs@mfediaforeurope.eu

Il Bilancio di Sostenibilità è disponibile anche sul sito web di Gruppo (**www.mfediaforeurope.com**), nella sezione "Sostenibilità".

MEDIAFOREUROPE

MEDIAFOREUROPE

1 - IL GRUPPO MFE

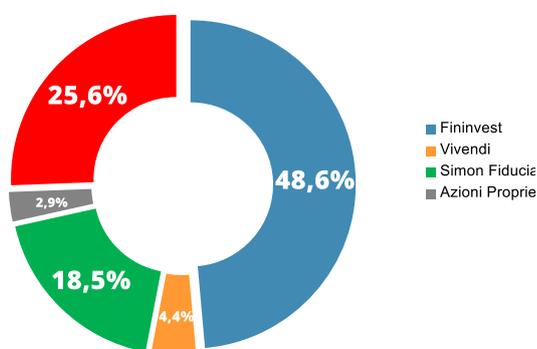
1.1 PROFILO E ATTIVITÀ

L'ASSETTO AZIONARIO

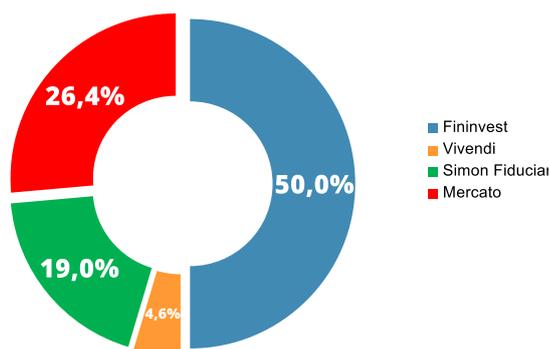
MFE - MEDIAFOREUROPE N.V.², holding del Gruppo MFE, è quotata alla Borsa di Milano dal 1996 ed opera principalmente nel settore televisivo in Italia e in Spagna.

Al 31 dicembre 2023³ l'azionariato del Gruppo è così composto:

Azionisti MFE



Diritti di voto



² La sede principale è sita in Viale Europa n. 44/46/48, Cologno Monzese. La sede legale è sita in Amsterdam (Olanda)

³ Vivendi S.A. (comunicazione del 12 aprile 2018 ai sensi dell'art.120 del TUF), in esecuzione delle misure di ottemperanza alla Delibera dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni n. 178/17/CONS, ha sottoscritto un contratto di consulenza con Simon Fiduciaria S.p.A. ed il suo socio unico Ersel Sim S.p.A., relativo all'esercizio dei diritti di voto delle azioni intestate alla fiduciaria in base alle istruzioni impartitegli da Ersel Sim, per il tramite del suo Presidente. Vivendi S.A. ha mantenuto il diritto di fornire alla fiduciaria istruzioni sull'esercizio dei diritti di voto nell'assemblea di Mediaset S.p.A. sulle materie in relazione alle quali i soci che non hanno concorso all'assunzione della delibera sono legittimati ad esercitare il diritto di recesso.

ProSiebenSat.1 Media SE, è uno dei più grandi gruppi televisivi in Europa con una posizione di leadership in Germania, Austria e Svizzera, una società con numerosi azionisti quotata alla Borsa di Francoforte.

1.2 LA STORIA

Prima del 1996.

La storia del Gruppo Mediaset inizia alla fine degli anni '70, quando l'imprenditore Silvio Berlusconi fonda una Tv locale via cavo di nome **Telemilano** all'interno di un nuovo insediamento edilizio.

Due anni dopo, nel 1980, si trasforma in **Canale 5** e, grazie a un ammodernamento normativo, inizia le trasmissioni su tutto il territorio nazionale, cosa fino a quel momento vietata dalla legge italiana.

Si tratta di una grande novità per i telespettatori italiani perché l'unica televisione nazionale era la Rai, ente pubblico che esercitava il monopolio televisivo con tre canali.

Per potersi confrontare ad armi pari con la tv di servizio pubblico, anche il nuovo editore televisivo privato costruisce un polo a tre reti: a Canale 5 si affiancano **Italia 1** (acquisita dall'editore Rusconi nel 1982) e **Retequattro** (acquisita dall'Arnoldo Mondadori Editore nel 1984).

Il nuovo polo televisivo viene denominato **Rti (Reti televisive italiane)** e viene affiancato da una concessionaria pubblicitaria esclusiva denominata **Publitalia '80** e da due ulteriori società: **Videotime**, che esercita tutta l'attività tecnologica e di produzione Tv, ed **Elettronica Industriale** che garantisce la diffusione del segnale televisivo attraverso la gestione della rete di trasmissione.

Il controllo azionario di Rti, Publitalia, Videotime ed Elettronica Industriale viene affidato a una nuova società, **Mediaset**: nasce il Gruppo Mediaset.

1996 Mediaset viene quotata alla **Borsa di Milano**, aprendo l'azionariato a importanti investitori istituzionali e a piccoli azionisti (circa 300.000).

1997 Inizia l'espansione all'estero con l'acquisizione di una partecipazione del 25% dell'emittente privata spagnola **Telecinco**.

1999 Il Gruppo allarga la sua attività al mondo web con **Mediaset.it** (portale televisivo dedicato a Canale 5, Italia 1 e Retequattro) e **Mediaset Online** (nel 2001 diventerà TgCom), quotidiano d'informazione on line, fruibile da diversi mezzi di comunicazione (internet, televisione, radio, teletext Mediavideo e telefonia mobile).

2003 Mediaset aumenta la propria partecipazione in Telecinco e ne diventa azionista di riferimento con il 50,1% di azioni. L'anno successivo la Tv spagnola viene quotata alla Borsa di Madrid.

2004 Debutta in Italia il **digitale terrestre**, che permette di trasmettere molti più canali rispetto al sistema analogico. Mediaset esordisce lanciando **Boing**, una rete interamente destinata ai bambini, e **Mediashopping**, un canale di televendite garantite.

2005 Il Gruppo lancia **Mediaset Premium**: servizio a pagamento sul digitale terrestre che permette di vedere le partite di calcio di Serie A in diretta Tv, con carta prepagata, senza abbonamento. Mediaset Premium offre anche cinema in prima visione, teatro ed eventi live in pay-per-view.

2006 Il film **"Il labirinto del fauno"** prodotto

dal Gruppo Telecinco vince 3 Oscar.

2007 Mediaset in consorzio con Cyrte Found e Goldman Sachs, rileva da Telefonica il controllo di **Endemol**, società olandese di produzione di format tv leader nel mondo. Acquisisce anche **Medusa**, la principale società di produzione e distribuzione cinematografica italiana, lancia un nuovo canale gratuito in digitale terrestre: **Iris**, rete del grande cinema d'autore, della musica, della letteratura e del teatro.

2008 Viene stipulato l'accordo per l'acquisizione di **Taodue**, azienda leader in Italia nella fiction di qualità lancia **Premium Gallery**, la nuova offerta di contenuti pregiati acquistabili con carta prepagata sul digitale terrestre. Su Gallery è visibile in esclusiva per l'Italia il meglio delle serie e del cinema americano di Time Warner e NBC-Universal. Partono anche **Disney Channel** e **Premium Calcio 24**.

2009 Publitalia '80 e Mondadori Pubblicità definiscono un accordo la raccolta di pubblicità online e viene costituita una nuova società partecipata pariteticamente, **Mediamond**. Nasce **TivùSat**, la prima piattaforma digitale satellitare gratuita italiana, realizzata da Tivù s.r.l. (la società partecipata da Rai al 48,25%, Mediaset al 48,25% e da Telecom Italia Media al 3,5%). TivùSat è una piattaforma complementare a quella del digitale terrestre, in grado di raggiungere le aree del territorio non coperte dalle reti terrestri. In Spagna, Mediaset S.p.A., Gestevision Telecinco S.A. e Promotora de Informaciones S.A. (Gruppo Prisa) annunciano l'acquisizione da parte di Telecinco di una società di nuova costituzione, che include il ramo d'azienda di **Cuatro** (rete televisiva spagnola in chiaro di Sogecable S.A.) e della quota di partecipazione

del 22% in **Digital Plus**. Il Gruppo Mediaset raggiunge così le dimensioni di primo operatore televisivo in Spagna.

Taodue produce il film di Checco Zalone "**Cado dalle nubi**" (distribuito da Medusa Film) campione di incassi della stagione 2009/2010.

2010 Debutta online **video.mediaset.it**, servizio di catch up tv che permette di rivedere on demand programmi televisivi Mediaset trasmessi nei giorni precedenti.

Nasce la nuova testata **NewsMediaset**: una vera agenzia interna che fornisce immagini, notizie e servizi a tutte le strutture informative Mediaset.

Il 12 maggio Mediaset lancia **La5**, nuova rete gratuita del digitale terrestre in onda 24 ore su 24 con contenuti dedicati principalmente al pubblico femminile.

Il 26 novembre nasce **Mediaset Extra**, nuovo canale tematico gratuito dedicato alla ritrasmissione del meglio dei programmi di intrattenimento di ieri e di oggi delle reti Mediaset.

2011 Nasce **Premium Net Tv**, un nuovo sistema di tv non-lineare che garantisce 6.000 contenuti da vedere in qualsiasi momento con un clic.

In luglio Mediaset lancia due nuovi canali che arricchiscono ulteriormente l'offerta pay del digitale terrestre Mediaset Premium: **Premium Crime** dedicato a tutti gli appassionati del giallo e del poliziesco e **Premium Cinema Comedy** a chi ama la commedia brillante italiana ed americana.

Inizia le trasmissioni Mediaset **Italia 2**, nuova rete gratuita del Digitale Terrestre: telefilm, film, documentari, cartoon, sport, intrattenimento selezionati per un pubblico giovane, principalmente maschile.

Viene lanciato **Cartoonito**, rete digitale terrestre gratuita per bambini in età prescolare (fino ai 6 anni). Cartoonito, frutto come Boing

di una joint - venture Mediaset - Turner Broadcasting System Europe Limited, allarga l'offerta gratuita di Mediaset per la fascia bambini e ragazzi.

Approvato il progetto di fusione per incorporazione di **El Towers** in DMT.

Nel corso del 2012, al termine del processo di ristrutturazione finanziaria del Gruppo Endemol, il Gruppo Mediaset riduce e successivamente cede la sua quota di partecipazione.

Nasce **Premium Play**, il nuovo servizio che potenzia e sostituisce Premium Net Tv: per livello tecnologico, facilità d'uso, qualità e freschezza di contenuti rappresenta un'innovazione senza precedenti.

TgCom24 diventa anche un canale all news in chiaro in diretta sul canale 51 del digitale terrestre, sul satellite al canale 24 e continua a operare online sul sito TgCom24.it, su smartphone e tablet grazie alle applicazioni scaricabili gratuitamente.

Taodue replica il successo di Checco Zalone producendo il film **"Che bella giornata"** (distribuito da Medusa Film) che supera la performance della precedente pellicola in termini di presenze ed incassi al box office.

2013 I film di Paolo Sorrentino **"La grande bellezza"** (prodotto da Medusa Film) vince il premio Oscar come migliore film straniero ed il Golden Globe come miglior film. Il film di Checco Zalone prodotto da Taodue **"Sole a catinelle"** con un box office record di 51,8 milioni di euro è campione d'incasso dell'anno oltre che il film italiano più visto da quando esistono le rilevazioni Cinetel.

Mediaset España si assicura i diritti di trasmissione "free" relativi a 25 partite del **Campionato Mondiale di calcio** - tra cui anche quelli relativi alla nazionale spagnola - che si svolge in Brasile dal 12 giugno al 13 luglio 2014.

Mediaset e Fox International Channels Italy concludono un accordo per la distribuzione nel bouquet Mediaset Premium del nuovo canale **"Fox Sports"**, che trasmette in esclusiva la diretta delle partite dei principali campionati di calcio d'Europa.

Mediaset si accorda anche con il **Gruppo Eurosport** per la distribuzione nel bouquet Mediaset Premium dei canali "Eurosport" ed "Eurosport2" che allargano l'offerta della pay tv di Mediaset ai grandi eventi dei principali sport diversi dal calcio: i migliori tornei di tennis, le grandi corse a tappe e le classiche di ciclismo, gli sport invernali, gli sport motoristici, l'atletica, il nuoto, senza dimenticare basket, pallamano, hockey e numerosi altri sport emergenti.

Il Gruppo Mediaset lancia **Infinity**, il primo servizio OTT italiano che offre agli abbonati la possibilità di accedere in streaming a un catalogo di più di 6.000 titoli tra film, serie tv, fiction e show televisivi.

2014 Mediaset conquista i diritti esclusivi per l'Italia su tutte le piattaforme di tutti i match in diretta e gli highlights di Champions League per il triennio 2015-2018.

2015 Viene siglato il contratto con l'operatore spagnolo **Telefonica** per l'acquisizione dell'11,1% delle azioni di Mediaset Premium per un corrispettivo di 100 milioni di euro. Mediaset stipula un accordo con **Warner e Universal** che assicura al Gruppo la disponibilità esclusiva per l'Italia dei film e delle serie tv distribuite dalle due major statunitensi rispettivamente per il periodo 2016-2020 e 2016-2018.

Mediaset chiede a Sky il pagamento di un "retransmission fee" per lo sfruttamento non autorizzato delle reti televisive free del Gruppo sulla piattaforma satellitare. Sky non riconosce il valore richiesto e Mediaset decide di criptare i propri canali sulla piattaforma sat a

pagamento a partire dalle ore 24.00 del 7 settembre 2015.

2016 Mediaset e il gruppo francese **Vivendi** sottoscrivono un contratto vincolante per un'alleanza strategica con cui Mediaset diventa titolare del 3,5% del capitale sociale di Vivendi mentre quest'ultima acquisisce il 100% di Mediaset Premium e il 3,5% del capitale sociale di Mediaset. Alla vigilia del closing (il 25 luglio 2016) Vivendi comunica l'intenzione di non voler dare esecuzione agli impegni assunti. Il 19 agosto Mediaset deposita al Tribunale di Milano un atto di citazione per ottenere l'esecuzione coattiva del contratto. Per tutta risposta Vivendi lancia una scalata ostile e il 22 dicembre comunica al mercato di detenere il 28,8% del capitale ordinario di Mediaset, equivalente al 29,94% dei diritti di voto. L'operazione finisce sotto i riflettori di Consob, AgCom e della procura della Repubblica di Milano, che apre un'inchiesta penale per aggrottaggio.

Sempre nel 2016, Mediaset costituisce il polo radiofonico leader in Italia per ascolti e raccolta pubblicitaria. La nuova società ha nome "**RadioMediaset**" e riunisce le emittenti **R101, Radio 105, Virgin Radio** oltre a una partnership con **Radio MonteCarlo**.

Nelle sale cinematografiche italiane esce "**Quo Vado?**", quarto film di Checco Zalone (prodotto da Taodue e distribuito da Medusa) che con 65,4 milioni di euro di incassi al botteghino batte ogni record.

2017 Mediaset acquisisce una partecipazione del 5,5% in **Studio 71**, il principale Multichannel Network in Europa - e tra i primi cinque al mondo - controllato dal gruppo tedesco ProSiebenSat.1Media. Viene costituita anche la joint venture "**Studio 71 Italia**" di cui Mediaset è azionista al 49% e attraverso la quale è gestito l'intero business italiano di Studio 71.

Il Consiglio di Amministrazione di Mediaset approva il **Piano Mediaset 2020**, ovvero le linee guida di sviluppo e i target economico-finanziari 2017-2020. Il piano prevede al 2020 una crescita dal 37,4% al 39,0% della quota di mercato pubblicitario totale di Mediaset ed un miglioramento dell'Ebit delle attività media italiane per 468 milioni.

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni accerta la non conformità delle partecipazioni di Vivendi in Mediaset e Telecom Italia e ordinato alla società francese di rimuovere la posizione vietata.

Mediaset acquisisce il 100% del canale tv gratuito **Retecapri** associato a **LCN 20**, Retecapri +1 (LCN 120), Retecapri HD (LCN 121).

Mediaset decide di non presentare alcuna offerta all'asta per l'assegnazione di diritti pay tv Serie A per il triennio 2018-2021 ritenendo inaccettabile la formulazione del bando pubblicato dalla Lega Calcio. L'asta viene annullata e rinviata.

Mediaset acquisisce da Telefonica l'11,1% di Mediaset Premium rientrando in possesso del 100% del capitale.

Publitalia '80 e Publiespaña costituiscono con TF1 (Francia) e ProSiebenSat1 (Germania) **AdTech Ventures** che partecipa al 33% la joint venture European Broadcaster Exchange (EBX) attiva nelle campagne video programmatic di pubblicità digitale. In data 14 novembre Channel 4 ha annunciato l'ingresso in EBX.

RadioMediaset acquista le società **RadioSubasio** e **Radio Aut**, leader per copertura e ascolti nel centro Italia.

La quota di Mediaset in El Towers sale al 41,74%, per effetto di acquisti di azioni proprie da parte di El Towers

Cresce al 51,63% la partecipazione di Mediaset in Mediaset España per effetto di acquisti di azioni proprie.

Mediaset sigla con la FIA un accordo triennale

in esclusiva per l'Italia sui diritti televisivi della **Formula E**, il primo campionato mondiale delle monoposto elettriche.

Mediaset si aggiudica in esclusiva i diritti dei **mondiali di calcio Russia 2018**. Per la prima volta il Gruppo Mediaset offre tutti i match in chiaro sia in Italia sia in Spagna.

2018 Il 30 marzo Mediaset e Sky Italia siglano un accordo commerciale per la ritrasmissione dei canali Premium anche sulla piattaforma satellitare.

Sempre a marzo Mediaset España, insieme a RTVE e Atresmedia, lancia una piattaforma web per la creazione e la distribuzione di contenuti audiovisivi dei tre gruppi.

Il 10 maggio Mediaset raggiunge un **accordo commerciale con TIM** per la ritrasmissione su TIMVision di tutte le reti gratuite Mediaset

Dal mese di maggio, al numero 35 del telecomando, iniziano le trasmissioni di **Focus**, nuovo canale gratuito dedicato alla divulgazione culturale.

Per la prima volta in Italia, sono state trasmesse in diretta e gratuitamente, durante i mesi di giugno e luglio, tutte le 64 partite dei Mondiali di Calcio 2018. La trasmissione è stata garantita in esclusiva da Mediaset che ha riscosso un grande successo editoriale e di ascolti.

Il 31 agosto RadioMediaset acquisisce **RMC Italia S.p.A.**, società a cui fa capo il network Radio MonteCarlo

Dopo aver siglato una partnership con Mediaset, il fondo infrastrutturale F2i SGR lancia un'Opa sull'intero capitale di Ei Towers S.p.A.

2019 In seguito ad un accordo con Sky Italia, dal 2 gennaio tutti i canali gratuiti Mediaset tornano a essere ritrasmessi nel bouquet della piattaforma satellitare.

Il 6 marzo Mediaset España acquisisce il 60% della società El Desmarque Portal Deportivo SL.

Il 28 marzo viene stipulato l'atto di fusione per

incorporazione inversa di 2i Towers Holding S.p.A. (di cui Mediaset detiene una quota di partecipazione del 40%) e della controllata 2i Towers S.p.A. in Ei Towers S.p.A.

Il 29 maggio Mediaset comunica l'acquisto del 9,6% del capitale sociale del broadcaster tedesco **ProSiebenSat.1 Media SE**.

Il 7 giugno i consigli di amministrazione di Mediaset e Mediaset España deliberano di proporre ai rispettivi azionisti la fusione transfrontaliera per incorporazione delle due società in **"MFE – MEDIAFOREUROPE"**, holding di diritto olandese.

Il 10 luglio iniziano le trasmissioni di due nuovi canali: Boing Plus (Lcn 45) e Mediaset Extra 2 (Lcn55).

Il 15 luglio Il Tribunale di Roma condanna il portale francese **Dailymotion**, appartenente al Gruppo Vivendi, a risarcire Mediaset per oltre 5,5 milioni di euro per aver caricato illecitamente centinaia di video coperti da diritto d'autore. Mediaset ha in corso contro Daily Motion altre sei analoghe azioni legali che potrebbero dar luogo ad un risarcimento complessivo superiore ai 200 milioni di euro. Il 18 luglio 2019 Il Tribunale di Roma condanna anche il portale Vimeo a risarcire Mediaset per circa 5 milioni di euro.

Il 5 agosto 2019 il Mise assegna a Elettronica Industriale due diritti d'uso di capacità trasmissiva (frequenze nella nuova tecnica DVB-T2) sui canali 36 e 38 e un ulteriore diritto d'uso corrispondente alla metà di un multiplex nazionale.

Il 4 settembre 2019 le Assemblee Straordinarie di Mediaset S.p.A. e di Mediaset España Comunicación S.A. approvano il progetto di fusione transfrontaliera in MFE-MEDIAFOREUROPE.

L' 11 novembre Mediaset España acquista il 5,5% di ProSiebenSat.1 Media SE. La partecipazione del Gruppo Mediaset nel capitale del principale broadcaster privato

tedesco raggiunge quindi il 15,1%.

2020 Il 23 aprile il Gruppo Mediaset, con un nuovo investimento, si assicura il 24,9% dei diritti di voto di ProSiebeneSat.1 Media SE escluse le azioni proprie, diventando primo azionista del broadcaster tedesco.

Il 5 agosto, al termine di un lungo contenzioso legale, il Cda di Mediaset ritira il progetto di fusione transfrontaliera MFE MEDIAFOREUROPE.

Seguendo il piano di dismissione delle attività non strategiche, in ottobre Mediaset cede a Ortigia Investimenti la società Mediashopping, attiva nel settore delle vendite multicanale a distanza di prodotti di consumo.

2021 Il 18 febbraio Mediaset si aggiudica fino al 2024 i diritti di trasmissione gratuita sulle reti generaliste della miglior partita di ogni turno di **Champions League**, finale compresa. In più, Mediaset trasmetterà in diretta streaming pay per ognuna delle prossime tre stagioni anche la visione di altre 104 partite.

Il 3 maggio Mediaset, Fininvest e **Vivendi** annunciano un accordo globale per mettere fine alle loro controversie rinunciando reciprocamente a tutte le cause e denunce pendenti. Vivendi si è impegnata a scendere gradualmente nella quota societaria e a favorire i piani di sviluppo internazionale di Mediaset.

A maggio nasce anche **"Mediaset Infinity"**, il primo servizio online a modello piramidale con il meglio dei programmi Mediaset e una selezione di altissima qualità di contenuti on-demand. La piramide di "Mediaset Infinity" ha una base larghissima con i grandi contenuti gratuiti della tv generalista visibili online, in diretta o on-demand. In più con un abbonamento light si può accedere al vertice della piramide "Mediaset Infinity" fatto di proposte esclusive (prime tv, cinema, serie e canali verticali) e il meglio della UEFA

Champions League.

Il 23 giugno l'Assemblea degli Azionisti, dopo aver votato il rinnovo del Cda in scadenza, ha approvato il **trasferimento della sede legale di Mediaset in Olanda**. Sarà la base per lo sviluppo internazionale del Gruppo. Le azioni Mediaset continueranno a essere quotate alla Borsa Italiana e la residenza fiscale di Mediaset, così come l'amministrazione centrale, rimarranno in Italia.

Il 1 luglio Mediaset si aggiudica fino al 2024 i diritti calcistici della **Coppa Italia** e della **Supercoppa**. Le competizioni saranno trasmesse gratuitamente sulle reti generaliste del Gruppo e in diretta streaming su Mediaset Infinity.

21 luglio: Mediaset effettua il pagamento del **dividendo** straordinario pari a 0,30 euro per ogni azione in circolazione, in esecuzione della delibera dell'Assemblea del 23 giugno.

22 luglio: Closing dell'accordo globale siglato in data 3 maggio 2021 tra Fininvest, Mediaset e Vivendi per mettere fine alle loro controversie, rinunciando reciprocamente a tutte le cause e denunce pendenti.

20 settembre: Formalizzato il trasferimento della sede legale di Mediaset ad Amsterdam, nei Paesi Bassi, e l'adozione del nuovo statuto conforme alla legge olandese approvato dall'Assemblea straordinaria degli azionisti del 23 giugno. La società assume la denominazione di Mediaset N.V.

25 novembre: L'assemblea straordinaria degli azionisti approva la modifica della denominazione della Società Mediaset N.V. in **MFE-MEDIAFOREUROPE N.V.** e l'introduzione di una struttura azionaria a doppia categoria. Il capitale sociale sarà composto da azioni ordinarie A e azioni ordinarie B.

2022 14 Luglio 2022: **MFE sale** dal 55,69% all'**82,92** del capitale della controllata

Mediaset España al termine **dell'Offerta Pubblica di Acquisto e Scambio Volontaria (OPAS)** promossa a Marzo sulla totalità delle azioni di minoranza della società.

MFE consolida la propria quota di principale azionista di **ProSiebenSat.1 Media SE** incrementando la quota aggregata assicurata dal Gruppo al 25,74% dei diritti di voto.

2023 3 Maggio 2023: efficacia dalla **Fusione per incorporazione di MES in MFE.**

Maggio/Giugno 2023: MFE consolida il ruolo di primo azionista raggiungendo il 28,7% del capitale e nomina due membri del Supervisory Board di **ProSiebenSat.1 Media SE**

Ottobre 2023: Mediaset si aggiudica i **diritti esclusivi di trasmissione televisivi gratuiti** della **Coppa Italia** e **Supercoppa Italiana** anche per il prossimo triennio fino alla stagione 2026/2027.

1.3 I VALORI DEL GRUPPO MFE

I principi fondanti del Gruppo MFE trovano rappresentazione nel **Codice Etico**, che definisce l'insieme dei valori che il Gruppo riconosce, accetta e condivide, a tutti i livelli, nello svolgimento dell'attività d'impresa.

La prima stesura è stata approvata da Mediaset S.p.A. e dalle sue controllate nel 2002; successive modifiche ed integrazioni sono intervenute nel 2008 e nel 2012.

L'attuale versione del Codice Etico è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Mediaset S.p.A. e dalle altre società italiane facenti parte del medesimo Gruppo nel corso del 2019. Nel settembre del 2021 anche la *holding* di diritto olandese MFE-Mediaforeurope N.V. si è dotata di un proprio "Code of Ethics". Anche le società di diritto spagnolo appartenenti al Gruppo MFE si sono dotate di un proprio "Código Etico", ispirato a quello della Capogruppo, la cui ultima versione è stata approvata il 24 luglio 2019.

L'adozione del Codice Etico nasce nel convincimento che l'etica nella conduzione degli affari sia elemento fondamentale e necessario per il successo dell'impresa. Esso, inoltre, con riferimento alle società di diritto italiano, rappresenta anche una componente fondante dei Modelli di Organizzazione e Controllo ex D. Lgs. 231/01 e, in generale, dei *compliance programs*, nonché del sistema di controllo interno del Gruppo che comprende altresì il complesso di tutte le Linee Guida Organizzative (LGO) emanate a presidio di ogni singolo processo aziendale.

Ogni variazione e integrazione del Codice Etico viene approvata dai Consigli di Amministrazione delle singole Società e tempestivamente diffusa ai destinatari. Il *Code of Ethics* di MFE prevede, inoltre, che ogni società del Gruppo possa adattare il proprio Codice Etico - ove necessario - in considerazione delle proprie caratteristiche nonché in funzione della legge applicabile nel paese di appartenenza.

Nell'ambito del proprio settore di attività il Gruppo si impegna pertanto a rispettare le leggi ed i regolamenti vigenti nell'insieme dei paesi in cui opera e ciò conformemente ai principi di lealtà, correttezza, responsabilità, libertà, dignità individuale e rispetto di ogni forma di diversità, rifiutando qualsiasi forma di discriminazione basata su sesso, razza, lingua, credo religioso, convinzioni politiche o condizioni personali o sociali.

Vista la propria importanza nel panorama economico sociale italiano ed internazionale, il Gruppo MFE fonda la propria crescita su una forte **immagine di trasparenza e rigore nell'espletamento delle proprie attività**.

In questo contesto il Gruppo riconosce la **centralità delle risorse umane** e si impegna a promuovere al proprio interno un ambiente di lavoro basato sul rispetto delle persone e su valori di lealtà, fiducia, trasparenza ed integrazione, promuovendo priorità quali lo sviluppo delle competenze e delle capacità professionali, le pari opportunità, la tutela del benessere psico-fisico dei lavoratori (anche sotto il profilo della salute e della sicurezza), la riservatezza e la protezione dei dati personali.

Nei confronti delle varie categorie di *stakeholder* il Gruppo MFE si è sempre adoperato al fine di **contrastare la corruzione** agendo con trasparenza nei confronti di clienti, fornitori ed istituzioni e rispettando sempre inderogabilmente il principio della libera concorrenza e dell'etica nella conduzione degli affari.

Il Gruppo ha sempre individuato nella **valorizzazione della ricchezza della diversità**, nella **ricerca ed innovazione**, nell'attenzione ai **giovani** ed all'**ambiente** e nel permettere ad ognuno di realizzarsi nel proprio lavoro, i principi base del proprio modo di operare nonché gli elementi artefici del proprio successo.

1.4 MEDIASET PER LE NUOVE GENERAZIONI

Nel 2023, MFE consolida il suo primato sul pubblico giovane, confermandosi punto di riferimento irrinunciabile per chi voglia raggiungere velocemente e in maniera massiva questo pregiato target.

La **leadership italiana di MFE sul target 15-34 anni** è anno dopo anno sempre più consolidata in tutte le fasce orarie con una forbice rispetto al competitor RAI sempre più ampia: il prime time è al 43,2% in crescita di 0.2 punti rispetto all'anno precedente e quasi 12 punti sopra la TV di Stato (erano 10 nel 2022); day time al 44% vs. 43,4% (+0.6 rispetto al 2022) ben 16.5 punti sopra RAI (erano 15 nel 2022); totale giornata al 43,8% vs. 43,4%, quasi 16 punti sopra RAI (erano 14 nell'anno precedente).

Il risultato è come sempre frutto di una strategia unitaria con l'apporto di tutte le reti del Gruppo, sia quelle storiche (31,6% sui 15-34 in Prime Time) che tematiche e profilate (11,6% sul medesimo target e fascia).

Per quanto riguarda le singole reti: **Canale 5** conferma la sua leadership in Italia sui giovani tra i 15 e 34 anni in tutte le fasce: Prime Time (20,8% di share), totale giornata (20,6%) e Day Time (21,0%).

Sempre molto rilevante il seguito del pubblico femminile giovane: in Prime Time *Amici di Maria de Filippi* sfiora quasi il 50% sulle donne giovanissime tra i 15 e i 19 anni (49,6%); numeri molto forti anche sul target 20-24 (45,9%) e 25-34 (48,3%). Simili risultati anche per *C'è Posta per te* altro irrinunciabile appuntamento per il pubblico femminile con picchi sul target delle giovanissime: 35,8% sulle 15-19enni, 37,4% sulle donne 20-24 e 47,5 sulle 25-34enni.

Ottimi dati anche per il *Grande Fratello* (32,5% sulle donne 20-24 anni e 35,5% su quelle 25-34) ed ennesima conferma per il fenomeno mediatico di *Tú sí que vales* con il 37,5% di share sulle donne 25-34enni; buona la novità dello show *Amore + Iva* di Checco Zalone al 30,3% sulle donne 25-34.

Tra gli altri appuntamenti molto seguiti vanno segnalati *Felicissima Sera* (36,4% sulle donne 25-34) e *L'Isola dei Famosi* (29,6% sul medesimo target).

Come sempre poi un punto sulla fiction autoprodotta, un genere importante per il pubblico femminile di MFE. L'offerta ha visto un mix di nuovi titoli come *Il Patriarca* (22,4% sulle donne 20-24 e 25,4% su quelle 25-34) e prodotti consolidati come *Fosca Innocenti* con Vanessa Incontrada (22,7% sulle donne 25-34), la seconda stagione di *Buongiorno mamma!* (27,3% sulle donne 20-24 anni, 32,0% su quelle 25-34) e di *Luce dei tuoi occhi* con Anna Valle (23,2% sulle donne 25-34). Da segnalare infine il grande successo della soap *Terra Amara* (20,9% sulle donne giovanissime 15-19).

Per il target femminile rimane irrinunciabile la fascia del Daytime, con gli appuntamenti fissi di *Verissimo* (28,6% sulle donne 15-19, 26,4% su quelle 20-24 e 26,6% su quelle 25-34) e *Uomini e Donne* (41,1% sulle donne 15-19,

37,7% su quelle 20-24 e 38% sulle 25-34).

In ambito maschile, forte come sempre la *Champions League*, soprattutto nella fase primaverile antecedente alla finale. È l'appuntamento più seguito dai giovanissimi con il 45,2% di share sui 15-19enni, 41% sugli uomini 20-24 e il 35,1% su quelli 25-34. Le partite più importanti hanno toccato come sempre picchi d'ascolto notevoli a partire dalla finale con una squadra italiana *Inter-Manchester City* (cifra record del 71,8% sugli uomini 15-19 e 58,1% su quelli 25-34); quindi la semifinale *Inter-Milan* quasi al 60% sugli uomini 15-19 e al 52,1% sui 25-34. In ambito sportivo, il 2023 conferma l'ottimo appeal sul pubblico maschile giovane anche della *Coppa Italia*, in esclusiva in chiaro sulle reti Mediaset. Gli ascolti hanno premiato la scelta con il 37,5% di share sugli uomini 15-19 e il 35,6% sugli uomini 20-24. Tra le partite più seguite, la finale *Inter-Fiorentina* (56,6% sugli uomini 15-19, 56% su quelli 20-24) e la semi-finale *Inter-Juventus* con picchi al 53,5% sugli uomini 15-19, 50,9% su quelli 20-24 e 45,9% sui 25-34.

Per quanto riguarda le produzioni spicca *Ciao Darwin* al 47,4% sugli uomini 15-19 e al 41,2% sui 25-34enni. Altri importanti risultati con *Tú sí que vales* (39,3% sugli uomini 15-19 e 35,4% sui 25-34enni), *L'Isola dei Famosi* (29,9% sui 25-34), *Lo Show dei Record* (24,5% sul medesimo target), *Striscia la Notizia* (25,2% sul target uomini 15-19) e *Paperissima Sprint* (20,1% sui 15-19 e 19,8% sui 20-24).

Sempre più centrale, infine, in ambito sostenibilità, il ruolo di *Melaverde*. Il programma dedicato alle diverse tradizioni enogastronomiche italiane, presenta una sempre maggior attenzione ai temi ESG: da citare per esempio la puntata del 19 novembre dedicata alla pesca sostenibile sul delta del Po. Il programma raggiunge il 26,4% sugli uomini 20-24.

Italia 1 (8,2% di share sui 15-34 in Prime Time ed 8,1% in Day Time) rimane il riferimento principale di MFE sul pubblico giovane. Confermano la loro forza gli appuntamenti de *Le Iene* (19,3% sugli uomini 25-34 in primavera) e *Le Iene inside* (12,6% sul medesimo target). Ottimo il dato della *Coppa Italia* con le partite di Prime Time all'11,9% sugli uomini 15-19 e al 14,2% su quelli 20-24.

In Day Time importante il ruolo di *Studio Aperto* nel raccontare ai giovani le notizie del giorno: l'edizione del pranzo raggiunge il 19,8% sugli uomini 15-19 e il 16,4% sui 20-24. In questa rete da segnalare un programma dal forte impegno in sostenibilità: *E-Planet* (5,7% sugli uomini 25-34) con focus su lifestyle green e sguardo sulle ultime novità nel campo della mobilità elettrica.

Infine, forte presidio sugli uomini giovani sono ormai da moltissimi anni (dal primo ottobre 1991 originariamente su Canale 5) *I Simpson* al 12,4% sugli uomini 20-24 e al 16,6% su quelli 25-34.

Come sempre, ricordiamo che una specifica area aziendale monitora tutta la programmazione per verificare l'impatto delle trasmissioni sui minori.

Un'altra struttura organizzativa dedicata si occupa invece dell'**offerta digitale** proprio per garantire gli accessi delle nuove generazioni ai contenuti. I programmi tv e radio vengono arricchiti con iniziative di *digital extension* su tutte le principali piattaforme digitali connesse (desktop, dispositivi mobili e wearable, Tablet, Smart-Tv, ecc.).

Questi i principali risultati:

- ▣ Le fruizioni complessive dei contenuti Video sulle Properties MFE sono state pari nell'anno a circa **4.2 miliardi**, in crescita del 10% sull'anno precedente ed hanno generato **644 milioni di ore di video**

- complessive in crescita del 35% rispetto al 2022 (Fonte Webtrekk).
- ▣ L'audience del polo Informazione ha fatto registrare durante l'anno un'importante crescita raggiungendo complessivamente nel corso del 2023 una Total Audience media giornaliera pari a **2,5 milioni di utenti unici** (Fonte Audiweb 2.0, perimetro complessivo con TAL) posizionandosi, sotto il marchio TGCOM24, al terzo posto del mercato digitale italiano dell'informazione.
 - ▣ L'insieme delle App gratuite del polo informazione vede a fine 2023 circa **15,3 milioni di download**, in crescita del 4% rispetto al parco di fine 2022. In quest'ambito, l'App del TGCOM24 ha raggiunto i **4 milioni di download** complessivi, con un incremento del parco installato del 6% rispetto al 2022; nel solo anno 2023 i download sono stati **157 mila**. Il servizio di previsioni meteo (Meteo.it) ha raggiunto **7,1 milioni** di download con una crescita del 4%. I download dell'app SportMediaset sono arrivati a **2,7 milioni** (+4% rispetto al 2022); nel solo anno 2023 i download sono stati **107 mila**. L'App del TG5 ha raggiunto nel 2023 **1,5 milioni** di download, in crescita del 5%. (Fonte dati: App Annie al 31 dicembre 2023; il perimetro di riferimento del parco App installato fa riferimento alle sole versioni attive distribuite negli store). Una menzione particolare merita l'insieme delle **App gratuite delle Radio MFE** che vedono a fine 2023 circa 2,1 milioni di download in crescita del 12% rispetto al parco di fine 2022.

Per quanto riguarda la presenza sui Social Network, il Gruppo si conferma una delle media company che meglio ha saputo creare *engagement* con le proprie community: **43,5 milioni di follower** totali sulle pagine **Facebook** del network MFE, oltre **10 milioni** i followers sui profili **X**, **23 milioni** di followers sui profili **Instagram** e più di **1 milione** su **TikTok** con il profilo Mediaset Infinity.

Anche in **Spagna** il Gruppo ha mantenuto la sua leadership tra il pubblico giovane (dai 13 ai 24 anni e dai 25 ai 44 anni) raggiungendo una quota del 28,6% nel 2023 attraverso un'offerta editoriale mirata alle nuove generazioni; citiamo a titolo di esempio *La Isla de las tentaciones* (28,2% di share nel target commerciale).

Con Mediaset Games, il **Gruppo MFE in Spagna** ha continuato la propria attività nell'industria dei videogiochi ed in generale dell'intrattenimento digitale dei suoi prodotti originali con licenza cinematografica e televisiva.

In ambito di gestione delle risorse umane equiparate al ruolo di stakeholder (vd. Cap.5" Le persone"), il Gruppo MFE ha avviato progetti di sviluppo manageriale attraverso sessioni di aula ed incontri formativi individuali per giovani laureati.

L'impegno e la motivazione dei dipendenti sono infatti considerati fondamentali per il successo del Gruppo. Ai giovani sono offerte costantemente opportunità di crescita professionale valorizzando le diversità di provenienza, di esperienza e di competenza delle nuove risorse.

Ricordiamo infine che, sempre in un'ottica di considerazione delle nuove dinamiche sociali e dei nuovi stili di vita legati all'evoluzione delle tecnologie, nel corso del 2023, è stato ulteriormente esteso l'utilizzo dello Smart Working, già sperimentato con successo nel corso degli ultimi anni.

Si segnala inoltre la forte sensibilità del Gruppo MFE, sia in Italia che in Spagna, verso le **opportunità di stage curriculari** ad integrazione e completamento del percorso di studi d'intesa con le principali Università. Durante l'esperienza di stage, i giovani laureandi hanno l'occasione di confrontarsi con il mondo del lavoro sperimentando relazioni professionali e impiegando le conoscenze acquisite nel percorso di studi.

In tema di **iniziative di Alta Formazione** (vd. Cap.6 *Comunità e territorio*) rivolte a persone non dipendenti dell'azienda, va ricordato l'impegno del Gruppo al fine di promuovere, in collaborazione con le principali Università, Master e Corsi di formazione rivolti a giovani laureati. Tali iniziative sono mirate ad un futuro professionale nel mondo della televisione, del marketing, dell'e-trade marketing, del sales e della comunicazione digitale.

In Italia, viene organizzato il **Master in Giornalismo**: si tratta della scuola di formazione alla carriera di giornalista professionista in cui IULM e il Gruppo MFE uniscono le rispettive competenze sulla comunicazione e l'informazione. È un corso di studi professionalizzante, il che significa che è stato riconosciuto dal Consiglio Nazionale Ordine dei Giornalisti come sede sostitutiva del praticantato.

Molto apprezzato anche il **Master in Marketing, Digital Communication e Sales Management** istituito nel 1988 da Publitalia'80. Il Master è un corso post-laurea a numero chiuso, della durata di 13 mesi, tra lezioni e stage rivolto a laureati orientati a un futuro professionale verso il marketing, il trade marketing, il sales e la comunicazione digitale.

Di seguito le attività formative più rilevanti in Spagna, nel corso del 2023:

- ▣ Master in creazione e gestione di contenuti audiovisivi, lanciato nel 2009 in collaborazione con l'Università Europea di Madrid;
- ▣ concessione di borse di studio "Sumas Talento" per il Diploma di recitazione e creazione audiovisiva di Madrid Audiovisual Drama School (MADS).

Continua anche l'attività di Campagne di comunicazione sociali che distingue da sempre il Gruppo MFE. Campagne di sensibilizzazione con spot tv e radio e copertura *digital* e *social* rivolte alla comunità ed in particolare ai temi del mondo giovanile (vd. Cap. 6 *Comunità e territorio*).

L'iniziativa **"Mediaset ha a cuore il futuro"** rappresenta un modo concreto per mettere al servizio della comunità le competenze e la forza comunicativa del Gruppo MFE.

Con campagne di comunicazione sociale, declinate secondo una logica integrata multimediale con spot su tv e radio e con copertura digital e social, vengono affrontati temi di rilevanza nazionale, che rappresentano emergenze del Paese, o problematiche talvolta trascurate, dando così continuità e forza all'impegno che l'Azienda già porta avanti con i suoi programmi.

Per quanto riguarda le Campagne "Mediaset ha a cuore il futuro" citiamo la Giornata internazionale della donna, e la Giornata mondiale della Terra, così come le campagne a favore degli Oceani o per la riscoperta del Patrimonio turistico italiano.

Nel 2023 la **radio** ha portato avanti gli impegni intrapresi gli anni precedenti nei confronti della Comunità.

Oltre alle campagne già citate in onda su tutte le reti Mediaset, le Emittenti Radiofoniche del Gruppo hanno supportato onlus quali "La casa della Speranza" che aiuta persone in difficoltà o "Airalz", impegnata nella sensibilizzazione contro gli effetti devastanti dell'Alzheimer promuovendo la prevenzione e la ricerca. Nel giugno del 2023 si è inoltre promossa la giornata Nazionale dell'AIL contro le malattie del sangue.

Anche in Spagna le campagne sociali sono una tradizione: attraverso l'iniziativa "12 meses" nel corso del 2023 sono state portate avanti iniziative legate al benessere dell'infanzia nonché ai concetti di tutela dell'ambiente, inclusività e lotta alla violenza di genere.

Infine, l'attività di Mediafriends Onlus (vd. Cap. 6 *Comunità e territorio-iniziativa di utilità sociale*), Organizzazione non lucrativa di utilità sociale rappresenta l'espressione concreta di come il Gruppo MFE intenda la Responsabilità Sociale di Impresa.

Nel corso degli anni Mediafriends ha promosso numerosi eventi, televisivi e non, finalizzati alla raccolta di fondi per finanziare i progetti di associazioni non profit. Il più noto tra questi è **la Fabbrica del sorriso**. Al 31 dicembre 2023 sono stati raccolti e distribuiti oltre **80 milioni di euro** che hanno consentito a **185 associazioni** di realizzare **312 progetti di solidarietà** in Italia e nel mondo.

In tema di **promozione dell'imprenditorialità giovanile** e più in generale di sostegno al mondo del lavoro ed alla promozione del territorio, evidenziamo l'attività svolta da **AD4Ventures** (vd. Cap. 6 *Comunità e territorio-rivolte alla Comunità*),

Tale progetto di venture capital prevede l'investimento in quote azionarie di startup, prevalentemente digital nell'area consumer e retail ad alto potenziale di crescita e sviluppo, tramite campagne di comunicazione pubblicitaria in Italia ed in Spagna.

AD4Ventures, attraverso il suo modello di business contribuisce alla crescita delle aziende oggetto di investimento con forte spinta per tutti quei giovani imprenditori non ancora in grado di accedere al grande mondo del media televisivo.

1.5 IL GRUPPO MFE, IL CONTESTO DI RIFERIMENTO E LA SOSTENIBILITÀ

Nello svolgimento della propria attività di media company il Gruppo si relaziona sia in Italia che in Spagna con una molteplicità di **stakeholder** garantendone il soddisfacimento e la tutela degli interessi e prefiggendosi nel medesimo tempo l'obiettivo di generare un impatto sociale positivo sul territorio.

Il Gruppo presta la massima attenzione al **rispetto di leggi e dei regolamenti** vigenti negli ordinamenti giuridici di tutti i paesi in cui opera e si impegna ad agire in ottemperanza dei principi di lealtà, correttezza, responsabilità, libertà della persona umana e rispetto della diversità e ripudia ogni tipo di discriminazione.

Il Gruppo sta inoltre monitorando l'evoluzione normativa alla base dei futuri obblighi informativi in materia di rendicontazione non finanziaria con particolare riferimento alla compliance rispetto alla Direttiva UE 2022/2464 sul reporting di sostenibilità aziendale (**Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD**) adottata dal Parlamento europeo il 10 novembre 2022 e pubblicata in Gazzetta Ufficiale il 16 dicembre 2022, la quale sostituirà il disposto normativo della NFRD (Direttiva 2014/95/EU) che disciplina l'attuale sezione di questo report relativa alle informazioni di carattere non finanziario. L'obiettivo della CSRD è di aumentare ulteriormente la trasparenza in materia di informativa ambientale, sociale e di governance al fine di promuovere ulteriormente gli investimenti a sostegno della transizione economica in linea con il Green Deal europeo. La Direttiva CSRD sarà applicabile per MFE a partire dalla Relazione annuale consolidata di MFE relativa all'esercizio 2024 (che sarà pubblicata nel 2025) e richiederà da tale data l'emissione di una relazione di certificazione limitata. La CSRD prevede in generale una revisione del modello di reporting e un ampliamento degli obblighi di informativa e rendicontazione da predisporre conformemente agli Standard Europei per la Rendicontazione della Sostenibilità (**European Sustainability Reporting Standards - ESRS**) predisposti dall'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG) e adottati dalla Commissione Europea mediante Atto Delegato del 31 luglio 2023. L'adozione di tali standard comporterà anche l'introduzione nell'ambito del processo finalizzato allo svolgimento dell'analisi di materialità del principio della doppia materialità, prendendo in considerazione sia l'impatto delle attività aziendali sull'ambiente che l'impatto finanziario delle tematiche ESG sull'azienda. A tal proposito il Gruppo ha definito nel corso del 2023 un piano d'azione per garantire la compliance alla nuova normativa. In particolare, è stata condotta una gap analysis volta a identificare le informazioni di dettaglio che il Gruppo dovrà integrare con riferimento all'esercizio 2024 al fine di rispondere correttamente ai nuovi standards ESRS. Partendo dall'attuale framework di redazione dell'informativa di sostenibilità legato agli standard GRI ed ai relativi indicatori di performance attualmente prodotti, il Gruppo ha classificato i gap informativi individuati in base alla criticità dei processi che porteranno alla creazione e alla gestione delle nuove metriche, avviando in concerto con le aree aziendali interessate specifici cantieri per i processi di maggiore criticità legati in particolar modo al calcolo dello scope 3, all'estensione dell'informativa all'intera catena del valore e alla doppia materialità. Per quest'ultima il Gruppo ha avviato un primo esercizio di doppia materialità, tenendo in considerazione le linee guida emanate dall'EFRAG "Draft EFRAG IG 2 – Materiality Assessment" e "Draft EFRAG IG 2 – Value Chain", e applicando le metriche e metodologie già in uso nel proprio modello ERM. L'analisi così condotta non ha fornito evidenza di nuove tematiche rispetto a quelle già attualmente rendicontate. Nel corso delle attività di stakeholder engagement del 2024 è comunque previsto un ulteriore approfondimento sulle tematiche di materialità finanziaria a supporto dei risultati finora

ottenuti. Infine, le risultanze di tali analisi e i relativi piani d'azione sono stati presentati all'Audit Committee e al Consiglio di Amministrazione di MFE.

Tra i principali indicatori che dovranno essere rendicontati a partire dal Bilancio di Sostenibilità 2024 si segnala la misurazione **Scope 3**, prevista dall'**ESRS E1**, relativa alle **emissioni di gas serra** generate dalle attività aziendali lungo la catena del valore, sia a monte dai propri fornitori che a valle attraverso le attività di distribuzione dei propri servizi ai clienti finali. Il Gruppo anche attraverso il supporto di provider specializzati esterni sta predisponendo le necessarie attività di identificazione delle attività da assumere nel perimetro di rendicontazione e definendo i relativi modelli di rilevazione e stima, al fine di perseguire il nostro impegno verso un futuro più sostenibile e resiliente.

Il Gruppo tiene conto inoltre dei **fattori ESG** come elemento e criterio di riferimento dei propri processi decisionali e di valutazione degli investimenti afferenti agli ambiti operativi e di funzionamento finalizzati ad avviare iniziative e progetti mirati in ottica di maggiore efficienza ambientale (riduzione dei consumi, diversificazione delle fonti di approvvigionamento energetico) e di definizione dei propri contenuti autoprodotti e della proprie campagne di comunicazione coerentemente al proprio profilo di responsabilità editoriale e sociale.

Dato il settore d'appartenenza per MFE è centrale e strategico il **fattore umano**, che determina un costante e crescente impegno nella cura, formazione e valorizzazione dei propri dipendenti e nella ricerca di nuovi talenti per favorire processi di innovazione e crescita delle competenze, così come la particolare attenzione alla tutela della proprietà intellettuale e dei minori e nello sviluppo di iniziative volte alla formazione e alla valorizzazione della cultura ed in generale la responsabilità sociale che deriva dal ruolo di principale editore televisivo nazionale.

Allo stato attuale l'impatto generato e subito dal Gruppo in ambito **Climate Change** non rappresenta per il Gruppo né direttamente né indirettamente sia in termini relativi che in termini assoluti un aspetto critico. Il Gruppo è comunque sempre stato impegnato in un costante e attento rispetto e monitoraggio dell'evoluzione della normativa in materia, con particolare riferimento alle indicazioni della Commissione Europea (Comunicazione 2019/C 209/01 "Orientamenti sulla comunicazione di informazioni di carattere non finanziario: Integrazione concernente la comunicazione di informazioni relative al clima") ed alla recente adozione da parte della stessa Commissione Europea del Media and Audiovisual Action Plan (MAAP) ossia di un piano per i media e l'audiovisivo che si pone l'obiettivo di sostenere la ripresa e la trasformazione di tali settori particolarmente colpiti dalla crisi pandemica ed essenziali per la democrazia, la diversità culturale e l'autonomia digitale europea. Tale piano di azione si concentra in tre principali aree di attività (ripresa, trasformazione, maggiori strumenti e capacità) tra cui la realizzazione di un settore audiovisivo a impatto zero sul clima. L'associazione di categoria delle televisioni commerciali europee (ACT), di cui il Gruppo è membro fondatore, sta predisponendo nell'ambito di tale piano una position paper alle istituzioni comunitarie.

Al fine di gestire l'insieme di tali fattori in maniera sempre più proattiva, progettuale e condivisa MFE si è dotata volontariamente nel proprio modello di governance di un **Comitato ESG**, composto da amministratori indipendenti con l'obiettivo di dialogare, stimolare il management e monitorare le attività del Gruppo in tali ambiti.

In data **29 Marzo 2022** il CdA di MFE, al termine di un percorso di mappatura e analisi delle attività e del posizionamento del Gruppo nei vari ambiti ESG condiviso con il Comitato di Sostenibilità, ha individuato le seguenti linee guida e i macro-obiettivi da perseguire in Italia per i diversi ambiti ESG, avviando nei prossimi anni

adeguate iniziative e progetti :

- In ambito **Environment**, il Gruppo che date le proprie attività caratteristiche non produce comunque un impatto significativo in termini di emissioni dirette, si è da sempre ispirato ai principi di responsabilità verso la tutela del Pianeta, attraverso una gestione delle risorse naturali sostenibili, si pone l'obiettivo di **ridurre progressivamente le emissioni di CO₂ fino al raggiungimento della Carbon Neutrality entro il 2030**. A tal fine il gruppo sta valutando l'adozione di target di riduzione che siano trasparenti e scientificamente validi al fine di contribuire agli obiettivi stabiliti dall'**Accordo di Parigi** sul cambiamento climatico (COP 21, limit global warming to **1.5°C**).
- In ambito **Social** il Gruppo ha sempre riconosciuto la centralità delle persone e perseguito la valorizzazione della loro esperienza, professionalità e diversità, raggiungendo già ottimi standard di equità di genere sia in termini di volumi sia di pay-gap (con ambiti di potenziale miglioramento sui livelli manageriali) e livelli di eccellenza nella gestione delle politiche di welfare. Su tali basi gli obiettivi indicati sono quelli di:
 - **Mantenere gli attuali livelli di distribuzione e di equità retributiva per ogni categoria**, attraverso politiche di assunzione e di sviluppo professionale che favoriscano la crescita in ruoli manageriali del genere meno rappresentato.
 - **Mantenere gli standard di eccellenza raggiunti dal Gruppo in materia di welfare e formazione**, sia in termini di livello di investimento sia di varietà e innovazione dell'offerta di servizi.
- Inoltre, con riferimento alla propria offerta editoriale, MFE intende continuare a svolgere un ruolo centrale nella diffusione della cultura della sostenibilità nel Paese con l'obiettivo di **aumentare la sensibilità del pubblico sulle tematiche ESG attraverso i contenuti distribuiti su tutte le piattaforme a disposizione** coerentemente al proprio sistema valoriale ed alla responsabilità di editore pluralista.
- In ambito **Governance** è stato deciso di dotarsi di un sistema di indirizzo e controllo delle iniziative ESG e di meccanismi che orientino l'azione manageriale con l'obiettivo di adottare progressivamente **criteri e principi di sostenibilità** nelle pratiche e **scelte manageriali di tutta l'organizzazione**, attraverso iniziative di formazione specifica e l'introduzione di obiettivi ESG fra i parametri dei sistemi di incentivazione.

In coerenza con gli obiettivi ESG definiti dal CDA, nel corso del 2023 sono state attuate in Italia le seguenti principali iniziative:

In ambito **Environment** il Gruppo a partire dal 2022 acquista energia elettrica per alimentare le sedi, i centri di produzione ed il proprio network radiofonico solo in modalità green ovvero con garanzie di origine da 100% fonti rinnovabili. Tale energia verde consente di alimentare anche le auto elettrificate della flotta aziendale, rendendo così totalmente sostenibile (filiera a zero emissioni) la mobilità delle auto aziendali durante gli spostamenti. A tale fine è stata realizzata presso il centro direzionale di Cologno Monzese un'infrastruttura di ricarica per auto elettriche della flotta aziendale, flotta per la quale è stata avviata la progressiva conversione verso modelli elettrificati (full electric o plug in). L'elettrificazione della flotta commerciale seguirà l'evoluzione dell'offerta in termini di modelli disponibili e autonomia (in considerazione delle esigenze di mobilità di questa tipologia di utilizzatori). Presso il centro direzionale di Cologno Monzese sono stati infine avviati progetti di revisione degli spazi di lavoro con scelte progettuali ecosostenibili.

In ambito **Social** sono stati proposti percorsi di formazione, servizi innovativi di wellbeing e diverse iniziative di

comunicazione interna con l'obiettivo di diffondere e promuovere ulteriormente una cultura sostenibile ed è stato avviato un percorso di pre - assessment per valutare il posizionamento dell'azienda rispetto ai temi della parità di genere, in modo da identificare le principali opportunità di miglioramento e valutare di intraprendere un eventuale percorso di certificazione ai sensi della nuova normativa.

Con riferimento alla propria **offerta editoriale** Il Gruppo oltre al continuo impulso alle campagne di **“Mediaset ha cuore il futuro”** finalizzate alla promozione e sensibilizzazione del pubblico su temi sociali legati alla sostenibilità, ha progettato e strutturato processi di mappatura per identificare i programmi a tema ESG presenti nell'offerta TV, Digital e Radio dotandosi di indicatori correlati ai volumi di prodotto e fruizione ed adottando un processo di tracciamento e gestione di metadati correlati ai contenuti televisivi.

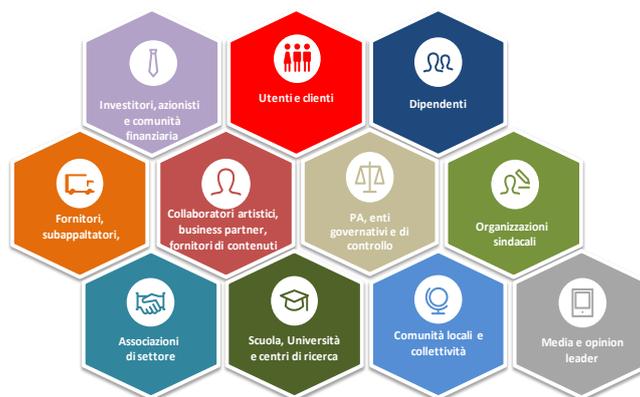
In ambito **Governance** infine sono stati introdotti obiettivi ESG fra i parametri dei sistemi di incentivazione di breve termine dei Dirigenti. Per un'analisi più dettagliata, si rimanda alla Relazione di Remunerazione inclusa all'interno del Bilancio Consolidato 2023.

MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER E ANALISI DI MATERIALITÀ

Come previsto dai principi di rendicontazione elaborati dal Global Reporting Initiative (GRI), ai fini della redazione del primo Bilancio di Sostenibilità, era stata svolta, attraverso il coinvolgimento delle principali funzioni aziendali, un'analisi strutturata, per identificare i **portatori d'interesse** chiave per l'organizzazione e le **tematiche** maggiormente rilevanti oggetto di rendicontazione del Bilancio stesso.

In termini di rendicontazione di sostenibilità sono considerate materiali, ovvero rilevanti, quelle tematiche di natura economica, sociale ed ambientale su cui un'impresa genera un impatto potenziale o reale positivo o negativo, e che potrebbe influenzare in modo sostanziale le valutazioni e le decisioni degli stakeholder. Coerentemente, l'**analisi di materialità** tiene in considerazione non solo il punto di vista dell'organizzazione, ma anche quello degli stakeholder stessi. Tali analisi sono oggetto di periodica revisione ed aggiornamento.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



Ai fini della predisposizione della presente rendicontazione, il CDA di MFE del 14 febbraio 2024 ha confermato la materialità delle tematiche oggetto della Lista di materialità, presentata nel 2023, previa consultazione dell'Audit Committee riunitosi in data 8 febbraio 2024.

Il Gruppo in relazione all'entrata in vigore della Direttiva CSRD e degli standard di rendicontazione ESRS a partire dalla rendicontazione annuale relativa all'esercizio 2024 recepirà progressivamente nello svolgimento dell'analisi di Materialità i modelli valutativi ispirati al principio della doppia materialità.

Ai fini della composizione della Lista di materialità, la rilevanza di tali tematiche assegnate dalle diverse categorie di stakeholder è la risultanza delle **attività di stakeholder engagement** svolte nel 2022.

Nello specifico, al fine della realizzazione della lista di materialità il management aziendale ha identificato e successivamente coinvolti il seguente cluster di stakeholder:

- ▣ Investitori, azionisti e comunità finanziaria;
- ▣ Utenti e clienti;
- ▣ Dipendenti;
- ▣ Fornitori e subappaltatori;
- ▣ Scuola, Università e centri di ricerca;
- ▣ Collaboratori artistici, business partner, fornitori di contenuti.

Il risultato dell'analisi di materialità è stato condiviso con le figure apicali del Gruppo durante le interviste per la valutazione dei rischi strategici ERM. A seguito di tali interviste, il Gruppo ha confermato che le tematiche riportate nella **Lista di materialità** risultano sistematicamente monitorate nell'ambito del processo di valutazione dei rischi aziendali. I temi riportati all'interno della tabella seguente sono già ordinati sulla base della rilevanza in termini di impatto attuale e potenziale, positivo e negativo, assegnato nel corso delle attività precedentemente descritte.

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
Responsabilità verso i dipendenti	Gestione e valorizzazione delle risorse umane	Occupazione	Dipendenti	Generato dal Gruppo	Miglioramento delle competenze dei lavoratori attraverso le attività di formazione	Positivo
					Promozione della salute dei dipendenti	Positivo
					Infortuni o malattie sul luogo di lavoro	Negativo
					Alto turnover del personale e perdita di conoscenze chiave con impatti indiretti sugli stakeholders	Negativo
		Salute e sicurezza sul lavoro			Aumento del benessere dei dipendenti grazie all'implementazione di benefit, work-life	Positivo

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
					balance e piani di sviluppo carriera	
					Miglioramento delle pratiche lavorative attraverso un sistema di welfare adatto alle esigenze dei dipendenti e delle loro famiglie	Positivo
					Lavoro non attrattivo per le nuove generazioni con un impatto negativo diretto e indiretto sulla business continuity	Negativo
					Politiche di remunerazione competitive che redistribuiscono in modo equo il valore generato dai lavoratori aumentando in modo indiretto anche l'attrattività di talenti	Positivo
Responsabilità verso i dipendenti	Diversità e inclusione	Diversità e pari opportunità	Dipendenti	Generato dal Gruppo	Discriminazioni nella remunerazione tra uomini e donne	Negativo
		Non discriminazioni			Episodi di discriminazione/abuso all'interno dell'azienda	Negativo
					Mancata diversità negli organi di governo e tra i dipendenti con impatti diretti e indiretti sull'affermazione dell'uguaglianza	Negativo

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
Responsabilità Economica	Performance economica	<i>Performance economica</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Generazione di valore economico attraverso la redditività e la tutela finanziaria e la creazione di valore nel breve, medio e lungo periodo raggiunta attraverso la gestione efficiente degli asset materiali e immateriali (es. brevetti, tecnologie produttive, know-how specifico) e distribuzione correlata alle parti interessate (ad es. dipendenti, fornitori)	Positivo
		<i>Impatti economici indiretti</i>				
Corporate Governance e Compliance	Corporate Governance	<i>n/a</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Diffusione e partecipazione ai valori aziendali, con conseguente motivazione, engagement e responsabilizzazione del personale	Positivo
					Assenza di pratiche di gestione del sistema di nomina, dei ruoli e responsabilità	Negativo
Corporate Governance e Compliance	Privacy e protezione dei dati personali	<i>Privacy del cliente</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Violazioni della sicurezza riguardante la privacy, la cyber security e i dati all'interno dell'organizzazione	Negativo

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
Corporate Governance e Compliance	Compliance Normativa	<i>Anti-corruzione</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Non conformità a leggi, normative e standard interni ed esterni con esternalità negative di carattere sociale ed ambientale generate anche lungo la supply chain	Negativo
		<i>Comportamento anti-competitivo</i>			Comportamento anticoncorrenziale, anti-trust, anti-competitivo e pratiche monopolistiche	Negativo
		<i>Imposte</i>			Incidenti ed episodi di corruzione	Negativo
Responsabilità verso i fornitori	Gestione responsabile dei fornitori	<i>Pratiche di approvvigionamento</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo e connesso alle attività del Gruppo	Sostegno al territorio locale grazie alla spesa verso fornitori locali	Positivo
		<i>Libertà di espressione</i>	Risorse artistiche, business partner, fornitori di contenuti			
		<i>Diffusione dei contenuti</i>	Fornitori, subappaltatori		Impatti ambientali e sociali (tra cui diritti umani) della propria catena di fornitura	Negativo
		<i>Creazione dei contenuti</i>	Risorse artistiche, business partner, fornitori di contenuti			
Responsabilità di prodotto	Qualità, integrità e continuità del servizio	<i>Creazione dei contenuti</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo e connesso alle attività del Gruppo	Azioni per contribuire e garantire contenuti di qualità, sicuri ed affidabili grazie anche al miglioramento della ricezione radio e tv e al rafforzamento della distribuzione digital	Positivo
		<i>Diffusione dei contenuti</i>	Business partner, fornitori di contenuti	Generato dal Gruppo	Non conformità nella diffusione di notizie indipendenti,	Negativo

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
					pluralistiche, imparziali e corrette	
Responsabilità di prodotto	Innovazione & Digitalizzazione	<i>Creazione dei contenuti</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo e connesso alle attività del Gruppo	Implementazione della digitalizzazione, e della dematerializzazione dei contenuti grazie ad esempio allo studio di nuove tecnologie e dei trend nel campo della produzione multiplatforma audio-video, dei nuovi servizi multimediali e della trasmissione su reti fisse e mobili	Positivo
					Supporto ad imprese e startup e a programmi di sviluppo ed innovazione	Positivo
Responsabilità ambientale	Gestione dell'impatto ambientale	<i>Energia</i>	Gruppo MFE	Generato e connesso alle attività del Gruppo	Utilizzo di fonti di energia non rinnovabili e rinnovabili	Negativo
		<i>Emissioni</i>			Uso inefficiente delle materie prime e delle risorse idriche sfavorendo l'utilizzo di materiali provenienti da processi di riuso e di riciclo	Negativo
		<i>Rifiuti</i>			Contributo al cambiamento climatico attraverso le emissioni dirette/indirette di gas a effetto serra	Negativo
Responsabilità di prodotto	Protezione della proprietà intellettuale	<i>Proprietà intellettuale</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Furto e diffusione illecita della proprietà intellettuale con danno alle risorse artistiche	Negativo
Responsabilità ambientale	Emissioni Elettromagnetiche	<i>n/a</i>	Gruppo MFE	Generato e connesso alle attività del Gruppo	Presenza di emissioni elettromagnetiche non ionizzanti superiori al valore di conformità ed attenzione previsti	Negativo

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
Responsabilità sociale: comunità	Rispetto dei diritti umani	<i>Non discriminazione</i>	Dipendenti, Comunità locali e collettività	Generato dal Gruppo	Casi di violazione dei diritti umani all'interno dell'organizzazione	Negativo
					Casi di violazione dei diritti umani lungo la propria catena del valore	Negativo
Responsabilità di prodotto	Soddisfazione dell'audience	<i>Privacy del cliente</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Presenza di canali di dialogo fruibili dai clienti per coinvolgere il proprio pubblico nell'attività di creazione dei contenuti	Positivo
		<i>Interazione con l'audience</i>				
Responsabilità sociale: comunità	Impegno sociale (comunità locali)	<i>Impatti economici indiretti</i>	Gruppo MFE Comunità locali e collettività	Generato dal Gruppo	Sviluppo di relazioni eque, trasparenti e costruttive con gli stakeholder, con effetti diretti sui continui miglioramenti delle prestazioni ESG	Positivo
					Supporto allo sviluppo locale attraverso contributi e donazioni	Positivo
					Investimenti in infrastrutture e servizi sostenuti localmente, oltre che in eventi ed iniziative in ambito sociale e culturale	Positivo
					Assunzione di lavoratori dalla comunità locale	Positivo
Responsabilità di prodotto	Pubblicità responsabile e marketing	<i>Marketing ed etichettatura</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Selezione della pubblicità e del marketing in linea con i valori dell'organizzazione e in	Positivo

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
					ottica di responsabilità sociale	
Responsabilità di prodotto	Partnership commerciali e strategiche	<i>Creazione dei contenuti</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo e connesso alle attività del Gruppo	Assenza di partnership commerciali e strategiche a livello mediatico, di enti di ricerca, di università, ed altre imprese del settore che potrebbero impattare i consumatori, i fornitori e la società in modo positivo	Negativo
		<i>Diffusione dei contenuti</i>	Business partner, fornitori di contenuti			
Responsabilità di prodotto	Accessibilità del prodotto	<i>Diffusione dei contenuti</i>	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Diffusione dei contenuti tutelando le categorie di pubblico più vulnerabili	Positivo
					Maggiore accessibilità del servizio offerti in termini di inclusione sociale, attraverso programmi sottotitolati, audio description, navigazione web e lo sviluppo di specifici prodotti e contenuti per le categorie svantaggiate	Positivo
Responsabilità sociale: comunità	Rapporti con la Pubblica Amministrazione	<i>Performance economica</i>	Gruppo MFE PA, enti governativi e di controllo	Generato dal Gruppo	Gestione responsabile delle relazioni con le istituzioni e PA, in un'ottica di collaborazione e supporto reciproco	Positivo

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
Responsabilità verso i dipendenti	Relazioni sindacali e industriali	Rapporti di lavoro e gestione	Dipendenti, Organizzazioni sindacali	Generato dal Gruppo	Presenza di conflitti con sindacati e mancato rispetto del diritto alla libertà di associazione presso l'organizzazione o lungo la sua catena del valore	Negativo
		Libertà di associazione e contrattazione collettiva				

Tale Lista di materialità appresenta la combinazione ponderata del grado di rilevanza/criticità delle tematiche per il Gruppo) e per i suoi Stakeholder .

Le strategie, le politiche e gli strumenti legati alle singole tematiche materiali sono rendicontate in modo approfondito nel presente documento.

Il documento è stato pertanto strutturato rendicontando le tematiche presenti in matrice aggregate secondo la legenda riportata nel grafico. Per agevolare la lettura di seguito viene inoltre riportato uno schema esemplificativo che consente di correlare le tematiche trattate nei diversi capitoli con le principali categorie di stakeholder.



OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (SDGs)

Nel presente documento si è ritenuto opportuno associare, selezionando fra i 17 **Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** definiti dalle Nazioni Unite nel 2015 e presenti nell'“Agenda per lo sviluppo sostenibile”, gli SDGs direttamente correlabili alle principali tematiche presentate.



Tali obiettivi contengono le Line Guida che impegnano i governi ed i soggetti economici a livello internazionale nel raggiungimento di specifici target in ambito ambientale, sociale ed economico entro il 2030.

Tale associazione è stata effettuata attraverso un'analisi confrontando i 17 Sustainable Development Goals (SDGs) con i temi materiali e le attività e i servizi caratteristici del Gruppo. Sulla base di tale analisi sono stati identificati i seguenti 11 obiettivi di sviluppo sostenibile.

L'**impatto delle singole tematiche materiali sugli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile** è riassunto nello schema seguente:



WORLD

MEDIAFOREUROPE

**2 ■
PERFORMANCE
ECONOMICA E
RAPPORTI CON
GLI INVESTITORI**



2.1 DATI ECONOMICO PATRIMONIALI DI SINTESI

	milioni €	2023	%	2022	%
Ricavi Consolidati Netti		2.810,4		2.801,2	
Italia		1.978,3	70%	1.937,7	69%
Spagna		833,0	30%	865,3	31%
Risultato Operativo		302,3		280,1	
Italia		147,2		88,5	
Spagna		154,8		192,4	
Risultato Netto		209,2		216,9	
Capitale Investito Netto		3.777,1		3.766,9	
Patrimonio Netto di Gruppo e di Terzi				2.893,6	
Patrimonio Netto di Gruppo		2.869,4		2.667,9	
Patrimonio Netto di Terzi		4,9		225,7	
Posizione Finanziaria Netta		(902,8)		(873,3)	

2.2 LA DISTRIBUZIONE DEL VALORE ECONOMICO GENERATO

Il seguente prospetto rappresenta la distribuzione del valore economico del Gruppo MFE verso le principali categorie di stakeholder: fornitori, risorse umane, finanziatori, azionisti, Pubblica Amministrazione e comunità.

Tali dati sono ottenuti riclassificando il prospetto di Conto Economico Consolidato.

DETERMINAZIONE DEL VALORE AGGIUNTO	2023		2022	
	Dal Bilancio consolidato (milioni di euro)	% distribuito	Dal Bilancio consolidato (milioni di euro)	% distribuito
Valore economico caratteristico generato dal Gruppo	2.842,9		2.886,7	
Valore economico generato dal Gruppo (A)	2.842,9	100%	2.886,7	100%
Valore economico distribuito dal Gruppo (B)	2.624,0		2.650,5	
Remunerazione dei fornitori	2.007,6	71%	1.983,5	69%
Remunerazione del sistema finanziario	62,0	2%	57,8	2%
Remunerazione del personale	476,5	17%	478,7	17%
Remunerazione della comunità	0,5	0%	0,9	0%
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	69,9	2%	71,4	2%
Remunerazione azionisti terzi	7,5	0%	58,1	2%
Differenza tra generato e distribuito (A)-(B)	218,9		236,2	
Altre componenti economiche (*)	(9,6)	0%	(19,3)	1%
Valore aggiunto trattenuto dall'impresa	209,2		216,9	

(*) Nella voce sono comprese le svalutazioni, gli accantonamenti a fondi, le variazioni delle rimanenze e tutte le componenti non monetarie.

Il **Valore economico generato** comprende:

Il *valore economico caratteristico* generato dal Gruppo in termini di:

- ▣ Ricavi delle vendite e delle prestazioni
- ▣ Altri ricavi e proventi
- ▣ Proventi finanziari

Tale **valore** è stato **distribuito** come di seguito evidenziato:

- ▣ Valore distribuito ai **fornitori terzi** inclusivo di Costi per acquisti, prestazioni di servizi, costi diversi ed ammortamenti di beni materiali ed immateriali;
- ▣ Remunerazione del **personale** coincidente con il costo del personale;
- ▣ Remunerazione dei **finanziatori** rappresentata dagli oneri finanziari;
- ▣ Remunerazione della **Pubblica Amministrazione** inclusiva di costi e tributi diversi ed imposte correnti;
- ▣ Remunerazione della **Comunità** inclusiva afferenti a donazioni e liberalità a scopo sociale, filantropico e sponsorizzazioni erogate ad enti benefici;
- ▣ Remunerazione degli **azionisti terzi** rappresentativi delle quote di risultato di competenza degli azionisti di minoranza di Mediaset España e Monradio .

La differenza tra il Valore economico generato e quello distribuito, al netto delle componenti economiche non monetarie rappresenta, in assenza di distribuzione agli azionisti della Capogruppo, il Valore aggiunto trattenuto dall'Impresa.

2.3 | RAPPORTI CON GLI INVESTITORI

Nel **sito di MFE** si possono reperire sia informazioni di carattere economico finanziario (bilanci, relazioni semestrali e informazioni finanziarie periodiche aggiuntive, presentazioni alla comunità finanziaria e andamento delle contrattazioni di Borsa concernenti gli strumenti finanziari emessi dalla Società) sia dati e documenti di interesse per la generalità degli azionisti (comunicati stampa, composizione degli organi sociali e comitati della Società, statuto sociale, regolamento assembleare, verbali assembleari nonché documenti e informazioni in tema di corporate governance e modello organizzativo ex D. Lgs. N. 231/2001), nonché i documenti relativi a operazioni straordinarie.

IL TITOLO MFE IN BORSA (Fonte: Bloomberg)

	2023 Classe A	2023 Classe B
Prezzo massimo (euro)	2,8 14 giugno	3,8 14 giugno
Prezzo minimo (euro)	1,7 1 novembre	2,4 2 novembre
Prezzo apertura 1/1 (euro)	1,8	2,9
Prezzo chiusura 31/12 (euro)	2,4	3,3
Volumi medi giornalieri (ml.)	0,7	0,3
Volumi max giornalieri (ml.)	5,4 14 giugno	2,8 7 agosto
Volumi min giornalieri (ml.)	0,2 30 marzo	0,1 4 settembre
Numero azioni ordinarie (ml.) *	331,7	228,5
Capitalizzazione al 31/12 (ml/euro)	782,2	771,8

* Sono escluse dal calcolo le azioni proprie.

Al fine di instaurare una relazione continuativa con gli azionisti fondata sulla comprensione dei reciproci ruoli, il Consiglio ha individuato nel **Chief Financial Officer** del Gruppo il Responsabile incaricato della gestione dei rapporti con gli azionisti.

A tale scopo il Chief Financial Officer si avvale del contributo di due funzioni a suo diretto riporto:

-  **Direzione Affari Societari**, che presidia i rapporti con gli Investitori Retail e gli Enti Istituzionali (Consob, Borsa Italiana, AFM);
-  **Direzione Investor Relations**, che presidia i rapporti con la Comunità Finanziaria (Analisti Finanziari,

Investitori Istituzionali, Società di Rating).

MFE RISPETTO AI PRINCIPALI BROADCASTER EUROPEI (2022)



Sul sito Internet della Società è possibile consultare la politica di gestione del dialogo con la generalità degli azionisti - **Engagement Policy** - adottata dalla Società per disciplinare e garantire la trasparenza connessa alle interazioni con il mercato finanziario ed i relativi attori coinvolti.

Entro il mese di gennaio viene diffuso al mercato e pubblicato sul sito internet il **calendario finanziario** con il dettaglio dei principali eventi finanziari⁴.

La Società garantisce che il mercato riceva informazioni adeguate, utili ai fini di una corretta valutazione delle prospettive reddituali e finanziarie del Gruppo, nel rispetto della normativa vigente ed in applicazione dei principi di chiarezza, correttezza e parità di accesso alle informazioni. In particolare, nel corso del 2023, la Società ha partecipato alle principali **Conferenze di Settore**, incontrando numerosi investitori istituzionali. Queste attività hanno integrato il lavoro quotidiano di interazione con i **broker** che coprono il titolo MFE e con i numerosi investitori che tramite il Team di Investor Relations entrano in contatto la Società.

I riferimenti relativi alla Direzione Affari Societari e alla Direzione Investor Relations del Gruppo MFE sono sul sito internet della Società.

⁴ MFE, in proposito, ha diffuso un calendario disponibile sul Sito della società.

WAVE

MEDIAFOREUROPE

**3 - ETICA,
INTEGRITÀ
E TRASPARENZA
NELL'ATTIVITÀ
DI BUSINESS**

3.1 LA CORPORATE GOVERNANCE



MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. ("MFE" o "Società") è una società per azioni di diritto olandese (*Naamloze Vennootschap*) avente una **sede secondaria** in Italia a Cologno Monzese (Milano), Viale Europa 46 e una **sede secondaria** in Spagna, a Madrid, Carretera de Fuencarral a Alcobendas, 4.

La Società ha la **residenza fiscale** in Italia ed è quotata dal 1996 sul Mercato Telematico Azionario (dal 25 ottobre 2021 denominato Euronext Milan) gestito da Borsa Italiana S.p.A. Dal 14 giugno 2023 le azioni ordinarie MFE "A" sono quotate anche sulle Borse Valori spagnole di Barcellona, Bilbao, Madrid e Valencia, organizzate e gestite dalle rispettive società di gestione dei mercati (*Sociedades Receptoras de las Bolsas de Valores*).

In seguito al trasferimento della sede legale ad Amsterdam nei Paesi Bassi (il "Trasferimento"), perfezionatosi il 18 settembre 2021, la Società ha eletto Stato membro di origine, ai fini dell'articolo 2, paragrafo 1 della Direttiva sulla trasparenza (Direttiva 2004/109/CE) i Paesi Bassi, dandone comunicazione al mercato ai sensi del 5:25a, paragrafo 3, del Financial Supervision Act olandese (*Wet op het financieel toezicht*).

In quanto società con sede nei Paesi Bassi, MFE è soggetta al **Codice di Corporate Governance Olandese** ("DCGC"). In data 20 dicembre 2022, il Corporate Governance Code Monitoring Committee ha pubblicato l'aggiornamento della versione dell'8 dicembre 2016 del DCGC in vigore dal 1 gennaio 2017 e disponibile al seguente indirizzo web: <https://www.mccg.nl/publicaties/codes/2016/12/8/corporate-governance-code-2016> nella traduzione inglese non ufficiale. Il nuovo codice (disponibile al seguente indirizzo web: <https://www.mccg.nl/publicaties/codes/2022/12/20/dutch-corporate-governance-code-2022>) è entrato in vigore il 1° gennaio 2023.

MFE ha adottato il **sistema di governance one-tier** che prevede come organo gestorio il solo Consiglio di Amministrazione. Il controllo dell'attività di gestione, svolta dagli amministratori esecutivi, è affidato agli amministratori non esecutivi. In tale sistema non è previsto alcun organo autonomo di controllo.

L'**Assemblea degli azionisti** rappresenta tutti gli azionisti ed è competente a deliberare in sede ordinaria e straordinaria sulle materie alla stessa riservate dalla legge o dallo Statuto. L'assemblea è presieduta dal Presidente del Consiglio di Amministrazione o dal suo sostituto. Tuttavia, il Consiglio può anche nominare un soggetto diverso a presiedere l'Assemblea. Qualora non venga stabilita la presidenza dell'Assemblea, l'Assemblea provvederà ad eleggere un presidente a condizione che, sino al momento in cui tale elezione non avrà avuto luogo, la presidenza sia assunta da un membro del Consiglio designato a tal fine dagli amministratori presenti all'Assemblea. Le deliberazioni dell'Assemblea, prese in conformità alla legge e allo Statuto Sociale, vincolano tutti i soci. Per la composizione dell'azionariato si rinvia alla sezione "Profilo e Attività" del presente Bilancio.

Il **Consiglio di Amministrazione** è l'organo collegiale di MFE preposto all'amministrazione della stessa. Riveste un ruolo centrale nell'ambito dell'organizzazione aziendale e ad esso fanno capo le funzioni e la responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi, nonché la verifica dell'esistenza dei controlli necessari per monitorare l'andamento della Società e del Gruppo. Il sistema delle deleghe di poteri è tale da mantenere, nell'ambito

dell'organizzazione aziendale e societaria, il ruolo centrale del Consiglio. Spettano al Consiglio i poteri previsti dalla legge e dallo Statuto. Il Consiglio, inoltre, svolge le attività allo stesso attribuite dal DCGC. In particolare, gli Amministratori Esecutivi sono incaricati della gestione quotidiana degli affari relativi alla società mentre gli Amministratori Non Esecutivi devono vigilare sull'adempimento da parte degli Amministratori Esecutivi dei loro doveri nonché sull'andamento generale della gestione e del business ad essa connesso.

Nel corso del 2023, il Consiglio si è riunito otto volte. Al 31 dicembre 2023 il consiglio è composto da 15 membri: Fedele Confalonieri, Pier Silvio Berlusconi, Stefania Bariatti, Marina Berlusconi, Marina Brogi, Raffaele Capiello, Costanza Esclapon de Villeneuve, Giulio Gallazzi, Marco Giordani, Gina Nieri, Danilo Pellegrino, Alessandra Piccinino, Niccolò Querci, Stefano Sala, Carlo Secchi.

Si segnala inoltre che il Consiglio di Amministrazione è composto per il 60% da uomini e per il 40% da donne.

Il Consiglio di Amministrazione, in data 28 settembre 2021, ha costituito quattro Comitati endoconsiliari: il Comitato Audit, il Comitato Nomination and Remuneration e, in via volontaria, il Comitato Environmental Social and Governance e il Comitato Related Parties Transactions.

Dal 2017 al Consiglio di Amministrazione compete la responsabilità di garantire che il Bilancio di Sostenibilità sia redatto e pubblicato in conformità a quanto previsto dalla Direttiva 2014/95/EU e dal D.lgs. 254/2016. A seguito del Trasferimento, all'Audit Committee spetta, tra l'altro, la competenza di coadiuvare il Consiglio fornendo consulenza relativamente alla divulgazione di informazioni finanziarie e non finanziarie da parte della Società e il monitoraggio e la valutazione del reporting sugli obiettivi e i programmi ESG.

L'Audit Committee, ai sensi della disposizione 1.5.1 del DCGC, si occupa, altresì, dei lavori preparatori riguardanti la supervisione dell'integrità e della qualità dell'informativa finanziaria della Società e l'efficacia dei sistemi interni di gestione del rischio e di controllo della Società; coadiuva il Consiglio fornendo consulenza sul rispetto, da parte della Società, delle leggi e dei regolamenti applicabili, in merito alla revisione dei sistemi interni di gestione del rischio e di controllo della Società, alla raccomandazione per la nomina del revisore esterno, alle relazioni con i revisori interni ed esterni, nonché al rispetto delle loro raccomandazioni e successive osservazioni, al finanziamento della Società, all'applicazione della tecnologia dell'informazione e della comunicazione da parte della Società, ivi inclusi i rischi relativi alla sicurezza informatica e alla politica fiscale della Società.

Il **Comitato Environmental Social and Governance** fornisce al Consiglio una consulenza iniziale volta a sostenere il Consiglio stesso nella elaborazione delle politiche ambientali, sociali e di *governance* della Società in conformità con la strategia della medesima. A tal fine, il Comitato *Environmental Social and Governance* può portare all'attenzione del Consiglio di Amministrazione specifici obiettivi ambientali, sociali e di *governance*.

La decisione di perseguire o meno tali obiettivi e i relativi programmi di attuazione sono rimessi, rispettivamente, al Consiglio ed al *management* della Società.

Il monitoraggio e la valutazione del raggiungimento degli obiettivi ambientali, sociali e di *governance* della Società e l'implementazione dei relativi programmi sono valutati periodicamente dal Comitato *Audit* e i relativi risultati sono inclusi nella sua relazione al Consiglio di Amministrazione.

Nel corso dell'esercizio, in linea con una consolidata prassi in ambito aziendale, al fine di favorire la conoscenza da parte degli Amministratori Non-Esecutivi delle strategie di internazionalizzazione e di specifiche tematiche di

business e di corporate governance, la Società ha organizzato diversi incontri di *Induction* con il coinvolgimento del management della Società e di consulenti esterni.

Il Comitato Environmental Social and Governance, nel corso del 2023, si è riunito una volta ed ha svolto le seguenti attività:

- preso atto e condiviso lo stato di avanzamento dei progetti e le proposte di iniziative per il 2023, condividendo gli obiettivi contenuti nel Progetto Sostenibilità, che illustra le iniziative negli ambiti:
 - **Environmental:** riorganizzazione degli spazi di lavoro, flotta auto green, mobilità sostenibile, fotovoltaico, certificazione "Green Audiovisual" per le produzioni Le Iene, Striscia la Notizia e Dritto e Rovescio;
 - **Social:** formazione, welfare, comunicazione, content monitoring – in particolare il progetto con il Politecnico di Milano, attualmente in corso, per lo sviluppo di un modello di Artificial Intelligence per calcolare l'impatto ESG delle produzioni;
 - **Governance:** misurazione delle performance, green procurement;
- approvato la Relazione sull'attività del Comitato, comprensiva dell'Evaluation del Comitato stesso;

puntualmente relazionato il Consiglio di Amministrazione sulle attività svolte.

Per un approfondimento circa la struttura societaria, tra cui la composizione degli organi societari delle società del Gruppo, la diversity negli organi di controllo e le politiche di remunerazione dei membri di tali organi, oltre alle informazioni riportate nel presente documento si rimanda a quanto riportato all'interno della Relazione sulla Gestione, del Corporate Governance Report e della Relazione sulla Remunerazione, disponibili sul sito internet <https://www.mfemediaforeurope.com/en/>

3.2 L'ETICA E L'INTEGRITÀ DI BUSINESS

CODICE ETICO

Il Codice Etico, come indicato precedentemente nel paragrafo 1.3 definisce l'insieme dei valori che il Gruppo MFE riconosce, accetta e condivide, a tutti i livelli, nello svolgimento dell'attività d'impresa.

Con riferimento alla società Mediaset S.p.A. e alle sue controllate di diritto italiano, l'attuale versione del **Codice Etico** è stata approvata nel corso del 2019. Successivamente, nel settembre 2021 anche la *holding* di diritto olandese MFE-Mediaforeurope N.V, si è dotata di un **Code of Ethics**. Anche le società di diritto spagnolo appartenenti al Gruppo MFE si sono dotate di un proprio **Código Etico**, ispirato a quello della Capogruppo, la cui ultima versione è stata approvata il 24 luglio 2019.

I principi e le disposizioni del Codice Etico sono vincolanti per gli amministratori, per i sindaci, per i dipendenti e per tutti coloro che operano a qualunque titolo per/con le società del Gruppo, indipendentemente dal tipo di rapporto – anche temporaneo – che li lega alle stesse (ad es. collaboratori, fornitori, clienti ecc.).

L'osservanza dei principi e dei valori contenuti nel Codice Etico risultano essere di fondamentale importanza per il regolare funzionamento, l'affidabilità della gestione e l'immagine del Gruppo MFE⁵.

Tutte le attività del Gruppo sono, quindi, svolte in un quadro di concorrenza leale, nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti negli ordinamenti giuridici di tutti i paesi in cui le singole società operano, nonché dei principi etici comunemente riconosciuti nella conduzione degli affari, quali onestà, lealtà, correttezza, trasparenza e buona fede.

Il Gruppo MFE provvede alla diffusione dei principi e valori espressi nel Codice Etico mediante adeguate **attività di informazione**, in particolare verso i propri organi sociali e verso i dipendenti e collaboratori, affinché ne promuovano l'applicazione e la stretta osservanza.

Il Codice Etico è diffuso a tutti i lavoratori dipendenti delle società del Gruppo mediante apposita comunicazione pubblicata nella **intranet aziendale** e unitamente al cedolino paga, e ai nuovi assunti all'atto dell'assunzione.

Il Codice Etico è inoltre pubblicato, sia in lingua italiana sia in lingua inglese, con adeguato rilievo nella **sezione "Compliance" del sito internet** del Gruppo MFE (www.mfemediaforeurope.com/it/governance/compliance/)⁶.

Il Gruppo MFE prevede anche **attività formative** sul Codice Etico, e, con particolare riferimento alle società di diritto italiano, anche nell'ambito di quelle previste in materia di responsabilità amministrativa degli enti (D. Lgs. 231/01) relative ai Modelli di Organizzazione e Controllo ex D. Lgs. 231/01 adottati dalle società italiane del Gruppo⁷. I piani formativi si concretizzano, a seconda dei casi e delle esigenze, in corsi da tenersi in aula ovvero nella distribuzione di appositi corsi in modalità *e-learning*.

A seguito della sua adozione e delle successive modifiche⁸, il Codice Etico è stato adeguatamente diffuso ai differenti destinatari tra i quali, oltre ai dipendenti, sono compresi anche i titolari di contratti di collaborazione, di fornitura e, più in generale, tutti coloro che hanno relazioni d'affari con le società del Gruppo. I contratti con i terzi contengono, infatti, apposite clausole con un esplicito riferimento formale al Codice Etico (nonché, nel caso delle società italiane, ai Modelli di Organizzazione e Controllo ex D. Lgs. 231/01), secondo cui l'inosservanza delle disposizioni contenute in tali documenti costituisce inadempimento delle obbligazioni contrattuali assunte, con conseguente facoltà di risoluzione dei rapporti giuridici in essere e fatto salvo l'eventuale risarcimento del danni subiti.

⁵ Ivi comprese le Società estere partecipate

⁶ Con riferimento alle società di diritto italiano, il Codice Etico è pubblicato anche nella intranet aziendale, alla sezione "Compliance 231".

⁷ Le società di diritto italiano che sono attualmente dotate di un proprio Modello Organizzativo ex D. Lgs. 231/01 sono: Mediaset S.p.A., -R.T.I. S.p.A., Publitalia '80 S.p.A., Digitalia '08 S.r.l., Mediamond SpA, Medusa Film S.p.A., Taodue S.r.l., Elettronica Industriale S.p.A., Radio Mediaset S.p.A., Radio Studio 105 S.p.A., Virgin Radio Italy S.p.A., Monradio S.r.l., RMC Italia S.p.A., Radio Subasio S.r.l., Beintoo S.p.A.

SISTEMA DI GESTIONE DELLE SEGNALAZIONI WHISTLEBLOWING

Il Gruppo MFE si impegna a promuovere una cultura aziendale basata su comportamenti etici, rispettosa dei principi di lealtà, correttezza, responsabilità e legalità e, pertanto, rifiuta e deplora il ricorso a comportamenti illegittimi o scorretti per il raggiungimento dei propri obiettivi economici.

Per garantire il mantenimento, l'osservanza e il rispetto di tali principi e valori nonché per incentivare sempre di più la diffusione di una cultura della legalità all'interno dell'organizzazione, sono adottati strumenti organizzativi e di controllo atti a prevenire la violazione delle disposizioni di legge, dei principi e dei valori espressi nel Codice Etico, nei programmi di compliance e nelle procedure aziendali di tempo in tempo vigenti, attraverso una costante vigilanza sulla loro osservanza ed implementazione.

In tale ottica, il Gruppo MFE - anche nella convinzione la promozione di tale cultura e il mantenimento di tali valori non può prescindere da una partecipazione attiva e responsabile di tutti gli *stakeholders* che, con il loro contributo, possono aiutare a prevenire la commissione di illeciti e irregolarità all'interno dell'organizzazione - ha adeguato, in attuazione alle disposizioni normative vigenti nei paesi in cui opera, sia a livello comunitario (Direttiva UE 2019/1937) sia a livello nazionale (D. Lgs. 10 marzo 2023, n. 24, *Dutch Whistleblower Protection Act, Ley 20 febrero 2023*, n. 2), il proprio **sistema di gestione delle segnalazioni (whistleblowing)** che consente a chiunque ne abbia interesse di segnalare - attraverso appositi canali interni - illeciti e/o irregolarità, anche sospetti, assicurando l'assoluta riservatezza sull'identità dei segnalanti e garantendo agli stessi la massima tutela rispetto ad atteggiamenti ritorsivi o a qualsiasi forma di discriminazione o penalizzazione ("**Sistema Whistleblowing**").

A tale scopo sono state adottate, oltre a dei "*MFE Group Whistleblowing General Principles*", specifiche procedure aziendali e precisamente:

- la **MFE_PO-02** del 26 settembre 2023 ("*Policy Whistleblowing*") per la *holding* di diritto olandese del Gruppo, MFE-MEDIAFOREUROPE N.V.;
- la **LGO MD-HO 125** del 15 novembre 2023 ("*Gestione delle Segnalazioni Whistleblowing*") per Mediaset SpA e le società diritto italiano;
- il "*Procedimiento de Utilización Y Gestión Del Buzón Ético Corporativo*" applicabile al *Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación* e alle sue controllate spagnole.

La gestione del Sistema Whistleblowing ovvero delle attività relative al processo di ricezione, analisi, gestione e trattamento delle segnalazioni sono state affidate dai Consigli di Amministrazione a specifici organismi, così come di seguito indicato

- per MFE-Mediaforeurope N.V., per Mediaset e le sue società controllate di diritto italiano è stato individuato il **Comitato Whistleblowing**, composto da 3 (tre) componenti, di cui due interni (Direttore Internal Auditing e il Direttore Compliance, Diritto del Lavoro e Operazioni Straordinarie) e uno esterno⁹;
- per *Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación* e le sue controllate spagnole è stata individuata la **Unidad de Cumplimiento y Prevención de Delitos**, che ha affidato la gestione del sistema al Director General Corporativo.

I **canali interni** appositamente implementati per la ricezione delle segnalazioni sono:

⁹ Attualmente identificato nel Presidente degli Organismi di Vigilanza e Controllo di Mediaset SpA e di RTI SpA

- piattaforma informatica (anche attraverso messaggistica vocale);
- indirizzi e-mail;
- indirizzi PEC;
- incontro personale diretto con gli organismi individuati dalle diverse società, su specifica richiesta del soggetto segnalante, formulata utilizzando i canali di cui sopra.

I dettagli e le informazioni relative all'utilizzo dei canali interni e, in generale, alle procedure aziendali per effettuare segnalazioni sono rinvenibili nell'apposita sezione del sito corporate del Gruppo MFE, disponibile alla pagina www.mfemediaforeurope.com/it/governance/compliance/

In linea con l'Italia, il **Gruppo MFE in Spagna** ha adottato un proprio Codice Etico, sia per la Controllante che per le Società controllate.

Nel 2023 il Codice Etico è stato aggiornato, incorporando i principi guida riguardanti la produzione de contenuti di intrattenimento e dei programmi "reality show". Allo stesso modo, durante il 2023, tutte le policy sono state aggiornate al fine del riallineamento alla nuova situazione aziendale del Gruppo, derivante dalla fusione e creazione di MFE-Mediaforeurope.

Inoltre, il Codice Etico stabilisce i criteri e le regole di azione per evitare situazioni che possano generare conflitti di interessi. In questo senso, per evitare potenziali conflitti di interessi nella creazione di contenuti e/o nella loro divulgazione, tutti gli incarichi di creazione di contenuti vengono revisionati, analizzati e infine approvati dal Comitato Acquisti del Gruppo.

Il Codice Etico ed il Modello Organizzativo stabiliscono i principi e i valori fondamentali che governano la Società e ad esso sono soggetti tutti i dipendenti, i dirigenti ed i membri del Consiglio di Amministrazione, nonché tutte le persone, fisiche o giuridiche, che mantengono qualsiasi tipo di rapporto con MFE Spagna nello svolgimento delle proprie attività professionali o commerciali.

Nel 2023, in ossequio alla Legge 2/2023, che regola il "whistleblowing" è stata aggiornata la policy per l'uso e la gestione della casella di posta etica aziendale ed è stata redatta una procedura per la gestione del rischio psicologico e del mobbing nell'ambiente lavorativo.

COMPLIANCE NORMATIVA

Il Gruppo MFE, in qualità di fornitore di servizi di media audiovisivi nonché in qualità di editore di programmi radiofonici, si attiene scrupolosamente, nello svolgimento della propria attività, al rispetto della normativa nazionale anche con riferimento alle norme di natura regolamentare e autodisciplinare.

Il Gruppo, al fine di rispettare ed evitare ogni caso di non conformità alla normativa vigente, è attento e scrupoloso nello svolgimento dell'attività di programmazione radiotelevisiva in materia di **pubblicità, par condicio e tutela dei minori**. Su tali temi è previsto quanto segue:

- la **formazione del personale** addetto alla composizione del palinsesto, alle produzioni ed all'emissione;
- il **controllo generale sull'attività di programmazione**, svolto attraverso un sistema di deleghe al fine di conferire i necessari poteri ai soggetti responsabili dei contenuti editoriali;

□ la **consulenza** ed il **controllo** svolti dalla **Direzione Affari Legali**, dalla **Regolamentazione e Adempimenti Istituzionali** e dalla **Direzione Documentazione e Analisi istituzionale**, in via generale e su specifici programmi o singole questioni, allo scopo di individuare in via preventiva, ogni qual volta ciò sia possibile, eventuali criticità, ed effettuare i necessari interventi.

Inoltre, periodicamente viene redatto, a cura della Direzione Regolamentazione e Adempimenti Istituzionali, un "manuale" operativo ("**manuale dei servizi di media audiovisivi lineari e non lineari**"), che sintetizza e interpreta il complesso quadro legislativo e regolamentare disciplinante l'attività di programmazione e di diffusione dei contenuti sulle diverse piattaforme (tv, radio, OTT, internet, ecc.). Il "manuale" costituisce un supporto di uso quotidiano, utile anche allo scopo di consentire agli interessati di individuare in via preventiva eventuali criticità.

Ciclicamente vengono organizzati incontri di formazione sulle novità normative e sulle corrette modalità di realizzazione dei programmi, coinvolgendo tutte le funzioni aziendali coinvolte, appunto, nella realizzazione e diffusione dei programmi.

Il Gruppo MFE opera, inoltre, in un settore fortemente regolamentato nel quale i rapporti con gli Enti regolatori e le associazioni di categoria ricoprono un ruolo di primaria importanza. Il Gruppo garantisce la rappresentanza dei propri interessi legittimi dinanzi alle pubbliche amministrazioni locali ed internazionali.

In tale contesto il Gruppo è presente in diverse **associazioni di settore** per promuovere gli interessi comuni delle televisioni commerciali in campo nazionale, comunitario ed internazionale:

- | | |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| □ Association of Commercial Television in Europe (ACT) | □ Fedoweb |
| □ Associazioni Produttori Audiovisivi (APA) | □ CMBA – Creative Media Business Alliance |
| □ Columbia Institute for Tele Information (CITI) | □ EGTA – Associazione delle concessionarie di pubblicità |
| □ Centre on Regulation in Europe (CERRE) | □ IAB Italia Interactive Advertising Bureau |
| □ Confindustria Radio Televisioni | □ Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP) |
| □ Assolombarda | □ Pubblicità progresso |
| □ Unindustria Lazio | □ Asociación para la autorregulación de la comunicación comercial (AUTOCONTROL) |
| □ European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA) | □ Comité de Autorregulación y Comisión Mixta de Seguimiento sobre contenidos televisivos e infancia |
| □ Federazione Concessionarie di Pubblicità (FCP) | □ Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) |
| □ ICMEDIA | |

IL CONFLITTO DI INTERESSI

All'interno del Codice Etico è presente una specifica disposizione che si occupa del conflitto di interessi¹⁰. Tutti i destinatari del Codice Etico devono osservare in maniera rigorosa le leggi e i regolamenti in materia, in particolar

10 Sia nel Codice Etico adottato da Mediaset S.p.A. e dalle sue controllate italiane nel corso del 2019 sia nel "Code of Ethics" adottato da MFE nel 2021 è presente una specifica disposizione in materia di conflitto di interessi, secondo cui ai è richiesto "ai Destinatari, nell'ambito dei rapporti con lo stesso (i.e. Gruppo), la più rigorosa osservanza delle leggi e dei regolamenti che disciplinano il conflitto di interessi." Inoltre, essi "devono perseguire, nello svolgimento della propria attività lavorativa e/o del proprio incarico o funzione, gli obiettivi e gli interessi generali del Gruppo" e "astenersi, pertanto, da attività, comportamenti e atti comunque incompatibili con gli obblighi connessi al rapporto intrattenuto lo stesso".

Secondo il Codice Etico, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, possono costituire fattispecie di conflitto di interesse le seguenti situazioni: (i) avere interessi economici o finanziari, anche attraverso familiari, con Fornitori, Clienti o concorrenti; (ii) utilizzare il proprio ruolo all'interno del Gruppo o le informazioni e i dati acquisiti nell'ambito dello svolgimento della propria attività lavorativa e/o del proprio incarico o funzione a vantaggio proprio o di terzi in contrasto con gli interessi del Gruppo; (iii) eseguire attività lavorative di qualunque genere (anche prestazioni d'opera o intellettuali) presso Fornitori, Clienti, concorrenti e/o presso terzi in contrasto con gli interessi del Gruppo; (iv) avviare trattative e/o concludere accordi – in nome e/o per conto del Gruppo – che abbiano come controparti familiari o soci ovvero controparti di cui il Destinatario sia, a qualunque titolo, titolare o in cui sia comunque parte interessata. 3. I Destinatari devono informare senza ritardo, tenuto conto delle circostanze, il proprio superiore gerarchico o, eventualmente, il soggetto cui - a seconda dei casi - siano tenuti a riferire delle situazioni o attività nelle quali potrebbero avere – direttamente o per conto di terzi – interessi (anche solo potenzialmente) in conflitto con quelli del Gruppo.

modo nello svolgimento della propria attività lavorativa e del proprio incarico o funzione. Infatti, nel perseguire gli obiettivi e gli interessi generali del Gruppo, questi si devono astenere da comportamenti e atti incompatibili con gli obblighi connessi al rapporto intrattenuto con le società del Gruppo MFE.

Conseguentemente, laddove vi siano situazioni o attività nelle quali i destinatari del Codice Etico potrebbero avere, direttamente o per conto terzi, interessi (anche solo potenzialmente) in conflitto con quelli del Gruppo MFE, essi devono informare senza alcun ritardo, tenuto conto delle circostanze, il superiore gerarchico o il soggetto cui siano tenuti a riferire, ovvero, con riferimento alle società di diritto italiano, gli **Organismi di Vigilanza e Controllo**, laddove istituiti, e rispettare le decisioni assunte in proposito dal Gruppo.

In materia di gestione delle operazioni concluse fra parti correlate, si evidenzia da parte del Consiglio di Amministrazione l'istituzione, a titolo volontario in quanto non richiesto dalle disposizioni normative e regolamentari vigenti nei Paesi Bassi, del Comitato Related Parties Transactions e l'adozione in data 28 settembre 2021 della Politica in materia di operazioni con parti correlate (successivamente modificata in data 21 dicembre 2021) nel rispetto delle legge e dei regolamenti applicabili.

Il Gruppo MFE, pertanto, si impegna a porre in essere tutte le misure necessarie per scongiurare episodi in cui possano presentarsi situazioni di conflitto di interessi.¹¹

Inoltre il Gruppo MFE pone in essere le necessarie misure per assicurare l'osservanza delle norme in materia di parità di accesso dei soggetti politici al mezzo televisivo e radiofonico in applicazione dei principi sul pluralismo dell'informazione. Tale attività si sostanzia, in estrema sintesi, nell'invio di circolari aziendali interne alle strutture editoriali della società, tra cui i direttori dei TG, che puntualmente richiamano la necessità dell'osservanza delle norme in tema di parità di accesso dei soggetti politici al mezzo televisivo e dell'ottemperanza ai provvedimenti emessi dall'Autorità.

La legge 20 luglio 2004, n. 215 "Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi" prevede che i titolari di cariche di governo (Presidente del Consiglio dei Ministri, Ministri, Vice Ministri, sottosegretari di Stato e commissari straordinari del Governo) nell'esercizio delle loro funzioni, si dedichino alla cura degli interessi pubblici e si astengano dal porre in essere atti e partecipare a deliberazioni collegiali in situazione di conflitto di interessi.

Secondo la legge sussiste conflitto di interessi quando il titolare di cariche di governo partecipa all'adozione di un atto o omette un atto dovuto, trovandosi in situazioni di incompatibilità con la sua funzione pubblica, a causa di interessi personali o professionali in contrasto con l'imparzialità richiesta nella gestione degli interessi in causa.

La stessa legge prevede che sia l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato, sia l'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni, abbiano competenza per la risoluzione dei conflitti di interessi, con funzioni di vigilanza, di accertamento e sanzionatorie.

In particolare l'Agcom con la Delibera n. 417/04/CONS "Regolamento per la risoluzione dei conflitti di interesse" (modificato dalle Delibere n. 392/05/CONS 682/11/CONS) accerta che le imprese che agiscono nel sistema integrato delle comunicazioni (SIC) e che fanno capo al titolare di cariche di governo, al coniuge e ai parenti entro

¹¹ A tal fine il Gruppo si impegna a garantire in tutte le circostanze possibili l'osservanza della Legge del 20 luglio 2004 n. 215 "Norme in materia di risoluzione dei conflitti di interessi", così come della Delibera Agcom n. 417/04/CONS "Regolamento per la risoluzione dei conflitti di interesse" (modificato dalle Delibere n. 392/05/CONS 682/11/CONS).

il secondo grado, ovvero sono sottoposte al controllo dei medesimi soggetti, non pongano in essere comportamenti che, forniscano un sostegno privilegiato al titolare di cariche di governo.

Per "sostegno privilegiato" si intende quindi qualsiasi forma di vantaggio, diretto o indiretto, politico, economico, di immagine fornito al titolare di cariche di governo dalle imprese di cui sopra, sia durante le campagne elettorali sia al di fuori di tali periodi.

L'**AGCM** svolge la sua vigilanza sui conflitti di interessi attraverso la Delibera n. 13779 del 16 novembre 2004 – "*Regolamento sul conflitto di interessi*" (modificata dalla Delibera n. 26042 del 18 maggio 2016).

Il conflitto di interessi può sussistere in due distinte ipotesi.

La prima (conflitto per incompatibilità) ricorre ogni qualvolta il titolare di una carica di governo, che si trova già in una situazione di incompatibilità, adotta o partecipa all'adozione di un atto ovvero omette un atto dovuto, nell'esercizio della funzione di governo.

La seconda ipotesi (conflitto per incidenza sul patrimonio) riguarda l'adozione o la partecipazione all'adozione di atti collegiali, attraverso i quali il titolare di una carica di governo favorisca sé stesso, il coniuge o i suoi parenti entro il secondo grado, arrecando al contempo un danno all'interesse pubblico.

In materia di **Informazioni Privilegiate** si segnala infine che, in data 18 settembre 2021, a seguito del completato trasferimento della Società ad Amsterdam (Paesi Bassi), è stato approvato l'aggiornamento della relativa Procedura¹², che recepisce, tra l'altro, che l'autorità competente ai fini dell'insider trading e del ritardo nella disclosure di informazioni privilegiate resta l'Autorità di Vigilanza del Mercato italiana (CONSOB). La Procedura Informazioni Privilegiate disciplina la gestione interna e la comunicazione al pubblico delle informazioni privilegiate, riguardanti la capogruppo e le società da essa controllate, nonché il funzionamento del "Registro delle persone che hanno accesso alle informazioni privilegiate". La Procedura Gestione e Comunicazione delle Informazioni Privilegiate è una componente essenziale del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi di MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. e costituisce parte delle regole e delle prescrizioni adottate da MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. con la finalità di prevenire la commissione di illeciti.

La sopra citata Procedura si applica, con efficacia cogente, agli amministratori, ai sindaci, ai dipendenti della Capogruppo e delle Società controllate nonché ai soggetti esterni che agiscono in nome e per conto delle stesse – con l'esclusione della controllata quotata **Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación**, obbligata alla tenuta del proprio Registro Insider, ai connessi adempimenti ed alle comunicazioni al mercato di riferimento – e che, a qualsiasi titolo, abbiano accesso ad informazioni riguardanti MFE e le sue società controllate.

La Società ha provveduto alla divulgazione della Procedura Gestione e Comunicazione delle Informazioni Privilegiate al proprio personale ed a quello delle Sue controllate, anche tramite pubblicazione sulla intranet aziendale e sul proprio sito web ed ha, altresì, proseguito un'attività di formazione alle strutture competenti sul processo di gestione delle informazioni rilevanti e privilegiate.

¹² Adottata ai sensi del Regolamento sugli Abusi di Mercato (UE n.596/2014), al fine di ottemperare alle disposizioni di legge e regolamentari, anche di rango europeo, vigenti in materia di abuso di informazioni privilegiate.

All'interno del Codice Etico è presente una specifica disposizione che si occupa del conflitto di interessi¹³. Tutti i destinatari del Codice Etico devono osservare in maniera rigorosa le leggi e i regolamenti in materia, in particolar modo nello svolgimento della propria attività lavorativa e del proprio incarico o funzione. Infatti, nel perseguire gli obiettivi e gli interessi generali del Gruppo, questi si devono astenere da comportamenti e atti incompatibili con gli obblighi connessi al rapporto intrattenuto con le società del Gruppo MFE.

Conseguentemente, laddove vi siano situazioni o attività nelle quali i destinatari del Codice Etico potrebbero avere, direttamente o per conto terzi, interessi (anche solo potenzialmente) in conflitto con quelli del Gruppo MFE, essi devono informare senza alcun ritardo, tenuto conto delle circostanze, il superiore gerarchico o il soggetto cui siano tenuti a riferire, ovvero, con riferimento esclusivo alle società di diritto italiano, gli Organismi di Vigilanza e Controllo, laddove istituiti, e rispettare le decisioni assunte in proposito dal Gruppo.

Il Gruppo MFE, pertanto, si impegna a porre in essere tutte le misure necessarie per scongiurare episodi in cui possano presentarsi situazioni di conflitto di interessi.

Inoltre, si segnala che in data 22 novembre 2023 la **"Procedura parti correlate"**, adottata il 21 dicembre 2021 è stata aggiornata; il relativo testo è rinvenibile sul sito corporate del Gruppo MFE, nella sezione "Governance/Corporate regulations".

Inoltre il Gruppo MFE pone in essere le necessarie misure per assicurare l'osservanza delle norme in materia di parità di accesso dei soggetti politici al mezzo televisivo e radiofonico in applicazione dei principi sul pluralismo dell'informazione. Tale attività si sostanzia, in estrema sintesi, nell'invio di circolari aziendali interne alle strutture editoriali della società, tra cui i direttori dei TG, che puntualmente richiamano la necessità dell'osservanza delle norme in tema di parità di accesso dei soggetti politici al mezzo televisivo e dell'ottemperanza ai provvedimenti emessi dalle Autorità competenti.

Il **Gruppo MFE in Spagna**, attraverso il Dipartimento di Conformità alle normative, vigila per rilevare e controllare potenziali conflitti di interesse tra la società ed i suoi amministratori. Tale fattispecie è regolamentata sia dal Codice Etico che dal Codice di condotta interno del Gruppo, i quali stabiliscono entrambi diversi meccanismi di gestione per individuare e risolvere potenziali conflitti di interesse, al fine di evitare comportamenti che potrebbero causare danni alla Società od ai suoi azionisti

Nel 2021, la procedura "Parti correlate" è stata aggiornata per adeguarla alle modifiche introdotte dalla nuova Legge sulle società (5/2021, del 12 aprile-"LSC") con particolare riferimento all'approvazione e comunicazione delle operazioni effettuate con parti correlate; per talune fattispecie di operazioni rilevanti viene richiesta infatti l'autorizzazione dell'Assemblea degli azionisti nonché la pubblicazione sul Corporate website.

In generale tutte le transazioni con "Parti correlate" avvengono sempre nell'interesse principale del Gruppo, alle

¹³ Nello specifico è presente una disposizione in materia di conflitto di interessi, secondo cui ai è richiesto "ai Destinatari, nell'ambito dei rapporti con lo stesso (i.e. Gruppo), la più rigorosa osservanza delle leggi e dei regolamenti che disciplinano il conflitto di interessi." Inoltre, essi "devono perseguire, nello svolgimento della propria attività lavorativa e/o del proprio incarico o funzione, gli obiettivi e gli interessi generali del Gruppo" e "astenersi, pertanto, da attività, comportamenti e atti comunque incompatibili con gli obblighi connessi al rapporto intrattenuto lo stesso".

Secondo il Codice Etico, a titolo meramente esemplificativo e non esaustivo, possono costituire fattispecie di conflitto di interesse le seguenti situazioni: (i) avere interessi economici o finanziari, anche attraverso familiari, con Fornitori, Clienti o concorrenti; (ii) utilizzare il proprio ruolo all'interno del Gruppo o le informazioni e i dati acquisiti nell'ambito dello svolgimento della propria attività lavorativa e/o del proprio incarico o funzione a vantaggio proprio o di terzi in contrasto con gli interessi del Gruppo; (iii) eseguire attività lavorative di qualunque genere (anche prestazioni d'opera o intellettuali) presso Fornitori, Clienti, concorrenti e/o presso terzi in contrasto con gli interessi del Gruppo; (iv) avviare trattative e/o concludere accordi – in nome e/o per conto del Gruppo – che abbiano come controparti familiari o soci ovvero controparti di cui il Destinatario sia, a qualunque titolo, titolare o in cui sia comunque parte interessata. 3. I Destinatari devono informare senza ritardo, tenuto conto delle circostanze, il proprio superiore gerarchico o, eventualmente, il soggetto cui - a seconda dei casi - siano tenuti a riferire delle situazioni o attività nelle quali potrebbero avere – direttamente o per conto di terzi – interessi (anche solo potenzialmente) in conflitto con quelli del Gruppo.

condizioni di mercato e secondo il principio della trasparenza e della non discriminazione verso i terzi.

Tutte le altre fattispecie devono comunque essere autorizzate dal Consiglio di Amministrazione stesso.

Infine, per evitare potenziali conflitti di interesse nella creazione e divulgazione di contenuti, tutti gli incarichi inerenti tali fattispecie sono rivisti, analizzati ed infine approvati dal Comitato Acquisti del Gruppo o, se necessario, dal Consiglio di Amministrazione.

Nel corso del 2022 è stato aggiornato il protocollo "Compliance" includendo fattispecie di reato nei confronti di pubblici ufficiali. È stata inoltre inserita una nuova sezione riguardante le responsabilità del Senior Management su queste fattispecie. Tale protocollo è stato approvato dal Dipartimento Compliance.

Come indicato precedentemente, nel corso del 2023 il Codice etico di MFE in Spagna è stato aggiornato ai fini della gestione delle differenti fattispecie di conflitto d'interesse che si possono presentare nell'ambito delle attività operative aziendali.

3.3 IL SISTEMA DI CONTROLLO INTERNO E GESTIONE DEI RISCHI

Quale parte integrante del proprio Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi, Il Gruppo MFE ha implementato, sia in Italia che in Spagna, un modello di Risk Management per meglio rispondere ai rischi ai quali è strutturalmente esposto e adottato a tal fine la **metodologia ERM (Enterprise Risk Management Framework)**, già individuata come metodologia di riferimento dalle Linee di Indirizzo sul Sistema di Controllo Interno e Gestione dei Rischi.

Il modello ERM identifica le seguenti tipologie di fattori di rischio che possono assumere rilievo nell'ottica di sostenibilità del medio-lungo periodo:

Rischi strategici, legati a fattori sia esterni che interni in grado di minacciare strutturalmente il modello di business e la sostenibilità dei vantaggi competitivi acquisiti, compromettendo in maniera significativa il raggiungimento degli obiettivi a medio-lungo termine, la solidità finanziaria e la creazione di valore economico per gli azionisti:

- ▣ **rischi esterni e di settore**, principalmente riconducibili all'evoluzione del ciclo economico, all'evoluzione dei mercati intermedi e finali di riferimento (costituiti dalla domanda di consumo di contenuti audiovisivi e d'intrattenimento e dalla domanda di spazi pubblicitari), all'evoluzione del contesto competitivo ed alle connesse dinamiche di disponibilità e contendibilità dei fattori produttivi chiave costituiti dai contenuti e dalle risorse artistiche strategiche e dall'evoluzione del contesto regolatorio di riferimento su base internazionale e nazionale;
- ▣ **rischi interni** connessi all'implementazione delle linee e degli indirizzi strategici al fine di contrastare la strutturale maturità dei mercati caratteristici di riferimento, facendo leva sulla capacità, attraverso la gestione del modello di offerta editoriale basato sui contenuti autoprodotti originali a forte connotazione locale, di generare stabili ed elevate coperture dei target commercialmente rilevanti e su una costante azione di ottimizzazione e efficienza dei relativi processi in ottica di flessibilità di gestione e controllo dei costi, agendo

inoltre in chiave evolutiva, anche attraverso partnership e alleanze, nello sviluppo di nuovi modelli editoriali e commerciali e di adeguate competenze manageriali, professionali e tecnologiche anche in ottica di sviluppo di un modello societario e organizzativo che consenta il perseguimento di strategie di crescita dimensionale sovranazionale.

Rischi Operativi e di processo principalmente riconducibili a:

- ▣ rischi connessi all'**interruzione del business**, alla **sicurezza informatica** ed alla gestione di **crisi aziendali**;
- ▣ **rischi finanziari** connessi alla gestione dei fabbisogni ed alle oscillazioni di tassi e valute;
- ▣ rischi connessi alla mancata protezione dei **diritti di proprietà intellettuale**;
- ▣ rischi connessi alla gestione di **contenziosi legali**.

Rischi di Governance e Compliance principalmente riconducibili al rispetto di leggi e regolamenti di settore previsti nello svolgimento della propria attività, al reporting finanziario e non finanziario, alla gestione dei fattori ESG connessi alla politiche ambientali (gestione e al controllo dei consumi energetici, di scarichi e rifiuti e delle emissioni, rispetto delle normative connesse all'installazione degli apparati trasmissivi radio-televisivi in relazione al rispetto dei limiti previsti in materia di emissioni elettromagnetiche) ed ai principali profili di responsabilità connessi alle politiche di gestione delle Risorse Umane (salute e sicurezza, non discriminazione e tutela dei diritti umani, diversità e pari opportunità, formazione, relazioni sindacali e industriali)

Con riferimento ai fattori di rischio così identificati, il Gruppo definisce preventivamente la propria propensione al rischio (**Risk Appetite**), ossia il livello di esposizione a fattori di incertezza e variabilità sia interni che esterni che il management è disposto ad assumere e accettare nel proprio processo decisionale e gestionale. Tale propensione, a partire dal sistema di principi e valori, recepiti nei propri codici di condotta e nelle principali linee di indirizzo organizzative e procedure operative, viene definita e modulata diversamente per le diverse categorie di rischio in relazione inversa rispetto alla capacità di controllo e alle leve che il management è in grado di esercitare su tali fattori ed in relazione alla necessità di garantire nel medio periodo la salvaguardia di alcuni parametri che ne definiscono strutturalmente il posizionamento di mercato e la sostenibilità e l'autosufficienza finanziaria.

La valutazione dei profili di rischio ESG viene effettuata tenuto conto del contesto di riferimento generale (anche in ottica di benchmark con primari operatori del settore TMT), del monitoraggio delle principali iniziative e progetti del Gruppo in tali ambiti e delle principali evidenze legate ai feed-back dei principali stakeholder.

Nel contesto della mappa dei rischi oggetto di periodico monitoraggio e valutazione da parte del management i **fattori ESG – Environment, Social and Governance** sono principalmente identificati e inclusi nella categoria dei rischi di Governance e Compliance, rispetto ai quali il Gruppo esprime di fatto una sostanziale e preventiva totale avversione al rischio, dotandosi di opportuni strumenti organizzativi e di adeguate competenze interne ed esterne per la loro gestione e mitigazione. I tipici rischi di Governance, come il rischio di mancata conformità alle leggi ed ai regolamenti, di non adeguato conferimento di poteri e deleghe o di non appropriate politiche di remunerazione, sono mitigati mediante l'implementazione di un consolidato sistema di Corporate Governance, attuando le disposizioni del Codice di Autodisciplina vigenti previsti per le società quotate e le *best practices* nazionali ed internazionali e le disposizioni normative in materia.

I fattori ESG rappresentano inoltre nel contesto dei profili di responsabilità sociale e ambientale alla base della condotta del management criteri di riferimento adottati nella gestione dei principali processi operativi e di funzionamento e in particolare nella valutazione di iniziative e i progetti di investimento e innovazione tecnica, nella definizione e pianificazione della propria offerta editoriale complessiva e delle campagne di comunicazioni sociale, anche in relazione ad una maggiore sensibilità degli utenti finali e investitori pubblicitari alle tematiche ESG e nella gestione e nelle politiche di sviluppo e valorizzazione delle risorse umane, fattore strategico e centrale per il Gruppo.

Di seguito vengono descritte la natura e le principali attività di gestione e mitigazione poste in essere dal management in relazione a tali ambiti di rischio.

Rischi connessi alla reputazione e al rapporto con gli stakeholder. Uno dei principali obiettivi strategici del Gruppo MFE è relativo alla capacità di mantenere ed aumentare nel tempo l'innovazione dei contenuti ed il valore percepito del proprio brand coerentemente con l'evoluzione del modello di business. Rispetto a tale obiettivo esiste il rischio di definire strategie ed iniziative editoriali e di comunicazione verso il mercato finanziario e la pubblica opinione che abbiano un impatto negativo sulla percezione del marchio MFE. Tale rischio è presidiato prioritariamente attraverso la costante attenzione volta a garantire il costante presidio di alcuni processi, in particolare:

- la **programmazione**, presidiata attraverso l'analisi quotidiana dei comportamenti del pubblico televisivo, sia in termini di audience che di gradimento dei programmi proposti, e quindi della percezione che il pubblico ha della linea editoriale delle Reti, nonché attraverso la costante azione volta a garantire la tutela e il rispetto dei minori e l'attenzione a tematiche relative alla responsabilità sociale;
- i processi di comunicazione verso il **mercato finanziario** e la **pubblica opinione**;
- i **processi produttivi** e la relativa capacità di produrre prodotti di qualità e innovativi.

Rischi connessi alla gestione delle risorse umane. Per quanto concerne l'insieme dei rischi connessi alla gestione delle risorse umane, il Gruppo riconosce la centralità delle risorse umane e l'importanza di mantenere chiare relazioni basate sulla reciproca lealtà e sulla fiducia, nonché sull'applicazione dei comportamenti dettati dal Codice Etico.

La gestione e la collaborazione nei rapporti di lavoro si ispira al rispetto dei **diritti dei lavoratori** e alla piena **valorizzazione del loro apporto** nell'ottica di favorirne lo sviluppo e la crescita professionale.

In particolare, nell'attuale scenario competitivo caratterizzato da una profonda trasformazione favorita dai processi di *digital transformation*, innescati dall'evoluzione tecnologica, che impattano significativamente sugli ambiti caratteristici dei settori di riferimento per il business del Gruppo (creazione e distribuzione dei contenuti video, commercializzazione degli spazi pubblicitari), sempre maggiore è la focalizzazione del Gruppo sugli aspetti di **recruiting, formazione e valorizzazione delle risorse umane**. Inoltre viene dato particolare riguardo all'individuazione dei talenti, nonché alla necessità di creare percorsi di sviluppo che rafforzino le competenze chiave per il Gruppo, in particolare quelle tecnologiche e di ideazione e realizzazione del prodotto editoriale, all'erogazione di formazione specifica, alla definizione e sviluppo di percorsi di carriera ed alla definizione dei piani di incentivazione. A tal proposito, il Gruppo applica **sistemi di valutazione delle prestazioni** annuali basati su una chiara definizione di obiettivi condivisi, misurabili in termini numerici, economici e finanziari oltretutto individuali e qualitativi. Inoltre, al fine di favorire il clima e la cultura aziendale il Gruppo si impegna

costantemente nel miglioramento dei flussi di comunicazione interna anche attraverso l'attivazione di **strumenti di collaborazione** più evoluti ed in linea con il mercato (progetto nuova intranet aziendale, Office 365 e strumenti di messaggistica istantanea per tutti i dipendenti dell'azienda), nonché ad introdurre **forme di lavoro innovative e flessibili** (*Smart Working*).

Rischi connessi alla politica ambientale

Allo stato attuale l'impatto generato e subito dal Gruppo in ambito Climate Change non rappresenta per il Gruppo né direttamente né indirettamente sia in termini relativi che in termini assoluti un aspetto materialmente critico. Il Gruppo è comunque impegnato in un costante e attento rispetto e monitoraggio dell'**evoluzione della normativa** in materia ed ha avviato un percorso finalizzato ad individuare e implementare nei propri processi di investimento tecnico e di sostituzione **soluzioni a basso impatto ambientale** finalizzate al risparmio energetico ed al contenimento e all'ottimizzazione delle emissioni dirette. In particolare a tal fine nel corso del 2022 sono state avviate iniziative in tema di mobilità sostenibile, ambito nel quale il Gruppo dopo aver introdotto negli anni precedenti diverse misure per migliorare il trasferimento dei dipendenti verso le principali sedi aziendali ha focalizzato il suo impegno al rinnovamento del parco auto aziendale completando nel 2022 la costruzione di un'importante infrastruttura di stazioni di ricarica dei parcheggi presso la propria sede di Cologno Monzese per favorire la conversione della flotta aziendale verso modelli ibridi o Full Electric in grado quindi di generare impatti positivi in termini di riduzione delle emissioni di CO2 delle auto aziendali.

Nell'ambito dell'analisi dei criteri tecnici di contributo sostanziale all'adattamento ai cambiamenti climatici, sono stati inoltre analizzati per la prima volta i rischi fisici del clima allineati con le specifiche descritte nell'Appendice A della Tassonomia. Tali analisi sono state condotte con l'obiettivo di verificare il grado di resilienza in ottica di continuità di funzionamento delle strutture operative delle attività eleggibili del Gruppo sia in Italia che in Spagna in relazione ad alcune categorie di rischi rilevanti identificati tra quelli previsti dall'appendice del Regolamento che possono nei prossimi anni compromettere significativamente l'agibilità di strutture fisiche e tecnologiche e compromettere la business continuity delle attività del Gruppo. Tali analisi sono state condotte attraverso uno specifico risk assessment, considerando scenari climatici previsionali al 2030 che identificano, nei casi più pessimistici in presenza di ulteriori rialzi delle temperature medie, un elevato rischio di fenomeni idrogeologici in prossimità delle aree dove sono ubicati i siti operativi del Gruppo, analizzando le soluzioni fisiche di adattamento di cui il Gruppo già dispone per farvi fronte.

Il Gruppo in Italia, è inoltre esposto data la natura della propria attività trasmissiva al rischio di generare **campi elettromagnetici**. L'esposizione a campi elettrici, magnetici ed elettromagnetici è regolata dalla Legge Quadro n.36 del 2001 e dal Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri dell'8/7/2003 che fissa i **limiti di esposizione** della popolazione ai campi elettrici, magnetici ed elettromagnetici con frequenza compresa tra 100 kHz e 300 GHz. Il limite di esposizione è il valore di campo elettrico, magnetico ed elettromagnetico, considerato come valore di immissione, definito ai fini della tutela della salute da effetti acuti, che non deve essere superato in alcuna condizione di esposizione della popolazione e dei lavoratori.

Tale valore di attenzione non deve essere superato, inoltre, negli ambienti abitativi, scolastici e nei luoghi adibiti a permanenze prolungate.

Gli **obiettivi di qualità** sono:

- i criteri localizzativi, gli standard urbanistici, le prescrizioni e le incentivazioni per l'utilizzo delle migliori tecnologie disponibili, indicati dalle leggi regionali;
- i valori di campo elettrico, magnetico ed elettromagnetico, definiti dallo Stato ai fini della progressiva minimizzazione dell'esposizione ai campi medesimi.

Esiste in buona parte della popolazione una diffusa preoccupazione legata agli effetti dei campi elettromagnetici, con cui ci si deve confrontare, nonostante l'Organizzazione Mondiale della Sanità e tutte le più recenti revisioni della letteratura scientifica, abbiano concluso che le evidenze attuali non provano alcuna conseguenza sulla salute derivante dall'esposizione a bassi livelli di campi elettromagnetici. Il rispetto dei limiti di esposizione raccomandati dalle linee guida nazionali e internazionali consente quindi di controllare i rischi di pericoli per la salute dovuti ad esposizione a campi elettromagnetici.

La normativa italiana, inoltre, prescrive limiti fino a 100 volte inferiori rispetto a quelli definiti dall'ICNIRP (International Commission on Non Ionizing Radiation Protection) e applicati nel resto d'Europa.

	2023		
	Intensità di campo elettrico E (V/m)	Intensità di campo magnetico H (A/m)	Densità di potenza D (W/m²)
Limite di esposizione	20	0,050	1,0
Valore di attenzione	6	0,016	0,1
Obiettivo di qualità	6	0,016	0,1

Elementi critici per la realizzazione degli impianti di trasmissione, quanto al rispetto dei valori normativi, possono essere:

- la necessità di irradiare potenze elevate;
- la difficoltà di realizzare torri alte, su cui posizionare le antenne trasmettenti;
- la presenza di abitazioni vicine alle stazioni trasmettenti o il rilascio da parte dei Comuni di concessioni edilizie per costruire abitazioni in prossimità degli impianti;
- la presenza nello stesso sito di altre emittenti (in particolare quelle radiofoniche) che può determinare, per somma di contributi, il superamento del limite.

Gli impianti del Gruppo sono progettati, realizzati e gestiti nel rispetto della normativa italiana. La prassi operativa aziendale prevede che, in fase di progettazione di nuovi siti o di modifica di quelli esistenti, siano garantite tutte le misure necessarie a limitare i livelli di campo elettromagnetico entro i parametri previsti dalle normative vigenti. In particolare:

- realizzando torri alte, in modo da allontanare il più possibile le antenne dalle aree accessibili alla popolazione;
- aumentando la direttività delle antenne trasmettenti, per concentrare il segnale nell'area da servire in modo da poter impiegare potenze più basse e minimizzare il livello di campo elettromagnetico rilevabile al suolo (area accessibile alla popolazione);
- individuando, ove possibile, siti di installazione lontani dall'abitato;
- infine, sottoponendo il progetto alla preventiva valutazione e autorizzazione delle amministrazioni locali e delle Agenzie Regionali per la Protezione dell'Ambiente, come previsto dal Codice delle comunicazioni

elettroniche (D.lgs. 259/03).

Inoltre specifiche funzioni aziendali sono preposte alla mappatura degli impianti a rischio dal punto di vista del superamento dei limiti di campo elettromagnetico ed alla definizione di piani di monitoraggio e se necessario, di intervento attraverso l'impiego di risorse interne od esterne (consulenti esterni accreditati).

Il **Gruppo MFE in Spagna**, attraverso lo stesso modello di risk management, implementato nel 2007 e regolarmente aggiornato su base annuale, implementa un processo di assessment per l'identificazione dei rischi considerando il proprio contesto di riferimento.

Annualmente il Consiglio di Amministrazione di MFE in Spagna valuta i rischi a cui è esposto il Gruppo e valuta i sistemi di controllo interno implementati, identificando le possibili linee di miglioramento. In particolare, le funzioni Internal Audit e Compliance sono deputate ad effettuare una valutazione sui rischi specifici a cui è esposto il Gruppo MFE in Spagna, considerando sia la probabilità di accadimento che la dimensione dell'impatto e coinvolgendo, direttamente nel processo valutativo, le diverse funzioni aziendali di business. Infine, il Comitato Rischi, costituito dai Direttori Generali, è l'organismo attraverso il quale vengono gestite le funzioni esecutive di risk management nell'operatività quotidiana delle attività di business.

La funzione di Compliance esamina annualmente la mappa dei rischi.

In particolare vengono rilevate nuove aree di rischio e determinati i relativi presidi relativamente alla responsabilità penale delle persone giuridiche nell'ambito del rispetto dei diritti dei lavoratori, del rispetto dei diritti dei minori, della sicurezza sul luogo di lavoro nonché delle regole di Governance aziendale.

Il rischio associato agli impatti possibili derivanti dal cambiamento climatico, sia fisici che di transizione, è stato integrato nel Sistema di Gestione del Rischio del Gruppo MFE.

La mappa dei rischi è stata verificata e sottoposta ad audit da parte di una primaria società di consulenza legale (AENOR).

3.4 LA PROTEZIONE E TUTELA DEI DATI PERSONALI E LA SICUREZZA DELLE INFORMAZIONI

3.4.1 PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI

Una delle principali priorità del Gruppo MFE riguarda la tutela e la protezione della privacy, dei dati e delle informazioni personali dei propri clienti e utenti, anche mediante idonee misure di sicurezza.

Il **Gruppo MFE in Italia**, da sempre, dedica una grande attenzione alla protezione dei dati personali e, con l'entrata in vigore del Regolamento Europeo 679/2016 (GDPR), ha rafforzato il proprio **Modello Organizzativo Privacy**.

Il Gruppo ha predisposto una Linea Guida Organizzativa "Modello Organizzativo Privacy – Principi generali in materia di protezione dei dati personali" che regola e descrive il Modello Organizzativo Privacy adottato dal

Gruppo nonché i principi relativi alla gestione della protezione dei dati personali, anche al fine di prevenire e/o ridurre le sanzioni previste dalla normativa vigente in materia.

Con l'obiettivo di perseguire la simultanea promozione degli interessi di tutti i soggetti coinvolti, la tutela dei dati personali, dei diritti e delle libertà degli interessati, il Gruppo ha definito, in particolare, un complesso di **Policy Aziendali, Istruzioni Operative, Linee Guida Organizzative**, ed un **Registro dei Trattamenti** quale fulcro e mappa delle regole e delle attività legate ai trattamenti. Questi, insieme al Portale Intranet Privacy e alle costanti attività di informazione e formazione della popolazione aziendale, fanno parte di un articolato sistema di gestione della privacy in grado di garantire la sicurezza dei dati personali e delle informazioni aziendali.

Il **Data Protection Officer**, la **Funzione Privacy** ed i soggetti coinvolti a vario titolo in base al Modello Organizzativo, impegnandosi nel rispetto delle persone e dei valori di lealtà, fiducia, trasparenza ed integrazione, promuovono una cultura fondata sul rispetto della privacy quale diritto fondamentale dell'individuo.

Il Gruppo ha inoltre emanato una **Linea Guida Organizzativa Data Breach** in caso di violazioni che comportino accidentalmente o in modo illecito la distruzione, la perdita, la modifica, la divulgazione non autorizzata o l'accesso ai dati personali. Il piano di gestione del Data Breach è stato predisposto al fine di attuare, ove necessario, il piano d'azione e l'eventuale notifica all'Autorità di controllo entro le 72 ore dalla rilevazione della violazione oltre alla comunicazione all'Interessato qualora vi sia potenzialmente il rischio per i diritti e le libertà dell'individuo.

Il **Gruppo MFE in Spagna** è attento e scrupoloso nel garantire la completa integrazione della protezione dei dati personali e dei contenuti nella gestione aziendale. Il primo strumento utile in tale ambito è il Codice Etico che si occupa degli aspetti relativi alla protezione informatica ed alla protezione dei dati, nonché della riservatezza delle informazioni. Sulla base di tale documento, l'Unità per la Protezione dei Dati, insieme alla Direzione Internal Audit ed alla Divisione Tecnologia, si occupano di sviluppare ulteriori strumenti che dettano le risposte dell'azienda in questo settore.

Il Gruppo ha inoltre adottato una politica di sicurezza aziendale, che prevede procedure e regolamenti inerenti al trattamento dei dati personali e della riservatezza del personale all'interno dell'organizzazione. Tali procedure regolano l'accesso e il trattamento dei dati personali di tutti i dipartimenti, le aree e le unità di gestione delle società del Gruppo e, allo stesso tempo, definiscono le misure di sicurezza che devono essere applicate durante l'elaborazione dei dati personali al fine di garantirne la riservatezza.

Si è inoltre provveduto ad implementare una serie di procedure operative per gestire le iniziative che implicano l'utilizzo di dati personali: identificazione ed autenticazione degli utenti, accesso remoto, accesso alle applicazioni ed uso di file di dati personali. Le procedure in oggetto sono regolarmente aggiornate al fine di garantirne la conformità con la legislazione vigente.

In questo contesto, nel 2016, è stata effettuata un'analisi di conformità del Gruppo MFE in merito al nuovo Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati, relativo alla protezione delle persone fisiche ed al trattamento dei dati personali ed alla libera circolazione di tali informazioni, che è entrata in vigore il 25 maggio 2018.

Tale analisi ha evidenziato la necessità di ulteriori interventi volti all'adeguamento del modello di gestione nonché l'introduzione di specifiche misure tecniche, organizzative e legali che sono state implementate negli anni successivi.

Per quanto riguarda il rapporto tra azienda e cittadini in termini di protezione dei dati, il Gruppo MFE in Spagna ha definito e implementato un protocollo di azione per garantire che i diritti ARCO (accesso, rettifica, cancellazione e opposizione) possano essere esercitati.

Questo protocollo descrive in dettaglio le aree interessate da tali diritti, i canali attraverso i quali gli utenti del Gruppo possono esercitarli, la procedura per rispondere alle richieste, i casi particolari in cui il diritto può essere esercitato e la successiva notifica all'utente dell'esito positivo della richiesta.

3.4.2 LA SICUREZZA DELLE INFORMAZIONI

Il Gruppo MFE in Italia ha inoltre predisposto un'apposita **Linea Guida Organizzativa sulla Information Security Policy**, ed in particolare sulla tutela del patrimonio informativo. Tali attività sono svolte in ottemperanza ai seguenti principi:

- rispetto delle **prescrizioni normative nazionali e internazionali**, con particolare riferimento al D. Lgs. 231/2001, alla L.262/2005 per la tutela del risparmio e la disciplina dei mercati finanziari ed al Regolamento europeo (UE) 2016/679 concernente il trattamento dei dati personali.
- garanzia di adeguate **misure per la protezione delle informazioni dalle minacce**, incluse quelle di Cyber Security; l'individuazione di tali misure è effettuata in considerazione del livello di rischio associato alla perdita di riservatezza, integrità e disponibilità delle informazioni. Tale protezione viene garantita anche in presenza di rapporti con terze parti.
- **protezione delle informazioni da accessi non autorizzati**, assicurandone tuttavia l'accesso in relazione alle attività operative svolte, per le quali deve essere mantenuta un'adeguata tracciabilità.

In particolare, la **strategia per la Cyber Security** nel 2023 ha previsto l'esecuzione e il completamento di specifiche iniziative su 4 domini di attività.

□ Cyber Defense

Con l'obiettivo di proteggere servizi e utenti, sono state promosse le seguenti attività:

- Potenziamento ed estensione dei servizi di Cyber Threat Intelligence al fine di anticipare le minacce e prevenire i rischi informatici
- Consolidamento dell'infrastruttura del Security Operation Center (SOC) attraverso l'impiego di nuovi strumenti, tecnologie e risorse
- Rafforzamento dei presidi di controllo della superficie esterna di attacco
- Miglioramento del processo e delle tecnologie per la gestione delle vulnerabilità di sicurezza

□ Formazione e awareness

Ad integrazione delle iniziative di protezione di natura tecnologica, sono state completate le seguenti attività di sensibilizzazione dei dipendenti sulle minacce informatiche:

- Predisposizione e lancio di una nuova campagna per l'autodifesa digitale a protezione dei rischi di phishing, attraverso la produzione di contenuti video presentati su Intranet e spazi aziendali (es: videowall), attività di

gamification, volantini e newsletter.

- Re-design del portale di Cyber Security, accessibile e disponibile a tutta la popolazione aziendale
- Erogazione di corsi di formazione a specialisti IT in materia di sicurezza informatica e privacy
- Esecuzione di campagne di phishing simulato, anche mirate per specifiche aree aziendali

▣ Risk Assessment

Al fine di individuare e mitigare il livello di rischio cyber associato ad asset, servizi e terze parti, sono state completate le seguenti attività:

- Ampliamento del perimetro di verifica delle misure e degli standard di sicurezza dei fornitori, anche attraverso il ricorso di nuovi strumenti e valutazioni operate da terze parti indipendenti
- Estensione dell'attività di assessment sulla continuità operativa IT per le principali piattaforme critiche
- Esecuzione di test di vulnerabilità su servizi IT esposti sulla rete Internet e, in base alle raccomandazioni di security by design, su tutti i nuovi servizi esposti pubblicamente

▣ Governance e compliance

Per guidare un comportamento sicuro all'interno dell'organizzazione e assicurare la conformità normativa, sono state completate le seguenti attività:

- Pubblicazione dell'aggiornamento della Linea Guida Organizzativa relativa all'utilizzo degli strumenti informatici assegnati a dipendenti e collaboratori
- Riorganizzazione del processo di gestione degli assessment sulla compliance privacy di sistemi e applicazioni

La Divisione Tecnologie del Gruppo MFE in Spagna coordina e gestisce gli elementi tecnici di sicurezza dei sistemi informatici, seguendo la Politica di sicurezza aziendale e le procedure interne di azione, che si applicano a tutti i dipendenti e dirigenti.

Nell'ambito di tale politica e come metodo per garantire il controllo degli accessi alle applicazioni e ai servizi aziendali, sono presenti "linee guida" specifiche come la "Procedura di controllo dell'accesso alle applicazioni" e la "Procedura di gestione dei supporti tecnologici". Quest'ultima definisce in quali casi è richiesta la crittografia delle informazioni aziendali.

Inoltre, è stata sviluppata una procedura per stabilire i meccanismi di gestione e invio di informazioni aziendali sensibili, e come supporto tecnologico alla procedura, nel corso del 2018 è stato realizzato un progetto per implementare uno strumento di gestione degli accessi e diritti di informazione. Questa soluzione consente di applicare le regole e le politiche di sicurezza e di monitorare la distribuzione delle informazioni aziendali.

Nel corso del 2021 e del 2022 sono state riviste ed aggiornate le principali procedure relative all'Information technology con particolare riguardo a:

▣ Procedura di Controllo degli Accessi alle Applicazioni;

▣ Servizi e Report aziendali

- ▣ Procedura di Gestione del Dominio Internet;
- ▣ Procedura di Gestione delle Applicazioni;
- ▣ Procedura di Gestione degli Incidenti di Sicurezza;
- ▣ Piano di Emergenza aziendale

Il Gruppo MFE in Spagna monitora costantemente i propri sistemi di informazione considerati critici attraverso revisioni periodiche e audit. Le attività di controllo, per i sistemi considerati più vulnerabili, vengono svolte anche sulle attività degli utenti.

Lo scopo della gestione della sicurezza dei sistemi informatici è garantire la disponibilità, l'integrità, la riservatezza e il controllo degli accessi alle informazioni aziendali, nonché assicurare che sia adeguatamente protetto e conforme a tutte le leggi, norme e regolamenti in materia di protezione dei dati.

Il Gruppo MFE in Spagna ha centralizzato la gestione della protezione dei dati nell'*Unità di protezione dei dati personali*, che riporta direttamente al Senior management del Gruppo ed è responsabile della protezione dei dati per tutte le Società del gruppo. A capo di questa unità è presente il Delegato per la protezione dei dati, responsabile della relazione con l'Agenzia per la Protezione dei dati, nonché con le aree di consulenza legale, controllo interno e sicurezza informatica.

Nel corso del 2019 è stata aggiornata la Politica sui dati personali nonché le procedure interne interessate, al fine di adattare ai requisiti introdotti dal GDPR. Sono stati inoltre implementati due nuovi protocolli al fine di assicurare la compliance in materia di protezione e garanzia dei diritti digitali.

Tale documentazione di riferimento stabilisce le linee guida per una gestione ottimale e responsabile della privacy e della protezione dei dati nonché le azioni correttive da intraprendere in caso di violazione relativa alla corretta elaborazione dei dati personali da parte del Gruppo MFE.

Nel corso del 2023, ci sono state 470 richieste di esercizio dei diritti ARCO (accesso, rettifica, cancellazione e opposizione) ricevute e gestite dalle parti interessate, relative alla cancellazione degli utenti registrati nei canali digitali del Gruppo e all'eliminazione delle immagini pubblicate sui siti web.

Durante il 2023 non ci sono state segnalazioni di perdite di dati.

Nel 2023, oltre alla nuova Guida sui Cookie, l'autorità locale sulla protezione dei dati personali (AEPD) ha pubblicato il Decalogo dei principi per la verifica dell'età e per la protezione dei minori dai contenuti inadeguati. Questo Decalogo mira a proteggere i minori su Internet prima ancora del loro accesso ai contenuti per adulti. In questo senso, Mediaset España sta valutando la possibile implementazione di queste misure preventive nei portali propri dove vengono diffusi contenuti adatti solo ad un pubblico adulto.

3.5 I RAPPORTI CON LA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE

Il Gruppo MFE in Italia, nello svolgimento della propria attività di business, radicata su tutto il territorio italiano, si rapporta con una molteplicità di soggetti privati e pubblici.

Proprio nella relazione con questi ultimi, il Gruppo MFE ha provveduto a dedicare uno specifico articolo del **Codice Etico** (vedi anche paragrafi 1.3 e 3.2), al fine di regolarne le attività¹⁴.

Il Codice Etico, oltre a vietare eventuali comportamenti illeciti che possono coinvolgere il Gruppo nel rapporto con gli enti pubblici, si preoccupa anche di quelle attività che invece vedono coinvolto il Gruppo in un rapporto di collaborazione con le istituzioni pubbliche.

In tal caso è previsto che il Gruppo possa sostenere programmi di istituzioni o enti pubblici intesi a realizzare utilità e benefici per la collettività nonché progetti di fondazioni e associazioni. Tali attività devono essere svolte nel pieno rispetto della normativa applicabile, dei principi definiti nel Codice Etico e delle procedure aziendali.

In questo ambito il Gruppo MFE è attivo concretamente, attraverso la società RTI, soggetto titolato a partecipare a progetti europei finanziati dalla Commissione Europea che prevedono collaborazioni con società partner internazionali. Tale attività è regolamentata, a partire dal 2017, da una apposita **Linea Guida Organizzativa** che disciplina l'ottenimento e la gestione dei finanziamenti erogati da istituzioni europee, a favore dello sviluppo di progetti di ricerca e innovazione (ad es. in tema di tecnologie emergenti o future, difesa dell'ambiente ecc.).

¹⁴ Sia nel Codice Etico adottato da Mediaset S.p.A. e dalle sue controllate italiane nel corso del 2019 sia nel "Code of Ethics" adottato da MFE nel 2021 è presente una specifica disposizione in materia di rapporti con le istituzioni, in cui si dispone che "Il Gruppo Mediaset mantiene un rapporto collaborativo e trasparente con le istituzioni pubbliche nazionali, comunitarie ed internazionali, al fine di facilitare il dialogo su temi di interesse specifico. Tali rapporti devono svolgersi nel pieno rispetto della normativa vigente, dei principi stabiliti nello stesso Codice Etico e delle procedure aziendali, sulla base dei criteri generali di correttezza, trasparenza e lealtà".

Finanziamenti ricevuti dalla Pubblica Amministrazione (*)		Ente Pubblico		milioni €	
				2023	2022
Contributi pubblici (Incasso Contributi Governativi)	Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo - Direzione Generale Cinema			1,0	0,7
	Instituto de la cinematografía y de las artes audiovisuales (**)				-
	Fundación Tripartita			0,1	0,1
	Centre National du Cinéma et de l'Image animée (CNC)				-
	Direction Générale des Finances Publiques				-
Credito di imposta per investimenti in beni strumentali	Agenzia delle entrate			0,4	0,5
Contributo emittenti locali	MISE			0,3	0,3
Altri contributi	Comunità europea			0,1	0,1
Altri contributi	Bonus energia			5,4	0,8
Decreto misure compensative del 27.06.2022 (***)	MIMIT (ex MISE)			12,7	29,8
TOTALE				20,0	32,3

(*) I dati riportano i valori incassati nel corso del periodo.

(**) Sovvenzioni ricevute da Telecinco Cinema per coproduzioni cinematografiche.

(***) Contributo per lo sviluppo della tecnologia DVBT-2.

Il Gruppo MFE opera, inoltre, tramite la società Medusa Film, nel settore cinematografico percependo contributi attraverso strumenti di sostegno da enti pubblici, principalmente nazionali ed in maniera residuale da organismi europei.

Nell'ambito degli strumenti di sostegno al cinema ed all'audiovisivo, previsti dalla legge nr. 220 del 14 novembre 2016, Medusa Film richiede prioritariamente:

- contributi automatici per la produzione e la distribuzione delle opere cinematografiche di Nazionalità Italiana. La quantificazione annuale di tali contributi, legata ai risultati economici, culturali ed artistici raggiunti dalle singole opere cinematografiche, genera un plafond che deve essere reinvestito nel quinquennio successivo. Ad oggi, i Decreti emanati dal Direttore Generale del Ministero della Cultura ("MIC") hanno quantificato i contributi maturati nelle annualità 2017, 2018 e 2019 (decreto di dicembre 2022). Per le prime due annualità Medusa ha già provveduto a reinvestire il plafond nella produzione e distribuzione di nuove opere cinematografiche. Per quanto riguarda i contributi generati nell'anno 2020 la relativa istanza è stata presentata al MIC, mentre si è ancora in attesa di poter presentare le richieste per le annualità 2021, 2022 e 2023.
- Il tax credit alla distribuzione. A fronte della distribuzione dei film nelle sale cinematografiche e dell'attività di promozione pubblicitaria degli stessi, il Ministero dei beni culturali riconosce la possibilità di ottenere un credito di imposta calcolato applicando percentuali variabili ai costi sostenuti.

Il **Gruppo MFE in Spagna**, attraverso le sue relazioni istituzionali, promuove e garantisce la rappresentanza dei suoi legittimi interessi dinnanzi alle autorità pubbliche in generale e, in particolare, di fronte ai parlamenti ed ai governi a livello nazionale ed europeo.

Queste attività sono disciplinate dalle disposizioni del Codice Etico di Mediaset España e mirano a garantire che gli interessi legittimi di Mediaset España siano rappresentati dinnanzi alle Autorità Pubbliche.

L'adesione alle principali **associazioni del settore** media come:

- Asociación para la autorregulación de la comunicación comercial (AUTOCONTROL)
- Comité de Autorregulación y Comisión Mixta de Seguimiento sobre contenidos televisivos e infancia
- Association of Commercial Television in Europe (ACT)
- Asociación Europea de Comercio de Marketing de Soluciones de Publicidad (EGTA)

consente alla società di difendere e rappresentare gli interessi comuni delle organizzazioni televisive commerciali a livello nazionale, europeo ed internazionale.

Grazie all'adesione all'Associazione Audit e Controllo dei Sistemi Informativi (ISACA), Mediaset España viene coinvolta direttamente a livello internazionale nello sviluppo di standard, metodologie e certificazione per l'auditing ed il controllo nei sistemi informativi.

Nel corso dell'anno il Gruppo MFE in Spagna ha supportato i seguenti **progetti a livello nazionale ed internazionale**, interagendo con Enti ed Istituzioni pubbliche:

- Partecipazione al meeting trimestrale del Comitato di Autoregolamentazione del mercato pubblicitario;
- Attività di consultazione con la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) riguardo la normativa nel settore della pubblicità on-line e dei servizi di comunicazione audiovisiva attraverso piattaforme di video sharing;
- Applicazione della Legge Generale sulla Comunicazione Audiovisiva ed il suo sviluppo normativo con particolare rilievo al rafforzamento della protezione dei minori ed alla corretta attuazione delle disposizioni applicabili alla pubblicità televisiva;
- Applicazione di un nuovo "sistema di classificazione per fascia d'età relativamente alla fruizione di prodotti

audiovisivi" (sottoscritto dagli operatori free to air TV nel 2015 sotto la supervisione di CNMC)¹⁵.

Questo sistema di rating è stato lanciato con l'intenzione di stabilire un quadro più obiettivo e sistematico per la classificazione dei contenuti, mirando ad essere uno strumento che fornisca informazioni ai tutori, ai bambini stessi ed alla società nel suo insieme, su contenuti potenzialmente dannosi che un particolare programma audio-visivo potrebbe presentare;

- ▣ Applicazione delle regole sul gioco d'azzardo ed implementazione responsabile dei servizi dei nuovi giochi d'azzardo online. Mediaset España è presente nel CdA del *Responsible Gambling Advisory*, formato dalla Direzione Generale per il Regolamento del gioco d'azzardo e dal Comitato di monitoraggio del Codice di Condotta sulla comunicazione commerciale del gioco d'azzardo.
- ▣ Difesa di un servizio televisivo aperto e trasparente diretto all'interesse pubblico con meccanismi di controllo e di compliance in particolare per quanto riguarda il mercato pubblicitario.
- ▣ Partecipazione e consultazione al processo di trasposizione della Direttiva Comunitaria (Directive (EU) 2018/1808 del 14 Novembre 2018) sui servizi di comunicazione audiovisiva nella Legge nazionale.
- ▣ Per quanto riguarda il Digital Service Act (DSA) e il Digital Markets Act (DMA), Mediaset España sostiene l'elaborazione di entrambe le proposte legislative, il cui obiettivo è quello di promuovere una sana concorrenza nel mercato digitale e aggiornare le regole che si applicano ai servizi di intermediazione digitale, con l'obiettivo finale di generare trasparenza nel mercato della pubblicità digitale.

Durante il 2023, Mediaset España ha monitorato attentamente l'attuazione avviata dal Ministero dell'Economia e della Trasformazione Digitale della normativa per lo sviluppo della Legge 13/2022, del 7 luglio, sulla Comunicazione Audiovisiva Generale, la cui entrata in vigore è avvenuta nel 2022.

Sono stati individuati, ai fini dell'attuazione, aspetti rilevanti per il settore televisivo riguardanti le comunicazioni commerciali, l'obbligo di finanziare opere audiovisive europee, nonché obblighi in materia di accessibilità al mezzo televisivo.

- ▣ Mediaset España ha inoltre continuato a difendere i propri interessi, nelle sedi opportune, nei riguardi del pacchetto normativo della Commissione Europea per la regolamentazione del mercato digitale unico.
- ▣ Di particolare importanza è l'elaborazione della proposta di Regolamento sulla Libertà delle Società operante nel settore Media ("Atto Europeo per la Libertà dei Media"), ancora in fase di elaborazione, in attesa della sua approvazione finale a seguito dell'accordo raggiunto tra il Consiglio e il Parlamento europeo lo scorso 19 dicembre 2023. Mediaset España ha sempre sostenuto tale proposta nelle sedi competenti in quanto mira a proteggere il pluralismo e l'indipendenza delle Società del settore media nell'UE.

¹⁵ Comisión Nacional de los Mercados y la competencia

ANTI-CORRUZIONE E CONCORRENZA SLEALE

La tematica della corruzione attiva e passiva è *in primis* presidiata nell'ambito del **Codice Etico**, attraverso specifiche disposizioni che definiscono i principi generali in materia.

Le vigenti versioni del Codice Etico (sia quella adottata nel corso del 2019 da Mediaset S.p.A. e dalle sue controllate italiane sia quella adottata nel settembre 2021 da MFE-Mediaforeurope N.V.) contengono una specifica disposizione secondo cui sono deplorati e condannati i comportamenti e/o le attività poste in essere a fini corruttivi (quali, a titolo meramente esemplificativo, favoritismi illegittimi, comportamenti collusivi, sollecitazioni - diretto e/o attraverso terzi - di vantaggi personali di qualsiasi tipo per sé e/o per altri) per il raggiungimento dei propri obiettivi economici. Inoltre, considerato il costante rafforzamento dell'impegno nella lotta alla corruzione, pubblica e privata, sia a livello internazionale che a livello nazionale, nonché la particolare attenzione riservata a livello normativo al contrasto delle pratiche corruttive, già a partire dal 2014 anche Mediaset Spa e le sue controllate italiane hanno deciso di allinearsi alle *best practice* di settore per fronteggiare i fenomeni corruttivi, adottando in Italia degli "Indirizzi Generali in materia di anticorruzione", che costituiscono altresì parte sostanziale ed integrante dei Modelli di Organizzazione e Controllo ex D. Lgs. 231/01 delle società che ne sono dotate.

Tale *policy* propone un quadro sistematico di riferimento in materia di divieto di pratiche corruttive, fornendo una sintesi delle **norme etico-comportamentali** cui ci si deve strettamente attenere, al fine di evitare che vengano posti in essere comportamenti illegittimi o scorretti e di rispettare le disposizioni previste dalla normativa vigente in materia di anticorruzione nonché i **principi** e i **valori** contenuti nel Codice Etico, nei Modelli di Organizzazione e Controllo ex D. Lgs. 231/01 (laddove adottati) e nelle procedure aziendali di tempo in tempo vigenti.

In tale *policy* è, inoltre, richiesto che qualunque soggetto agisca in nome o per conto delle Società del Gruppo nei rapporti di affari con soggetti pubblici o privati debba tenere un comportamento etico improntato alla legalità ed agire nel più assoluto rispetto dei principi di lealtà, onestà e correttezza, astenendosi dal porre in essere pratiche corruttive di qualsivoglia natura.

Sulla base delle risultanze delle attività di identificazione dei rischi effettuata nell'ambito delle Società del Gruppo, tale *policy* individua le principali **aree di attività** identificate come "**a rischio-reato**" astrattamente rilevanti, in cui è potenzialmente possibile la commissione di reati di corruzione pubblica e privata.

Trattasi di aree (ad es. la gestione dei rapporti con Enti Pubblici ed istituzioni, l'acquisto di beni e servizi, la gestione di omaggi, spese di rappresentanza, sponsorizzazioni e liberalità, la selezione e l'assunzione del personale, ecc.) nel cui ambito è necessario prestare particolare attenzione alle tematiche relative alla compliance aziendale volte alla prevenzione e al contrasto di pratiche corruttive. Rispetto a tali "**aree di attività a rischio-reato**" ciascuna società del Gruppo MFE ha definito appositi presidi di controllo (generali e specifici), adottando – ove necessario – Linee Guida Organizzative aziendali ("**LGO**") che normano, quindi, i processi in cui è ipotizzabile che vengano realizzate pratiche corruttive (sia nei rapporti con la Pubblica Amministrazione sia tra privati).

Come sopra già evidenziato, la Direzione Internal Auditing svolge periodicamente, anche su incarico degli Organismi di Vigilanza e Controllo, laddove nominati dalle società italiane del Gruppo ai sensi del D. Lgs. 231/01, specifiche **attività di audit** sulle "**aree di attività a rischio reato**", anche con riferimento alle pratiche corruttive. Viene inoltre, mantenuto un monitoraggio costante sulle novità normative riguardanti il tema della corruzione,

anche al fine di aggiornare i Modelli di Organizzazione e Controllo ex D.Lgs. 231/01 adottati dalle società di diritto italiano.

Infine l'**attività di risk assessment** svolta nel corso del 2023 ha tenuto conto di tutte le novità normative in materia di lotta alla corruzione.

In particolare, si segnala che, sulla base delle risultanze di tali attività, con riferimento alle società di diritto italiano facenti parte del Gruppo MFE nel corso del 2024 è previsto un aggiornamento di tutti i Modelli di Organizzazione e Controllo ex D.Lgs. 231/01.

Con riferimento al tema della concorrenza, all'interno del Codice Etico (Vedi anche par. 1.3 e 3.2) è inserita una specifica disposizione in materia¹⁶ nella quale si dichiara che il Gruppo MFE riconosce come una concorrenza corretta, libera e leale, possa costituire un fattore decisivo di crescita del mercato e di costante miglioramento dell'impresa.

COMPLIANCE ANTITRUST

Evidenziamo inoltre che Mediaset S.p.A., a partire dal 2019, ha deciso di avviare un processo finalizzato all'adozione di uno specifico **Programma di Compliance Antitrust** - inteso come un complesso di regole aventi una funzione prevalentemente preventiva di condotte potenzialmente rilevanti in termini di illeciti antitrust.

Tale processo è stato completato nel corso del 2022 con l'adozione del documento contenente gli "*Indirizzi generali in materia di Compliance Antitrust*", approvato dal Consiglio di Amministrazione di MFE – MEDIAFOREUROPE in data 14 febbraio 2023.

L'Antitrust Compliance Officer "ACO" ha posto in essere, nel 2023, le attività connesse a conferire efficacia al Modello.

Grande attenzione è stata dedicata alla realizzazione di un piano formativo, teso alla diffusione e alla conoscenza del Programma.

Le attività formative sono state strutturate come un momento di approfondimento e condivisione del Programma di compliance del Gruppo, e in generale come un approfondimento sul tema della concorrenza.

Infine, anche la società inglese **Publieurope** ha adottato, oltre al Codice Etico di Gruppo, vincolante per tutti i dipendenti e per coloro che hanno rapporti con la Società, una "politica anti-corruzione" al fine di prevenire eventuali pratiche corruttive. Il documento è pubblicato sul sito internet di Publieurope. I principali contratti prevedono l'esplicito riferimento al rispetto sia del Codice Etico di Gruppo che del "Bribery Act" (legge inglese contro la corruzione). È stata inoltre istituita la figura del Compliance Officer come responsabile del sistema di prevenzione della corruzione. La società Publieurope è inoltre oggetto di risk assessment da parte della Direzione Internal Auditing di Gruppo.

¹⁶ Sia nel Codice Etico adottato da Mediaset S.p.A. e dalle sue controllate italiane nel corso del 2019 sia nel *Code of Ethics* adottato da MFE-Mediaforeurope N.V. nel 2021 è presente una specifica disposizione in materia di tutela della concorrenza.

Il Codice Etico, nonché le procedure di controllo implementate ed il protocollo per l'individuazione e la prevenzione di crimini adottate dalle società spagnole del **Gruppo MFE in Spagna** stabiliscono misure atte a monitorare e contrastare il rischio di pratiche corruttive o lesive della libera concorrenza.

Annualmente la funzione audit effettua l'analisi dei rischi connessi alla corruzione all'interno delle linee di attività più significative per il Gruppo. Tali attività sono parti integranti del Piano annuale di audit.

Il Presidente dell'Audit Committee informa inoltre, regolarmente, i membri del Consiglio di Amministrazione riguardo le risultanze degli audit e le nuove policy in tema di anti-corruzione che sono state adottate.

Evidenziamo inoltre che sono attivi programmi di formazione continua per i dipendenti in materia di anti-corruzione.

A partire dal 2022 si è provveduto ad inserire all'interno dei contratti con tutte le società di produzione terze, con cui Mediaset España ha in essere partnership, specifiche clausole anti-corruzione.

Sempre nel corso del 2023 non sono state intentate cause contro il Gruppo in Spagna relativamente a eventuali pratiche monopolistiche lesive della libera concorrenza.

Infine, il Codice Etico del **Gruppo MFE in Spagna**, oltre a policy specifiche, disciplinano e stabiliscono presidi di controllo ai fini della riduzione dei rischi legati al Money laundering.

3.6 COMPLIANCE FISCALE

Le Società del Gruppo gestiscono gli adempimenti fiscali a cui sono soggette nel pieno rispetto della normativa vigente nelle varie giurisdizioni fiscali in cui operano, attenendosi ai principi ed ai valori, quali la completezza e la trasparenza delle informazioni, la legittimità - sotto il profilo legale e sostanziale -, la chiarezza e la veridicità dei dati esposti, così come indicati nel **Codice Etico**, nei **Modelli Organizzativi 231**, laddove adottati, e nelle **procedure aziendali**.

La determinazione delle imposte dovute e la predisposizione delle dichiarazioni fiscali annuali viene effettuata da una **funzione aziendale specificamente identificata** per ciascuna delle diverse giurisdizioni fiscali presenti nei Paesi in cui operano le società del Gruppo, dotata di adeguate competenze, secondo modalità organizzative ed operative definite, che si avvale, laddove necessario, anche del contributo di professionisti esterni specializzati in materia, a supporto del processo di monitoraggio della normativa vigente, con la finalità di individuare in modo tempestivo qualsiasi variazione intervenuta e di rifletterla in modo accurato e completo nel processo di determinazione delle imposte dovute.

La compliance fiscale del Gruppo è anzitutto ispirata al rispetto dei principi generali e dei valori indicati nel **Codice Etico**¹⁷ cui si devono orientare le operazioni, i comportamenti e i rapporti, sia interni che esterni al Gruppo che

¹⁷ La vigente versione del Codice Etico adottato da Mediaset S.p.A. e dalle sue controllate italiane nel corso del 2019 e il Code of Ethics adottato da MFE-MEDIAFOREUROPE N.V. nel 2021, sono entrambi pubblicati all'interno nella sezione "Compliance" del sito corporate del Gruppo MFE nonché nella intranet aziendale nello specifico portale denominato "Compliance 231".

devono essere svolti in un quadro di concorrenza leale, nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti negli ordinamenti giuridici in cui le Società del Gruppo operano ed in ottemperanza ai principi etici comunemente riconosciuti nella conduzione degli affari, quali onestà, correttezza, lealtà, trasparenza e buona fede. A tale riguardo le Società del Gruppo rifiutano e deplorano il ricorso a comportamenti illegittimi o scorretti per il raggiungimento dei propri obiettivi economici.

Pertanto, coloro che, a qualunque titolo, agiscono in nome o per conto delle Società del Gruppo sia nei rapporti di affari di interesse delle stesse sia nei rapporti con la Pubblica Amministrazione (compresa, quindi, l'Amministrazione finanziaria), indipendentemente dalla competitività del mercato o dall'importanza dell'affare trattato, sono tenuti ad un comportamento etico e rispettoso delle leggi e dei regolamenti vigenti e ad agire nel rispetto dei principi di correttezza, diligenza ed economicità.

Gli ampi ed articolati sistemi di controllo interno implementati dal Gruppo, unitamente all'assetto organizzativo amministrativo e contabile, sono strutturati in modo da rappresentare importanti presidi di controllo per la prevenzione della commissione dei reati tributari.

Con riguardo al **Sistema di Controllo Interno e Gestione del Rischio**, le Linee di Indirizzo definite per il Gruppo, che identificano l'Enterprise Risk Management (ERM) Framework quale metodologia di riferimento, trovano attuazione nella "*Policy di Enterprise Risk Management*" che definisce i principali aspetti metodologici legati al processo generale di gestione dei rischi, nonché i ruoli, le responsabilità e le principali attività connesse al *risk management*.

Adeguati presidi di controllo per la gestione degli aspetti amministrativo-contabili orientati a garantire una veritiera e corretta rappresentazione della situazione patrimoniale e finanziaria delle Società del Gruppo e del risultato economico dell'esercizio all'interno dei bilanci, sono inoltre presenti nel Sistema di Controllo in materia di Informativa Finanziaria adottato da MFE prevedendo processi e controlli solidi, tracciabili e verificati, già di per sé elementi di presidio per l'attendibilità dell'informativa e dei dati utilizzati per predisporre le dichiarazioni fiscali.

Le società italiane appartenenti al Gruppo sono attualmente impegnate, anche a seguito della recente introduzione dei reati tributari nell'ambito della responsabilità amministrativa degli enti ex D. Lgs. 231/01, a rafforzare il proprio sistema di controlli preventivi volti a mitigare, in generale, il rischio fiscale, consolidando il proprio **Tax Control Framework** per addivenire ad un modello strutturato di controlli preventivi, integrato nel sistema di *governance* aziendale, finalizzato a presidiare tutti i processi aziendali e le transazioni che possono dare luogo a conseguenze di natura fiscale, garantendo un sistema di controllo interno per la gestione del rischio fiscale integrato nel sistema aziendale e appositi flussi informativi tra le diverse funzioni responsabili nell'ambito della gestione del controllo interno. Tra queste figure si collocano sicuramente gli Organismi di Vigilanza e Controllo ex D. Lgs. 231/01 che, nell'espletamento dei compiti e delle attività di verifica agli stessi attribuite, potranno utilizzare questi meccanismi di controllo integrati per vigilare sulla reale efficacia ed effettiva capacità dei Modelli Organizzativi 231 - laddove adottati dalle Società del Gruppo - di prevenire la commissione dei Reati Tributari, con riguardo - in particolare - alle singole strutture aziendali coinvolte nella gestione degli adempimenti fiscali.

Il Gruppo comunica annualmente i propri principali dati fiscali attraverso la presentazione all'Agenzia delle

Entrate, a carico della controllante capogruppo Fininvest S.p.A., delle informazioni sul pagamento di imposte applicabili a tutte le società del Gruppo, nelle diverse giurisdizioni in cui opera, **(rendicontazione paese per paese)** ai sensi della Direttiva (UE) 2016/881 del Consiglio del 25 maggio 2016 che ha introdotto disposizioni relative allo scambio automatico obbligatorio di informazioni nel settore fiscale.

Di seguito si espone la rendicontazione prevista dal GRI 207 per le diverse giurisdizioni fiscali in cui operano le società presenti nel perimetro di consolidamento relativamente agli esercizi 2022 e 2023, opportunamente riconciliati con i corrispondenti valori consolidati.

31/12/2023						
Giurisdizione fiscale di residenza	Ricavi da vendite verso terze parti	Ricavi da operazioni infragruppo con altre giurisdizioni fiscali	Risultato ante imposte	Imposte sul reddito pagate	Imposte sul reddito maturate	Immobilizzazioni materiali diverse dalle disponibilità liquide e mezzi equivalenti
Italia	1.977.180	3.213	369.396	4.700	10.377	270.579
Spagna	840.664		123.081	25.918	20.639	38.872
Regno Unito	15.974	7.567	2.584		481	2.471
Francia	737		259			
<i>dividendi intercompany</i>			(276.969)			
<i>elisioni/rettifiche di consolidato</i>	(24.173)		61.355			(771)
TOTALE GRUPPO	2.810.382	10.780	279.706	30.618	31.497	311.151

31/12/2022						
Giurisdizione fiscale di residenza	Ricavi da vendite verso terze parti	Ricavi da operazioni infragruppo con altre giurisdizioni fiscali	Risultato ante imposte	Imposte sul reddito pagate	Imposte sul reddito maturate	Immobilizzazioni materiali diverse dalle disponibilità liquide e mezzi equivalenti
Italia	1.938.690	7.508	146.136	17.500	4.472	244.772
Spagna	870.675	1.307	183.892	38.441	28.885	39.035
Regno Unito	17.409	8.276	3.288	-	-	2.838
Francia	613	-	-	-	-	-
<i>dividendi intercompany</i>			(82.239)	-	-	
<i>elisioni/rettifiche di consolidato</i>	(26.140)		86.131			(899)

TOTALE GRUPPO	2.801.247	17.091	337.208	55.941	33.357	285.746
--------------------------	------------------	---------------	----------------	---------------	---------------	----------------

Si segnala che le “imposte sul reddito maturate” riportate sono relative unicamente alle imposte correnti stanziare di competenza di ciascun esercizio. Pertanto, il tax rate effettivo, ricavabile del rapporto tra i dati riportati in tabella di “imposte maturate” e “risultato pre-imposte”, differisce dalle aliquote ordinarie vigenti nelle diverse giurisdizioni (27,9% in Italia, 25% in Spagna) in quanto, oltre ad essere determinato in presenza di oneri non deducibili, non considera le componenti di imposte differite e anticipate contabilizzate su differenze temporanee tra reddito societario e fiscale.

Inoltre si segnala che le imposte maturate riportate per le società fiscalmente residenti in Italia, si riferiscono nei due esercizi, all'IRAP (Imposta Regionale sulle Attività Produttive – con aliquota ordinaria pari al 3,9%), che insiste però su una base imponibile diversa dal “risultato ante imposte”, applicandosi unicamente in presenza di imponibili societari positivi e all'IRES (Imposte sul Reddito delle Società – con aliquota ordinaria pari al 24%) delle società del Gruppo in regime di consolidato fiscale per la parte eccedente la quota di reddito scomputabile dalle perdite fiscali pregresse illimitatamente riportabili (componente quest'ultima contabilizzata invece a riduzione delle imposte anticipate stanziare in esercizi precedenti). La riconciliazione dell'aliquota fiscale effettiva rispetto a quella teorica è riportata nel Bilancio consolidato di Gruppo nella sezione relativa alle imposte.

La voce *imposte correnti* comprende le imposte IRAP di competenza delle società italiane e le imposte IRES di competenze dell'esercizio relative alla società italiane che aderiscono al consolidato fiscale di Gruppo a seguito della generazione nel periodo di redditi imponibili (per la parte eccedente la quota di reddito scomputabile dalle perdite fiscali pregresse).

WAVE

MEDIAFOREUROPE

4 - LE PERSONE



4.971 dipendenti del Gruppo MFE



98% contratti a tempo indeterminato



48.820 ore di formazione erogate nell'anno



49% dei dipendenti composto da donne



4.1 LE PERSONE DEL GRUPPO MFE

I dipendenti del Gruppo si concentrano principalmente in Italia, dove opera circa il 67% dell'organico, e in Spagna (33%). Una quota inferiore, pari a circa l'1%, è dipendente presso uffici localizzati in Francia, Regno Unito e Germania di seguito raggruppati sotto la categoria "Altri Paesi".

ITALIA	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Indeterminato	1.643	1.571	3.214	1.636	1.554	3.190
Tempo Determinato	49	46	95	64	30	94
Apprendistato	2	5	7	4	5	9
Totale	1.694	1.622	3.316	1.704	1.589	3.293

SPAGNA	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Indeterminato	820	786	1.606	781	730	1.511
Tempo Determinato	7	12	19	12	14	26
Apprendistato	-	-	-	-	-	-
Totale	827	798	1.625	793	744	1.537

ALTRI PAESI	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Indeterminato	18	12	30	17	11	28
Tempo Determinato	-	-	-	-	-	-
Apprendistato	-	-	-	-	-	-
Totale	18	12	30	17	11	28

Al 31 dicembre 2023, in linea con l'anno precedente, il 98% dei dipendenti risulta a tempo indeterminato: l'elevata percentuale in tutte le sedi del Gruppo, è dovuta alla capacità del Gruppo di trattenere e garantire un'elevata stabilità di impiego, per rispondere alle esigenze delle diverse attività di business.

GRUPPO MFE	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	231	109	340	234	103	337
Giornalisti	305	321	626	295	299	594
Quadri	390	411	801	388	411	799
Impiegati	1.602	1.588	3.190	1.574	1.528	3.102
Operai	11	3	14	23	3	26
Totale	2.539	2.432	4.971	2.514	2.344	4.858

Al 31 dicembre 2023, il Gruppo MFE risulta composto da **4.971 persone**, in aumento rispetto al 2022. I principali ruoli organizzativi sono ricoperti da personale dipendente: il ricorso, infatti, a collaboratori esterni¹⁸ avviene soltanto per lo svolgimento di specifiche attività di carattere professionale o artistico oppure per sopperire ad esigenze temporanee. Al 31 dicembre 2023, in Italia, si annoverano 159 collaboratori esterni, di cui 59 stagisti, e circa 207¹⁹ in Spagna.

4.2 DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

GRUPPO MFE	2023				2022			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	-	110	230	340	-	112	225	337
Giornalisti	76	306	244	626	52	310	232	594
Quadri	2	297	502	801	1	318	480	799
Impiegati	302	1.282	1.606	3.190	217	1.294	1.591	3.102
Operai	1	8	5	14	1	16	9	26
Totale	381	2.003	2.587	4.971	271	2.050	2.537	4.858

¹⁸ Il Gruppo si avvale di collaboratori esterni quali: collaboratori Co.Co.Co., con partita IVA, Somministrato a tempo determinato e indeterminato, stagisti. Tali collaboratori sono per la maggior parte impiegati nelle attività di realizzazione di contenuti televisivi.

¹⁹ Il dato relativo ai collaboratori esterni in Spagna è espresso come dato cumulato nel corso del 2023.

NUMERO DIPENDENTI APPARTENENTI ALLE CATEGORIE PROTETTE SUDDIVISI PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE AL 31 DICEMBRE

GRUPPO MFE	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1	2	3	1	-	1
Giornalisti	1	2	3	1	2	3
Quadri	2	12	14	2	9	11
Impiegati	80	102	182	79	98	177
Totale	84	118	202	83	109	192

MFE attraverso il **Codice Etico di Gruppo**, aggiornato nel corso del 2019, promuove l'**uguaglianza**, la **non discriminazione** e le **pari opportunità**. Il Gruppo MFE rifiuta ed esclude ogni forma di sfruttamento dei lavoratori e di discriminazione in base a sesso, età, razza, lingua, nazionalità, religione promuovendo pari opportunità anche in termini di formazione, sviluppo e crescita professionale. Il Gruppo infine garantisce equità di trattamento e promuove un dialogo costante con le parti sociali.

Nell'applicazione dei principi del Gruppo è pertanto contrastato ogni comportamento o atteggiamento discriminatorio o lesivo della persona nonché delle sue convinzioni o preferenze. È favorita la promozione delle pari opportunità con riferimento alle condizioni e alle possibilità di lavoro, alla formazione, allo sviluppo e alla crescita professionale, nel pieno rispetto della normativa vigente e dei valori che ispirano il Gruppo. Tramite le strutture aziendali preposte, si garantisce e si promuove l'osservanza di tali principi all'interno di tutte le aree organizzative, implementando politiche gestionali finalizzate a garantire una corretta valutazione delle persone già a partire dalla fase di selezione, monitorando costantemente i percorsi di crescita e progettando percorsi formativi professionali e manageriali volti a sviluppare comportamenti distintivi. Tali iniziative valorizzano e riconoscono la ricchezza derivante dalla diversità, favoriscono i processi di integrazione e costituiscono parte integrante della cultura del Gruppo.

A testimonianza dell'importanza sempre crescente che l'azienda riconosce alle tematiche di diversità e inclusione, nel 2023, all'interno delle linee guida emanate dal Gruppo in materia ESG, è stato esplicitato un obiettivo legato all'equità retributiva, dichiarando l'intento dell'azienda di **mantenere gli attuali livelli di distribuzione e di equità retributiva per ogni categoria**, considerati positivi, attraverso politiche di assunzione e di sviluppo professionale che favoriscano la crescita in ruoli manageriali del genere meno rappresentato. In particolare per il 2023 è stato dichiarato l'obiettivo, inserito anche nel sistema di incentivazione del management, di incrementare al 29% percentuale di donne che occupano posizioni dirigenziali; tale target è stato raggiunto al 100%.

Nel 2023, inoltre, il Gruppo ha rafforzato il suo impegno a promuovere una cultura della diversità e dell'inclusione, attraverso attività di formazione specifiche. È stato erogato a tutta la popolazione aziendale un corso in e-learning

reso obbligatorio, dal titolo "D&I: il valore della diversità e dell'inclusione", volto a sottolineare l'importanza della valorizzazione delle unicità nel rispetto della persona, elemento centrale nella cultura del Gruppo. Sono stati inoltre promossi corsi sulla piattaforma di e-learning GoodHabit, disponibile a tutti i dipendenti, per promuovere la valorizzazione delle diversità culturali e per dare un supporto a sconfiggere i meccanismi mentali alla base del pregiudizio. Inoltre, per tutta la direzione HR, le cui persone ricoprono un ruolo strategico in qualità di ambasciatori e facilitatori di buone pratiche in ambito D&I, è stato organizzato un progetto formativo sulle tematiche di diversità e inclusione, scenari demografici e occupazionali, transizione generazionale, parità di genere nelle organizzazioni e segnali di cambiamento delle culture organizzative.

I dati presentati offrono una suddivisione classica dei dipendenti nelle varie **categorie professionali** inclusa quella dei "Giornalisti", tipica del particolare business. Circa il 64% dei dipendenti del Gruppo appartiene alla categoria impiegati, in linea con i dati del 2022, con una distribuzione tra i generi equilibrata.

Come si evince dalle tabelle precedenti, circa il 40% dei dipendenti impiegati dal Gruppo ha un'età compresa tra i 30 e 50 anni, circa il 52% ha un'età superiore a 50 anni, mentre circa l'8% ha un'età inferiore ai 30 anni.

All'interno del Gruppo 202 persone appartenenti a **categorie protette** sono impiegate in diverse ruoli aziendali e sostanzialmente ugualmente ripartiti fra uomini e donne. Questi rappresentano circa il 4% dei dipendenti.

4.3 GESTIONE, ATTRAZIONE E SVILUPPO DELLE PERSONE

L'impegno e la motivazione dei dipendenti sono elementi fondamentali per il successo del Gruppo. A tal fine vengono continuamente offerte **opportunità di crescita professionale**, valorizzando le **diversità** di provenienza, esperienza e competenza.

I processi aziendali interni sono finalizzati a garantire una **corretta valutazione dei dipendenti** a partire sia dalla fase di selezione che in quella successiva di sviluppo professionale e manageriale, attraverso un monitoraggio costante dei percorsi di crescita ed una progettazione di percorsi formativi coerenti.

POLITICHE DI RECRUITING²⁰

Il Gruppo gode da sempre di grande visibilità sul mercato del lavoro e capacità di attrazione, testimoniate dagli oltre **21.000 curricula** pervenuti spontaneamente attraverso la sezione "Lavora con noi" del sito Corporate²¹, collegata ai siti delle società del Gruppo.

In parallelo, il presidio dei moderni **strumenti di recruiting digitali** e la relazione con le principali società di **head-hunting** consentono di poter ricercare ed individuare attivamente i migliori profili sul mercato in relazione alle specifiche esigenze.

²⁰ Le assunzioni effettuate dalle diverse società del Gruppo, in Italia e all'estero, sono regolamentate da appositi protocolli redatti in linea con le politiche del Gruppo, nell'osservanza e rispetto delle previsioni di legge ex D.lgs. 231/01. Tali procedure inoltre tengono conto delle normative locali cui le Società del Gruppo sono assoggettate, ivi incluse le disposizioni inerenti la cessazione del rapporto di lavoro e le previsioni e la disciplina del trattamento retributivo specifico per "espatriati" in caso di distacco all'estero di personale.

²¹ Dato riferito al perimetro italiano del Gruppo

La costante e continua **collaborazione del Gruppo con le principali Università italiane e spagnole** consente infine di contribuire all'offerta formativa di numerosi corsi di laurea e master, attraverso numerose docenze e testimonianze aziendali in aula da parte dei propri manager e offrendo tirocini formativi in azienda a giovani laureandi e laureati.

Il processo di selezione è in ogni caso sempre preceduto da un'attenta **analisi di coerenza quali-quantitativa** circa il dimensionamento degli organici, rispetto alle esigenze organizzative delle aziende e valutando, ove possibile, anche lo sviluppo professionale di risorse interne.

In Italia, nel corso del 2023 sono state effettuate circa 800 interviste, sia per la ricerca di profili con esperienza professionale che per l'offerta di stage formativi.

L'iter di selezione è finalizzato ad individuare le candidature più idonee, sia dal punto di vista delle competenze tecnico professionali, che dal punto di vista delle soft skills, con l'obiettivo di ricercare quelle capacità chiave che l'azienda considera un fattore critico di successo per il raggiungimento degli obiettivi aziendali.

In particolare, il Gruppo ha consolidato negli anni un set di competenze distintive chiave, attinenti all'area cognitiva ed a quella relazionale-emotiva, da ricercare nei processi di selezione di figure dal mercato esterno e da individuare e valutare nella pianificazione di percorsi di sviluppo delle risorse interne.

Tali **soft skills** rappresentano, di fatto, un fattore critico di successo comune a tutte le aree ma differenziate in funzione del ruolo e del grado di seniority, per il raggiungimento degli obiettivi aziendali sia a livello di gruppo che di crescita individuale e si affiancano alle competenze professionali necessarie per ricoprire i vari ruoli organizzativi.

L'osservazione e l'analisi di alcuni comportamenti e atteggiamenti che le persone tendono ad assumere in fase di selezione o di assessment, consentono di stimare le seguenti capacità e competenze significative da proiettare in ambito lavorativo:

- ▣ Leadership – attivazione nei rapporti interpersonali di uno stile appropriato al fine di influenzare e coinvolgere gli altri verso il raggiungimento degli obiettivi del gruppo di appartenenza ponendosi come modello d'esempio;
- ▣ Comunicazione – predisposizione a trasmettere e condividere in modo chiaro e sintetico idee ed informazioni; propensione all'ascolto ed a confronti efficaci;
- ▣ Team working – disponibilità a lavorare e collaborare con gli altri, avendo il desiderio di costruire relazioni positive tese al raggiungimento del compito assegnato;
- ▣ Intelligenza sociale – capacità di muoversi in un contesto complesso tenendo conto dei propri ed altrui atteggiamenti attivando riflessioni consapevoli e obiettive sui propri ed altrui comportamenti;
- ▣ Intelligenza emotiva - capacità di provare emozioni, riconoscerle e viverle in modo consapevole riuscendo così ad essere pienamente assertivi ed espressivi nelle relazioni interpersonali;
- ▣ Affidabilità – capacità di svolgere i propri compiti con scrupolosità e attenzione al contenuto;

- Flessibilità – capacità di sapersi adattare a contesti lavorativi mutevoli, apertura alle novità e disponibilità a collaborare con persone con punti di vista anche diversi dal proprio. Adattamento a situazioni differenti e a cambiamenti di contesto, mostrando interesse per il confronto con idee diverse dalla propria e disponibilità a riorganizzare il proprio pensiero sulla base di nuove informazioni;
- Resistenza allo stress / stabilità emotiva - capacità di reagire positivamente alla pressione lavorativa mantenendo il controllo, rimanendo focalizzati sulle priorità e di non trasferire su altri le proprie eventuali tensioni. Capacità di superare sconfitte ed insuccessi; attenzione al modo in cui vengono gestite le proprie emozioni e controllati gli impulsi in situazioni difficili;
- Fiducia in sé stessi - consapevolezza del proprio valore, delle proprie capacità e delle proprie idee al di là delle opinioni degli altri;
- Problem solving – capacità di fornire possibili alternative di soluzione ad un problema, stimandone l'implicazione sui risultati attesi. È la tendenza a fornire soluzioni concrete che ottimizzano le attività in risposta ai vincoli presenti;
- Apprendimento continuo – riconoscimento delle proprie lacune ed aree di miglioramento, attivandosi per acquisire e migliorare sempre più le proprie conoscenze e competenze.

Al fine di garantire al neo assunto un efficace avvio dell'attività lavorativa, le funzioni interessate presidiano tutte le fasi del processo di inserimento della risorsa, dall'attivazione del **piano di accoglienza** ed inserimento fino al **tutoring** e **coaching**. In particolare nell'ultimo anno è stata rafforzata la strategia di **onboarding**, con lo scopo di far sentire il newcomer parte integrante della realtà aziendale. Grazie al processo di onboarding il newcomer può conoscere e adattarsi in breve tempo al nuovo ambiente, comprendere i valori e la storia dell'Azienda e accelerare l'acquisizione delle conoscenze di base del nuovo contesto lavorativo. Per fare questo è stata introdotta la figura del buddy, che, affiancando il capo e il team del nuovo assunto, accompagna il newcomer nel suo percorso di inserimento. Sono stati previsti poi incontri dedicati a tutti i nuovi assunti, durante i quali vengono fornite informazioni di base sull'organizzazione e sul funzionamento dell'azienda e si favorisce la conoscenza e lo sviluppo di collegamenti trasversali tra i nuovi dipendenti. A questo si affiancano due giornate di formazione ad hoc dedicate allo sviluppo di competenze personali.

Nel Gruppo MFE in Italia, nel corso del 2023, sono state assunte 178 persone a tempo indeterminato, in aumento rispetto all'anno precedente. Gli inserimenti sono avvenuti in particolare nelle aree Tecnologie e Operations, nelle quali è in corso un importante ricambio generazionale ed è sempre più frequente la necessità di inserire figure con competenze specifiche legate all'implementazione di nuove tecnologie, oltre che nell'area commerciale.

Circa il 49% delle persone che sono entrate nel corso dell'anno ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni ed il 44% sono giovani al di sotto dei 30 anni.

Inoltre, in Italia è stata offerta l'opportunità a 255 giovani di effettuare un'**esperienza formativa in stage** della durata media di circa 5 mesi.

Nel corso del 2023, si registra un tasso di entrata pari a circa il 6% in Italia ed a circa l'11% in Spagna, dove sono state assunte 110 persone con un'età inferiore a 30 anni.

NUMERO E TASSI DI NUOVE ASSUNZIONI E DI TURNOVER DEI DIPENDENTI A TEMPO INDETERMINATO PER ETÀ, GENERE E AREA GEOGRAFICA [*]

ITALIA	2023					2022				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
ENTRATE										
Uomini	34	60	7	101	6,0%	27	62	4	93	5,5%
Donne	45	28	4	77	4,9%	30	40	8	78	5,0%
Totale	79	88	11	178	5,5%	57	102	12	171	5,3%
Tasso di entrata %	40,8%	7,1%	0,6%	5,5%		43,3%	8,6%	0,6%	5,3%	
USCITE										
Uomini	2	15	76	93	5,5%	2	14	56	72	4,3%
Donne	6	6	49	61	3,9%	5	16	43	64	4,1%
Totale	8	21	125	154	4,7%	7	30	99	136	4,2%
Tasso di turnover %	4,1%	1,7%	6,9%	4,7%		5,3%	2,5%	5,2%	4,2%	

SPAGNA	2023					2022				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
ENTRATE										
Uomini	47	28	6	81	10,1%	18	21	-	39	4,8%
Donne	63	26	4	93	12,1%	39	24	-	63	8,4%
Totale	110	54	10	174	11,1%	57	45	-	102	6,5%
Tasso di entrata %	78,6%	7,1%	1,5%	11,1%		44,9%	5,5%	0,0%	6,5%	
USCITE										
Uomini	11	24	9	44	5,5%	19	48	19	86	10,5%
Donne	24	19	6	49	6,4%	12	35	22	69	9,2%
Totale	35	43	15	93	5,9%	31	83	41	155	9,8%
Tasso di turnover %	25,0%	5,6%	2,2%	5,9%		24,4%	10,2%	6,5%	9,8%	

ALTRI PAESI	2023					2022				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
ENTRATE										
Uomini	1	3	-	4	23,5%	1	3	-	4	25,0%
Donne	3	1	-	4	33,3%	3	1	-	4	36,4%
Totale	4	4	-	8	27,6%	4	4	-	8	29,6%
Tasso di entrata %	80,0%	28,6%	0,0%	27,6%		66,7%	30,8%	0,0%	29,6%	
USCITE										
Uomini	1	1	1	3	17,6%	1	1	1	3	18,8%
Donne	1	-	1	2	16,7%	1	-	1	2	18,2%
Totale	2	1	2	5	17,2%	2	1	2	5	18,5%
Tasso di turnover %	40,0%	7,1%	20,0%	17,2%		33,3%	7,7%	25,0%	18,5%	

TOTALE	2023					2022				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
ENTRATE										
Uomini	82	91	13	186	7,4%	46	86	4	136	5,4%
Donne	111	55	8	174	7,4%	72	65	8	145	6,3%
Totale	193	146	21	360	7,4%	118	151	12	281	5,8%
Tasso di entrata %	57,0%	7,2%	0,8%	7,4%		44,6%	7,5%	0,5%	5,8%	
USCITE										
Uomini	14	40	86	140	5,6%	22	63	76	161	6,4%
Donne	31	25	56	112	4,8%	18	51	66	135	5,8%
Totale	45	65	142	252	5,2%	40	114	142	296	6,1%
Tasso di turnover %	13,3%	3,2%	5,7%	5,2%		15,1%	5,7%	5,5%	6,1%	

NOTA: Per fornire una rappresentazione più significativa del tasso di turnover del Gruppo MFE, la metodologia di calcolo include al numeratore i soli dipendenti a tempo indeterminato per genere e fasce d'età. I tassi di entrata e di turnover sono calcolati rapportando i totali dei tempi indeterminati degli entrati e degli usciti dell'anno per fasce d'età e genere sul valore medio del numero dei dipendenti per le medesime fasce d'età. Vengono esclusi dal computo gli ingressi e le uscite generati da variazioni di perimetro dovute ad acquisizioni e cessazioni nel periodo di rendicontazione.

POLITICHE RETRIBUTIVE

All'interno del Gruppo MFE i livelli retributivi dei dipendenti sono determinati attraverso una valutazione effettuata dalla Direzione Risorse Umane e dai Responsabili di Business che, con l'obiettivo di garantire la competitività dei livelli retributivi interni rispetto a benchmark di mercato, tiene conto dell'ambito di responsabilità, della mansione svolta e dei principi di equità interna, indipendentemente dal sesso dei dipendenti, oltre che della necessità di mantenere un livello di attrattività e retention per le risorse chiave. A tal fine, in funzione del ruolo, possono essere adottati tutti i moderni **strumenti retributivi ad integrazione della retribuzione fissa**, quali ad esempio: patti di non concorrenza, incentivi variabili di breve e lungo termine, oltre al sistema di welfare e benefit di cui beneficiano i dipendenti del Gruppo²². Per supportare la valutazione sull'equità e sulla competitività dei pacchetti retributivi, il Gruppo fa ricorso a **strumenti di indagine e benchmark retributivi** forniti da primarie società di consulenza specializzate.

In merito ai criteri di remunerazione degli organismi apicali, si rimanda alla relazione sulla remunerazione contenuta all'interno del Bilancio Consolidato del Gruppo MFE al 31 Dicembre 2023.

Con riferimento a quanto richiesto dagli standard GRI, il rapporto tra la retribuzione totale annuale della persona che riceve il massimo compenso e la retribuzione totale mediana di tutti i dipendenti del Gruppo (esclusa la suddetta persona²³) per l'esercizio 2023 è pari a circa 56 volte.

Per quanto concerne il rapporto²⁴ fra l'aumento percentuale della retribuzione totale annuale della persona che riceve la massima retribuzione e l'aumento percentuale mediano della retribuzione totale annuale di tutti i dipendenti (esclusa la suddetta persona), per l'esercizio 2023 è pari a circa 2 volte.

FORMAZIONE

Il Gruppo è costantemente impegnato nel progettare efficaci **attività di formazione manageriale, professionale** e sui temi di **sostenibilità**, oltre a quelle legate agli **adempimenti di legge**, al fine di sviluppare ed accrescere le competenze e le capacità personali dei propri dipendenti, ritenute un fattore critico di successo per sostenere lo sviluppo dei propri business. Nel corso del 2023 ogni ambito di attività formative è stato presidiato avendo cura di erogare corsi funzionali ai bisogni della popolazione aziendale.

La definizione dei progetti formativi viene delineata in coerenza con le esigenze di sviluppo delle competenze professionali e delle abilità manageriali, in linea con il contesto di business ed i nuovi modelli organizzativi, con le necessità di adeguamento delle competenze legate ai processi di evoluzione tecnologica nonché in relazione agli obiettivi ESG definiti dal Gruppo MFE.

Oltre a leggere e interpretare i principali trend di sviluppo e gli scenari evolutivi del Gruppo che possono essere oggetto di progettazione formativa, viene attivato un **monitoraggio delle esigenze di formazione** con il

²² In particolare, la politica di remunerazione applicata ai dirigenti apicali del Gruppo è dettagliata nell'ambito della Relazione per la Remunerazione 2023.

²³ Per il calcolo dell'indicatore è stata utilizzata la Retribuzione Totale Annuata (RTA). Il valore della mediana è il medesimo che si otterrebbe includendo in aggiunta anche il valore del sistema di lungo termine, non incluso nella RTA. Il sistema di breve termine è incluso a target (100%, senza destinazione al breve termine).

²⁴ Nel 2023 sia la retribuzione totale annua della persona più pagata dell'organizzazione, sia la retribuzione della mediana escluso il più pagato sono aumentate. Per tale motivo è stato possibile calcolare il requisito b dell'informativa GRI 2-21. Nello specifico per tale lettera b, il Gruppo MFE ha calcolato gli incrementi percentuali della retribuzione del più pagato, della mediana escluso il più pagato e calcolato il rapporto tra i due.

coinvolgimento della Direzione Organizzazione e Sviluppo, che decodifica necessità peculiari di crescita delle abilità personali di popolazioni trasversali al Gruppo, e della funzione di Gestione Risorse Umane. In parallelo, il monitoraggio dell'evoluzione della normativa consente di presidiare efficacemente l'erogazione degli interventi formativi previsti dal quadro di legge.

L'offerta formativa è erogata attraverso diverse **modalità**, quali corsi in presenza, conferenze, attività laboratoriali, corsi online e webinar scelti in funzione degli specifici obiettivi e contenuti dell'iniziativa e delle specificità dei destinatari, al fine di massimizzare l'efficacia e l'efficienza dell'attività didattica.

Nel corso del 2023 è proseguito il trend di diffusione delle **modalità di formazione digitali**, sia tramite corsi svolti in aule a distanza o webinar, sia attraverso il ricorso ad oggetti formativi online che ogni dipendente può scegliere di frequentare attraverso il Portale Formazione. In tale ambito, ogni dipendente può accedere liberamente a due piattaforme di e-learning che contengono una pluralità di corsi e contenuti. Tale possibilità formativa viene costantemente supportata da azioni di comunicazione e ingaggio sulla Intranet aziendale.

In alcune occasioni, specifici corsi online sono stati assegnati a gruppi di persone che hanno frequentato corsi in aula, al fine di ampliare o integrare i contenuti trattati. L'adozione di strumenti digitali per la formazione consente infatti sia di allargare la diffusione di contenuti formativi, sia di incrementare le competenze digitali di tutti i dipendenti, che possono sperimentare un modo nuovo di fare formazione in una modalità piacevole e tramite l'autoapprendimento. Questa evoluzione è in linea con i processi di digitalizzazione che il Gruppo sta affrontando, nonché coerente ed integrata con il modello di Smart Working adottato.

Nel complesso, le azioni intraprese hanno portato a risultati formativi significativi, in quanto le persone sono state coinvolte e seguite in attività che hanno riscosso un alto livello di adesione e gradimento.

Di seguito sono descritte le iniziative più significative realizzate nel corso del 2023 in Italia.

La **formazione manageriale** nel corso dell'anno è stata progettata intorno alle esigenze di diversi segmenti di popolazione, tenendo conto delle specificità del contesto aziendale, inteso sia come comunità sociale che come insieme di diverse identità professionali, nonché della trasformazione dei processi interni.

In particolare, nel corso dell'anno è emersa la volontà di lavorare in un'ottica trasversale a tutte le aree del Gruppo attraverso due progetti specifici: uno rivolto ai neoassunti e uno diretto ai Dirigenti.

Tutte le persone entrate in azienda nell'arco di un anno sono state coinvolte in un corso dal titolo "InMediaset", che ha avuto come obiettivo il potenziamento di alcune specifiche capacità personali importanti, specie nelle fasi in cui si entra in contatto con una nuova realtà lavorativa, per individuare leve motivazionali e obiettivi professionali gestendo al meglio le logiche organizzative. Tra le altre, sono state trattate tematiche quali l'intelligenza sociale e la consapevolezza di sé, in un'ottica di influenzamento e proattività nel rispetto della cultura e dei valori fondanti del Gruppo.

All'intera popolazione dei Dirigenti è stata erogata un'iniziativa, dal titolo "Storie di Innovazione", nella convinzione che, poiché la storia Gruppo si fonda su capacità innovative e creative, questo imprinting vada costantemente coltivato. L'iniziativa ha avuto come focus progettuale l'atteggiamento innovativo, quale elemento fondamentale del mindset manageriale, da sviluppare per progettare e condurre i processi aziendali. Durante tre momenti di incontro e confronto con testimoni esterni ed interni al Gruppo, sono state condivise

esperienze e conoscenze che stimolassero ad affrontare con coraggio e determinazione le nuove sfide di innovazione tecnologica e a mantenere un atteggiamento open minded nella progettazione e nella conduzione dei processi di cambiamento aziendali.

In ottica di wellbeing e di attenzione alla persona, anche nel 2023 è stato attivato per tutti i dipendenti uno Sportello di ascolto e supporto psicologico a distanza. Il servizio è gestito in collaborazione con una società esterna che, garantendo alla persona anonimato e riservatezza, consente al dipendente di parlare, via telefono o video, con uno psicologo certificato. Il dipendente può quindi rivolgersi allo Sportello in qualsiasi momento ne senta il bisogno, per affrontare situazioni e circostanze afferenti alla sfera privata o professionale.

In continuità con gli scorsi anni è proseguito il progetto di sviluppo focalizzato all'individuazione delle competenze manageriali chiave, attraverso sessioni di incontri individuali di coaching per un numero selezionato di dirigenti.

In relazione alle **attività di stampo professionale**, sono state svolte attività mirate ad incrementare competenze tecniche e conoscenze specifiche di mestiere. Le attività in tale ambito sono state spesso dettate da esigenze di upgrade tecnologico, in particolare per le aree tecnico-produttive, in cui la tecnologia agisce come fattore abilitante all'innovazione di processi aziendali e di competenze delle persone.

È proseguita, come negli scorsi anni, la realizzazione di progetti di natura tecnica per risorse dell'Area Operazioni, volti, in particolare, all'apprendimento di competenze funzionali all'utilizzo di nuove tecnologie tipiche di apparati di studio in ambito produzione tv.

In coerenza con un'importante innovazione tecnologica a supporto dei processi interni nella gestione dei contratti in ambito editoriale, è stata realizzata un'ampia attività di formazione per consentire alle persone di conoscere e utilizzare al meglio un applicativo di nuova generazione che viene impiegato in diverse aree aziendali e che richiede alle persone un approccio evoluto allo strumento digitale.

Nell'ambito delle Concessionarie è proseguito, in continuità con l'esercizio precedente, il progetto di incremento e allineamento di conoscenze sui prodotti pubblicitari, denominato "One Vision". Tale attività ha visto impegnati sia neoassunti che personale di maggiore anzianità aziendale, in un percorso comune di approfondimento delle caratteristiche dell'ampia offerta pubblicitaria sui diversi media (tv, stampa, radio, digital...) che le concessionarie offrono sul mercato degli investitori pubblicitari. Le conoscenze richieste a chi opera in ambito commerciale sono sempre più ampie e diversificate, oltre che in costante evoluzione, e devono essere oggetto di aggiornamento. Il programma è stato costruito attingendo alle competenze di professionisti interni all'azienda che hanno svolto il ruolo di docenti in una relazione di vero e proprio accompagnamento all'apprendimento dei colleghi. Il progetto è stato organizzato utilizzando diverse modalità didattiche, dalle aule in presenza all'erogazione di contenuti digitali, quali video e presentazioni, ai test di apprendimento.

Altri progetti di taglio professionale sono stati dedicati a temi specifici, tra cui si segnalano il corso di Project Management per persone che devono organizzare in ottica progettuale la loro attività, corsi per l'upgrade di conoscenze per l'utilizzo di sistemi di grafica e montaggio e un ampio programma volto a incrementare sensibilità e conoscenze sul tema della sicurezza dei dati, gestito da docenti interni e rivolto a figure coinvolte nei processi di tecnologia. Si è svolto inoltre, per un definito target di persone, un primo progetto avente come obiettivo la conoscenza di alcuni strumenti di IA Generativa, che sono oggetto di osservazione e di primi utilizzi nel mondo professionale e che pertanto richiedono di essere conosciuti e valutati per le loro potenzialità, presenti e future.

Come di consueto, sono stati erogati corsi finalizzati all'adeguamento delle conoscenze del personale di staff su contenuti specialistici di singole aree, con attenzione a quelle che necessitano di un costante aggiornamento su tematiche di scenario esterno o di ambito legislativo. Sono inoltre sempre disponibili corsi mirati all'approfondimento di strumenti di Office (gestiti esclusivamente in modalità di autoapprendimento digitale).

È proseguita infine la **formazione linguistica** con corsi individuali dedicati a chi deve migliorare la conoscenza di una lingua straniera, erogati attraverso una piattaforma che dà la possibilità di effettuare lezioni a distanza via video con docenti madrelingua.

Il 2023 ha visto proseguire e consolidare attività formative in **ambito ESG**. Si è lavorato su progetti con contenuti dedicati a temi principalmente in ambito Environment e Social, con contenuti di divulgazione e sensibilizzazione connessi alle Linee Guida ESG adottate dal Gruppo. La **Sostenibilità** è stata identificata come tema chiave su cui fornire conoscenze, affinare sensibilità e dare consapevolezza intorno a tematiche che coinvolgono e toccano persone e azienda allo stesso tempo.

In questo ambito è stato erogato a tutta la popolazione aziendale un corso in e-learning dal titolo "D&I: il valore della diversità e dell'inclusione", i cui contenuti sono stati mirati alla valorizzazione delle diversità e alla considerazione dell'importanza dell'inclusione, elementi ritenuti centrali nella cultura del Gruppo Mediaset, coerenti con le Linee di indirizzo in materia di Sostenibilità approvate dal Consiglio di Amministrazione di MFE.

In ambito Environment è stato proposto un webinar dal titolo "Gli impatti del cambiamento climatico su acqua e habitat", avente l'obiettivo di informare e sensibilizzare sui fenomeni di climate change in atto e sulle relative conseguenze, con un focus sull'habitat naturale e sul rischio di siccità, ma anche di valutare le possibili soluzioni da intraprendere per fronteggiare questo incombente problema.

In ambito Social è stato organizzato uno specifico progetto sulle tematiche D&I per tutta la direzione HR, le cui persone, indirizzando le politiche volte ad individuare, integrare e valorizzare l'eterogeneità presente in azienda, nonché ad attrarre i talenti sul mercato del lavoro, ricoprono un ruolo strategico in qualità di ambasciatori e facilitatori di buone pratiche in ambito D&I. Focus del progetto sono state la trasmissione di conoscenze e la condivisione di riflessioni su tematiche di diversità e inclusione, scenari demografici e occupazionali, transizione generazionale, parità di genere nelle organizzazioni e segnali di cambiamento delle culture organizzative.

Le attività di formazione legate a temi ESG sono state supportate da una costante attività di comunicazione sulla Intranet aziendale, in modo da incentivare la partecipazione dei dipendenti esprimendo loro il forte impegno dell'azienda nel diffondere la cultura della Sostenibilità. Per rafforzare questo impegno, anche nel 2023 è stato previsto all'interno del Sistema di incentivazione di breve termine del top management e di alcuni altri manager uno specifico obiettivo relativo al numero di ore di formazione ESG erogate ai dipendenti. L'azienda si è impegnata ad erogare nel 2023 un totale di 3.300 ore di formazione sulla Sostenibilità, raggiungendo pienamente l'obiettivo attraverso l'erogazione di 6.352 ore.

In riferimento agli **adempimenti di legge** sono state realizzate iniziative previste in ottemperanza alle normative, ponendo attenzione alle specificità aziendali.

In particolare, in materia di Sicurezza e Salute, sono state erogate le attività formative destinate ai nuovi inserimenti e a figure con ruoli previsti dal Sistema di Gestione Sicurezza del Gruppo. È proseguito il progetto di

Aggiornamento Lavoratori sia in aula (programma Fondamenti di Primo Soccorso) che con l'erogazione di un corso online di due ore. Sono stati attivati, in coerenza con le prescrizioni del D.lgs 81, corsi in relazione alle esigenze legate alle figure interne del Sistema di Gestione della Sicurezza di Gruppo. Tutte le attività hanno alla base l'intento di rendere le persone consapevoli del valore della cultura della Sicurezza e Salute sui luoghi di lavoro che il Gruppo persegue.

In ambito Privacy è stato progettato internamente ed erogato a tutta la popolazione aziendale un nuovo corso dal titolo "Privacy: dai principi generali al modello organizzativo. Il corso, della durata di circa un'ora, ha ripercorso i principi del GDPR e il modello organizzativo del Gruppo, fornendo le conoscenze fondamentali per il corretto trattamento dei dati personali.

Sulle tematiche legate agli adempimenti normativi, ed in particolare in tema di formazione ed informazione circa il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo istituito ai sensi del D. Lgs 231, della Privacy e della Sicurezza, viene erogata all'atto dell'assunzione del personale una specifica attività formativa, di norma attraverso una modalità formativa online. I nuovi assunti vengono inoltre informati sulle modalità di consultazione del Codice Etico di Gruppo e del modello organizzativo. Infine, all'interno della intranet aziendale, in qualsiasi momento, tutti i dipendenti possono accedere a tale documentazione.

In tema di relazioni sindacali, nell'ambito di una logica di confronto con le rappresentanze dei lavoratori, da anni è stata istituita una Commissione Bilaterale per la formazione (composta da membri dell'azienda e rappresentanze sindacali) con il compito di:

- ▣ contribuire a monitorare i fabbisogni formativi connessi all'esigenza di mantenere livelli di professionalità adeguata all'evoluzione produttiva dell'azienda;
- ▣ formulare indicazioni in materia di progetti e mezzi di aggiornamento professionale delle risorse umane, con particolare riferimento ad iniziative in materia di formazione continua, in relazione alle sempre più rapide evoluzioni tecnologiche ed ai temi riguardanti la salute e la sicurezza sui luoghi di lavoro;
- ▣ promuovere, analizzare e sottoscrivere progetti/piani formativi sia annuali che periodici da sottoporre ai fondi interprofessionali nell'ambito del ricorso alla formazione finanziata;
- ▣ promuovere periodiche analisi quali-quantitative dell'attività di formazione effettuata.

Anche nel 2023 sono state utilizzate in modo strutturale le risorse provenienti dai Fondi Paritetici Interprofessionali: Fondimpresa per la formazione di Quadri ed Impiegati e Fondirigenti per i Dirigenti, per finanziare una parte consistente delle attività formative erogate.

NUMERO ORE DI FORMAZIONE PRO-CAPITE MEDIE ANNUE PER CATEGORIA PROFESSIONALE E GENERE

GRUPPO MFE	Uomini		Donne		Totale 2023	
	N. di ore	Ore pro-capite	N. di ore	Ore pro-capite	Ore totali	Ore pro-capite
Dirigenti	3.245	14	2.343	22	5.588	17
Giornalisti	1.047	3	1.208	4	2.255	4
Quadri	4.854	12	4.853	12	9.707	12
Impiegati e operai	15.826	10	15.445	10	31.271	10
Totale	24.971	10	23.849	10	48.820	10

GRUPPO MFE	Uomini		Donne		Totale 2022	
	N. di ore	Ore pro-capite	N. di ore	Ore pro-capite	Ore totali	Ore pro-capite
Dirigenti	2.087	9	1.086	11	3.173	9
Giornalisti	1.394	4	1.190	4	2.585	4
Quadri	4.471	12	3.710	9	8.181	10
Impiegati e operai	11.111	7	10.970	7	22.081	7
Totale	19.063	8	16.956	7	36.019	7

NOTA: Le ore di formazione pro-capite utilizzano come denominatore il dato medio dei dipendenti per inquadramento e genere. Inoltre, le ore di formazione degli operai sono state imputate insieme alla categoria impiegati.

NUMERO DIPENDENTI CHE RICEVONO FORMAZIONE O COMUNICAZIONE SULLE PRATICHE ANTICORRUZIONE PER CATEGORIA PROFESSIONALE

GRUPPO MFE	2023	%	2022	%
Dirigenti	28	8%	294	86%
Giornalisti	37	6%	560	91%
Quadri	47	6%	792	101%
Impiegati	387	13%	3.050	99%
Operai	-	0%	25	96%
Totale	499	10%	4.721	98%

N.B.: eventuali percentuali al di sopra del 100% sono causate da fluttuazioni tra il numero di dipendenti che hanno ricevuto formazione durante l'anno (compresi eventuali dipendenti cessati) e il numero medio di dipendenti per la categoria di riferimento.

Nel 2023 la formazione sulle tematiche afferenti ai **diritti umani** ha coinvolto, in tutto il Gruppo MFE, 1.620 persone e sono state erogate 2.161 ore di formazione.

Complessivamente il Gruppo nel corso del 2023 ha erogato **48.820 ore** di formazione, in aumento del 36% rispetto al 2022.

La formazione delle persone e la gestione dei talenti sono elementi critici per la strategia aziendale del **Gruppo MFE in Spagna** poiché consentono un rapido adattamento alle esigenze dinamiche dell'ambiente in cui opera.

Nel corso del 2023 sono state erogate circa oltre 11.000 ore di formazione. Tra le iniziative principali si evidenziano corsi di formazione in tema di infortunistica e prevenzione rischi in materia di salute e sicurezza, compliance, corsi di formazione su programmi di sviluppo di leadership, coaching per dirigenti, corsi di sviluppo manageriale dedicato esclusivamente alla popolazione lavorativa femminile. In particolare si evidenzia, nel corso del 2023, corsi di Lingua straniera (3.052 ore), corsi di formazione sul digitale (1.802 ore) e corsi di inserimento all'attività lavorativa (2.934 ore).

Dato il ruolo strategico ricoperto dall'innovazione, il piano formativo dedica gran parte delle ore di formazione per corsi di informatica e utilizzo dei nuovi software. In continuità con gli anni precedenti, il Gruppo MFE in Spagna offre anche corsi di prevenzione dei rischi sul lavoro (1.005 ore).

Come indicato in dettaglio precedentemente, le aree di formazione più rilevanti durante il 2023 sono state quelle legate allo sviluppo delle competenze in tema di formazione linguistica, competenze digitali ed inserimento all'attività lavorativa.

Nel 2023 è iniziata, inoltre, una campagna di formazione sulla cybersecurity per l'intera azienda che si estenderà fino al 2024.

In definitiva, oltre il 70% della forza lavoro di MFE in Spagna ha ricevuto qualche tipo di formazione nel 2023.

Ricordiamo inoltre il programma di borse di studio per i dipendenti del Gruppo, nell'ambito del Master in Creazione e Gestione dei Contenuti Audiovisivi. Tale percorso di studi non solo fornisce conoscenze multidisciplinari sull'attività del Gruppo con l'aiuto di un corpo docente esperto, ma aiuta gli studenti ad acquisire e sviluppare competenze chiave e abilità per lo sviluppo professionale nel settore audiovisivo.

La 13ª edizione del Master in Creazione e Gestione dei Contenuti Audiovisivi dell'Università Europea di Madrid, inaugurata nel novembre 2022 e sviluppata nel 2023, ha visto la partecipazione di 24 studenti.

Nel corso del 2023, sono stati assunti 4 studenti provenienti dal Master.

Non vanno dimenticati gli accordi di collaborazione con Università Pubbliche, Private e Business School, al fine di promuovere stage in azienda per gli studenti. Tale attività garantisce la creazione di un futuro serbatoio di nuovi professionisti ai quali l'azienda potrà accedere in futuro per soddisfare le sue esigenze in termini di nuove risorse umane.

Nel corso del 2023, hanno partecipato a questi stage aziendali 260 studenti provenienti da università e istituti di formazione professionale.

53 sono poi stati assunti tramite Agenzie di Lavoro Temporaneo (ETT).

A tutto ciò si aggiunge il programma "Showrunner: Fiction Classroom", lanciato nell'ottobre 2019 e tenuto congiuntamente da MFE Spagna e dalla Scuola Superiore di Cinema e Audiovisivi della Catalogna (ESAC).

In questo programma, professionisti attivi nel settore cinematografico e televisivo, formano gli studenti attraverso un percorso che consentirà loro di acquisire l'esperienza e le conoscenze necessarie per diventare esperti nella produzione di contenuti fiction.

Nel 2023, è stato continuato il programma di borse di studio "Sumas Talento" per il Diploma di interpretazione e creazione audiovisiva della Scuola di Cinema Audiovisivo di Madrid (MADS), tramite il quale sono state assegnate borse di studio da parte del Gruppo MFE in Spagna (n. 5 borse di studio per studenti che hanno fatto parte del programma).

4.4 WELFARE E WELL-BEING

Tutte le società del **Gruppo MFE** hanno definito diversi sistemi di welfare aziendale coerentemente con le politiche sulle risorse umane che collocano da sempre la persona al centro del sistema aziendale.

Nel 2023 questa centralità è stata rafforzata attraverso la dichiarazione, tra le **linee guida di Sostenibilità** adottate dal CdA di MFE, di uno specifico impegno nel riconoscere ed apprezzare il valore, l'esperienza e la professionalità delle risorse umane, valorizzando le differenze e le caratteristiche di ognuno, creando un contesto positivo e orientato al futuro. In termini di welfare il Gruppo si è quindi ulteriormente impegnato a mantenere gli elevati standard di eccellenza raggiunti, sia in termini di livello di investimento sia di varietà e innovazione dell'offerta di servizi, ponendo particolare attenzione alla soddisfazione dei dipendenti e alla loro crescita personale e professionale affinché esprimano il proprio potenziale in tutte le fasi della carriera.

Da oltre dieci anni è attivo presso le sedi di Milano e Roma il **Mediacenter**, frutto di un importante progetto finalizzato alla creazione di condizioni di contesto ottimali per favorire il miglior equilibrio tra vita professionale e vita personale. In particolare si tratta di uno spazio all'interno delle sedi aziendali che raccoglie una serie di servizi utili e concreti per il miglioramento della qualità della vita di chi opera per il Gruppo.

Grazie ai suoi 3.000 metri quadri complessivi, Mediacenter è ritenuto uno dei welfare store più utili e accoglienti d'Italia. I servizi offerti, affidati in gestione ad operatori esterni selezionati per la loro esperienza specifica nei settori di riferimento, riguardano la cura della persona e le attività necessarie al menage familiare: centro medico, che eroga gratuitamente ai dipendenti prestazioni mediche di specialisti dell'Ospedale San Raffaele;

- ▣ centro fitness;
- ▣ mini market;
- ▣ servizi di lavanderia/riparazioni sartoriali;
- ▣ banca;
- ▣ sportello postale;
- ▣ libreria;
- ▣ parafarmacia;
- ▣ area shopping;
- ▣ ristorazione (bar, paninoteca e ristorante).

Sono inoltre attive numerose convenzioni siglate con istituti bancari, assicurazioni ed oltre un centinaio di operatori commerciali attivi online o nei pressi delle principali sedi del Gruppo. In particolare, nell'ultimo anno sono state siglate diverse convenzioni di carattere "ESG", volte a sostenere uno sviluppo sostenibile perché consentono di promuovere e porre attenzione a tematiche quali la tutela dell'ambiente, l'impatto sociale, il benessere, la riduzione degli sprechi.

Il rinnovo dell'accordo integrativo aziendale per l'area televisiva, siglato a fine 2023, ha previsto l'introduzione di una piattaforma welfare che permetterà l'accesso ai flexible benefit e andrà ad integrare l'ampia gamma di servizi già messi a disposizione dei dipendenti, rafforzando ulteriormente il welfare aziendale.

Il Gruppo inoltre è da anni impegnato, insieme agli enti pubblici locali, ad offrire ai propri dipendenti **servizi di trasporto e mobilità** attraverso navette aziendali che collegano le Sedi del Gruppo durante tutto l'arco della giornata (giorni festivi inclusi per quanto riguarda i poli produttivi) alle principali stazioni della metropolitana e/o ferroviarie limitrofe. Il servizio è frutto di un' articolata analisi dei tragitti casa – lavoro di tutto il personale del Gruppo delle sedi di Milano e Roma, realizzata in collaborazione con il Dipartimento di Architettura e Pianificazione (DIAP) del Politecnico di Milano, finalizzata ad ottimizzare percorsi ed orari dei servizi di trasporto e limitare il disagio legato al raggiungimento del luogo di lavoro, sia in termini di ottimizzazione dei tempi che di accumulo di stress. Il Gruppo ha attivato con soggetti pubblici e privati accordi di utilizzo di spazi destinati ai parcheggi nelle ore lavorative e ha stipulato accordi quadro con il trasporto pubblico locale per abbonamenti a tariffe agevolate per i dipendenti pagabili con addebito sul cedolino.

Nel 2012 è stato inoltre costituito presso la Sede di Cologno un **Campus aziendale** con caratteristiche architettoniche specifiche volte a collegare tutti i palazzi ed i siti produttivi dell'headquarter del Gruppo in una logica maggiormente funzionale rispetto all'utilizzo degli spazi di lavoro ed all'integrazione delle aree aziendali, realizzato grazie anche ad un accordo con il Comune di Cologno Monzese che ha ceduto al Gruppo la via Cinelandia in cambio della riqualificazione di viale Europa, su cui si affaccia la sede di MFE.

GRUPPO MFE	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	2.491	2.231	4.722	2.459	2.127	4.586
Part-time	48	201	249	55	217	272
Totale	2.539	2.432	4.971	2.514	2.344	4.858

Il Gruppo tutela la maternità e le fasi di rientro all'attività lavorativa dopo la nascita dei figli grazie ad una importante iniziativa aziendale, l'**Asilo nido** che, dal 2004, può ospitare i figli dei dipendenti fino ai 3 anni di età; tale soluzione consente ai genitori di affidare, presso il luogo di lavoro, i propri bambini ad educatori specializzati durante tutto l'orario in cui si presta l'attività professionale, evitando al genitore di sacrificare tempo e denaro per la cura e l'affidamento dei propri bambini nelle ore giornaliere.

Nel 2022 si è avviato un importante progetto di **ripensamento dei luoghi di lavoro**, intrapreso anche a seguito dei cambiamenti introdotti dal nuovo modello di smart working nel post pandemia, che ha portato il Gruppo a chiedersi come rivedere e rendere più funzionali gli uffici generando valore per i dipendenti nei giorni in cui sono presenti in sede. I principali obiettivi del progetto sono stati:

- creare occasioni di collaborazione e scambio di idee, fondamentali per stimolare l'innovazione;
- garantire la socialità, resa più complessa dal modello ibrido di lavoro;
- rinforzare il senso di appartenenza e testimoniare l'idea di un'azienda innovativa e accogliente;
- supportare al meglio il lavoro a distanza fra persone che collaborano pur trovandosi in luoghi diversi.

L'iniziativa è stata intrapresa con il supporto di uno studio di architettura specializzato nella progettazione di ambienti di lavoro di nuova concezione che, partendo da questi obiettivi, attraverso interviste, workshop e focus group, ha realizzato un concept per l'implementazione di un progetto pilota, che si è realizzato con la ristrutturazione completa dei primi tre piani del palazzo di Viale Europa 46.

Nel 2023 MFE, in continuità con lo scorso anno, ha aderito al **programma WHP (Workplace Health Promotion)**, promosso dalla Regione Lombardia, che ha consentito al Gruppo di ottenere il riconoscimento Europeo di "Luogo di lavoro che promuove la salute" (ENWHP) grazie a tutti i progetti precedentemente elencati e a nuove iniziative promosse durante l'anno, quali le campagne "Mediaset ha a cuore il futuro" per la prevenzione del tumore al seno, sulla salute mentale e sulla tutela delle donne vittime di violenza, nonché le iniziative volte a promuovere il benessere del dipendente, tra cui l'attivazione di uno sportello di ascolto e psicologico a distanza a cui tutti i dipendenti possono accedere in maniera gratuita ed anonima. Nell'ambito delle attività del Programma WHP, inoltre, è stato proposto ai dipendenti un questionario per valutare la consapevolezza diffusa sul tema dello spreco alimentare e per proporre, a seguito della condivisione delle risultanze del questionario, spunti di riflessione utili ad accrescere la consapevolezza del rapporto tra spreco alimentare e sostenibilità.

Nel 2023 si è anche avviata una collaborazione con AVIS, che ha messo a disposizione per una giornata nelle sedi di Milano e Roma unità mobili per la donazione del sangue, a cui hanno aderito numerosi dipendenti dimostrando un grande spirito di solidarietà e attenzione verso il prossimo. La realizzazione dell'iniziativa presso le sedi aziendali ha permesso di sensibilizzare verso la donazione del sangue, facilitando la concretizzazione di questo atto di altruismo.

La Intranet Aziendale è un efficace strumento di informazione e condivisione che ospita e diffonde tutte le disposizioni aziendali, le procedure organizzative, i servizi per i dipendenti e le novità del Mediacenter e pubblica numerose news per comunicare le attività in corso nelle diverse aree aziendali e aggiornare le proprie risorse sulle iniziative del Gruppo in tema di sostenibilità, campagne sociali, progetti editoriali, innovazioni produttive e tecnologiche, attività formative, acquisizione di diritti, eventi radiofonici, nuove partnership e molto altro. La intranet è anche lo strumento attraverso cui vengono messi a disposizione i collegamenti a molteplici applicativi aziendali e i servizi del portale risorse umane (cedolini, documenti personali, gestione delle presenze, contratti e modulistica) e tramite il quale viene rafforzata la diffusione di survey per raccogliere l'opinione o l'esperienza dei dipendenti su alcune tematiche specifiche.

BENEFIT

I benefit previsti per i lavoratori del **Gruppo MFE** in Italia sono di natura prevalentemente previdenziale ed assistenziale. Per tutti i dipendenti sono previsti un piano di assistenza sanitaria integrativo, la polizza assicurazione infortuni h24 ed il fondo di previdenza integrativa. L'azienda inoltre garantisce l'integrazione al trattamento di legge previsto per la maternità a tutti i suoi dipendenti. A tali benefit si aggiungono, per i dirigenti, la polizza vita e l'invalidità permanente da malattia, nonché l'auto aziendale in funzione del ruolo ricoperto.

La Società **Publieurope**, oltre alla revisione annuale della retribuzione dei propri dipendenti, corrisponde benefits di natura sanitaria ed assistenziale.

Il **Gruppo MFE in Spagna** si cura dei propri dipendenti garantendo una vasta gamma di benefit volti a favorire un più ottimale bilanciamento tra vita lavorativa e vita privata. Tali benefit si estendono dalla possibilità di usufruire di una navetta aziendale o dal parcheggio gratuito sul luogo di lavoro, alla mensa aziendale, di cui ne beneficiano tutti i lavoratori, fino alle assicurazioni sanitarie per coniugi e figli (fino ai 25 anni), ai check up medici obbligatori e/o facoltativi fino alle assicurazioni integrative per le assenze dovute alla cura dei figli o dei parenti.

ORARIO DI LAVORO

Il Gruppo da anni ha individuato ed applicato strumenti concreti che favoriscono la conciliazione dei tempi dedicati alla vita privata e a quella professionale, favorendo l'incontro tra domanda ed offerta di flessibilità sul luogo di lavoro, coerentemente con le necessità ed opportunità caratteristiche del business televisivo.

In tal senso con le organizzazioni sindacali è stata definita contrattualmente una varietà di orari di lavoro che risponde con flessibilità sia alle esigenze aziendali che a quelle dei lavoratori; in particolare, salvo diverse e peculiari necessità operative delle varie strutture organizzative, per la maggior parte dei dipendenti vi è facoltà di prendere servizio ogni giorno in maniera flessibile fra le ore 9.00 e le ore 10.30, mentre i restanti lavoratori, impegnati in ambiti produttivi, beneficiano di un orario giornaliero su 7 ore, anziché 8.

Gestionalmente sono poi concesse trasversalmente su tutte le aree aziendali riduzioni di orario al personale che ne fa richiesta, ove ne sussistano le condizioni tecnico organizzative e dove la mansione lo consenta; ad oggi 249 persone dell'intero Gruppo MFE usufruiscono del contratto part-time.

A partire dal 2019 il Gruppo ha avviato il progetto **Smart Working**, che, partito con fasi pilota, ha subito una forte accelerazione nei primi mesi di emergenza pandemica. A seguito della necessaria applicazione in maniera generalizzata durante il periodo di emergenza, il Gruppo MFE ha valutato e ritenuto che lo stesso potesse costituire una nuova modalità strutturale di esecuzione della prestazione lavorativa, rappresentando un fattore abilitante del miglioramento della produttività, dello sviluppo della digitalizzazione, di valorizzazione delle professionalità e del lavoro per obiettivi, di promozione della sostenibilità sociale, economica ed ambientale nonché uno strumento di bilanciamento tra le esigenze produttive ed organizzative dell'impresa e quelle di conciliazione tra i tempi di lavoro e la vita personale dei lavoratori. Alla luce di ciò il Gruppo ha definito un nuovo approccio all'organizzazione del lavoro caratterizzato da una sinergica interazione fra flessibilità, autonomia, responsabilità e collaborazione. A tal fine il Gruppo MFE ha sottoscritto con le OOSS nel mese di maggio 2021 un accordo sindacale di natura sperimentale, confermato in via definitiva nel dicembre 2022, volto a disciplinare i principi su cui si fonda la nuova modalità organizzativa di svolgimento della prestazione lavorativa.

Il Nuovo Modello Smart Working adottato dal Gruppo prevede una combinazione di prestazioni lavorative svolte a distanza e di attività svolte presso la sede aziendale di appartenenza secondo la logica "almeno 1": le attività lavorative possono essere svolte almeno un giorno alla settimana da remoto e almeno un giorno alla settimana in sede, attraverso una pianificazione settimanale definita all'interno delle singole strutture, che tiene conto sia delle esigenze tecniche, organizzative e produttive aziendali sia di quelle personali dei lavoratori interessati.

4.5 RELAZIONI SINDACALI

Il Gruppo MFE da anni ha instaurato e costruito un sistema di relazioni sindacali ed industriali consolidato ed efficace, a tutti i livelli di rappresentanza.

Le tematiche tipicamente oggetto di confronto e informativa sono rappresentate dall'organizzazione del lavoro in termini di mansioni, inquadramenti e processi, dall'andamento economico dell'impresa, dalla evoluzione dell'organico e dalle tematiche formative, oltre che dalla evoluzione del business.

Il Gruppo MFE nelle diverse società applica a tutti i suoi dipendenti i **Contratti Collettivi Nazionali di riferimento o gli Accordi integrativi Aziendali (AIA)** che normano tutte le fattispecie tipiche del rapporto di lavoro. In particolare, per le società italiane si applicano, per i dirigenti il CCNL Dirigenti Commercio e il CCNL Dirigenti Industria, per Quadri e Impiegati il CCNL Radiotelevisioni Private, il CCNL Terziario Commercio e il CCNL Metallmeccanico, e per i Giornalisti il CNLG Giornalisti FNSI. Sono inoltre storicamente in vigore per l'area televisiva del Gruppo un Accordo Integrativo Aziendale applicato a Quadri e Impiegati ed un Accordo Integrativo Aziendale applicato al personale Giornalistico che disciplinano in termini migliorativi le condizioni previste dagli accordi nazionali.

Previsioni specifiche che disciplinino ulteriormente e nel dettaglio condizioni di lavoro, orari, modelli tecnico-produttivi ad hoc per singole realtà aziendali sono abitualmente gestite tramite la sottoscrizione di accordi con le rappresentanze sindacali dei lavoratori interessate.

Il Gruppo gestisce eventuali modifiche strutturali dell'assetto organizzativo, produttivo, logistico che abbiano impatto sulla sostanza del rapporto di lavoro dei dipendenti seguendo le procedure di confronto sindacale disciplinate dalla normativa vigente, dagli accordi collettivi nazionali e da quelli aziendali. Tali attività mirano a garantire una proficua negoziazione che limiti gli impatti per i lavoratori e, ove possibile, migliori le eventuali previsioni contrattuali.

Al termine di un confronto tra l'Azienda e le Organizzazioni Sindacali del settore radiotelevisivo, il 12 dicembre 2023 si è conclusa la trattativa sindacale per il **Rinnovo dell'Accordo Integrativo Aziendale del Gruppo**, vigente fino al termine del 2025, che definisce importanti misure a beneficio dei dipendenti. Il nuovo accordo sarà esteso anche al comparto radiofonico, che potrà godere quindi delle condizioni migliorative previste dall'accordo di secondo livello.

Nell'ambito del rinnovo, particolare attenzione è stata riservata alle tematiche di **Welfare**, che è stato ampliato attraverso la creazione di nuovi strumenti ed il rafforzamento di quelli già esistenti. In particolare, è stata introdotta la **piattaforma welfare**, che consente di convertire in flexible benefit gli importi relativi al Premio di Risultato e di utilizzare eventuali liberalità concesse dall'azienda, garantendo ai dipendenti l'accesso a ulteriori beni e servizi in ambito welfare. È stato inoltre reso strutturale il modello di Smart Working adottato dall'Azienda, che prevede una combinazione di prestazioni lavorative svolte a distanza e di attività svolte presso la sede aziendale di appartenenza, secondo la logica già esistente del modello "Almeno 1". In ottica di work-life balance è stata poi condivisa una maggiore flessibilità in ingresso per il personale con orario di lavoro costante.

Con riferimento al **trattamento economico**, al fine di agevolare l'adesione alla previdenza complementare è

stata incrementata la quota di versamento al fondo a carico dell'azienda. È stato incrementato per tutti i dipendenti anche l'importo del Premio di Risultato, il cui riconoscimento sarà legato non solo a indicatori economico-finanziari ma anche a obiettivi non finanziari, che riguardano: la riduzione delle emissioni di CO2, lo share medio giornaliero, lo smaltimento delle ferie e le ore di formazione su temi ESG. Miglioramenti al trattamento economico sono stati previsti anche per il middle management, per cui si è stabilito un incremento della relativa indennità di funzione, e per il personale con orario di lavoro tecnico-produttivo su turni, per il quale sono state migliorate le condizioni d'ingresso in azienda.

Sul tema degli **appalti** è stato promosso un rafforzamento delle procedure di vigilanza e controllo sul rispetto da parte dei fornitori dei contratti collettivi sottoscritti dalle OO.SS. maggiormente rappresentative, anche tramite la creazione di una *commissione appalti*.

Per quanto riguarda il **mercato del lavoro**, la concertazione ha reso permanente l'attività della *Commissione Professionalità*, già presente nel precedente Accordo Integrativo. Contestualmente la stessa Commissione, spinta dal continuo cambiamento dei processi e dall'adattamento della produzione e dell'organizzazione del lavoro a fenomeni di impiego innovativo delle tecnologie avanzate, ha avviato un processo di revisione e adeguamento del sistema di classificazione del personale.

Nel 2021 è stato sottoscritto per il **Gruppo MFE in Spagna** il rinnovo dell'accordo integrativo aziendale per il triennio 2021-2023. Tale accordo migliora alcune condizioni normative e regola aspetti relativi alla pianificazione delle esigenze produttive, alla mobilità interna ed ai periodi di preavviso.

Si riportano di seguito i contratti collettivi previsti per il Gruppo MFE in Spagna:

- ▣ Accordo Collettivo Mediaset España (nel 2021 tale contratto è stato rinnovato con validità fino al 2023);
- ▣ Contratto Collettivo del settore Pubblicitario per i dipendenti di Publiespaña e Be a Lion;
- ▣ Contratto collettivo per gli impiegati "Audiovisual Producers" di Supersport;
- ▣ Contratto collettivo regionale di Madrid per gli impiegati di Conecta 5, Mediterráneo, Telecinco Cinema e Megamedia;
- ▣ Contratto collettivo per i giornalisti di EL Desmarque.

4.6 SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

Il Gruppo MFE in Italia ed in Spagna²⁵ ha adottato, implementato ed attuato efficacemente un **Sistema di Gestione per la Salute e Sicurezza dei Lavoratori (SGSSL)** nei luoghi di lavoro, conforme allo **standard OHSAS 18001:2007**. A seguito dell'entrata in vigore della **UNI ISO 45001:2018**, il Gruppo MFE ha aggiornato il proprio Sistema per la Gestione della Salute e Sicurezza dei Lavoratori al nuovo standard ottenendo la Certificazione a livello di Corporate.

La certificazione di un S.G.S.S.L. rappresenta il riconoscimento, da parte di un Organismo accreditato, che:

- ▣ la gestione degli aspetti inerenti la salute e la sicurezza nei luoghi di lavoro è conforme alle disposizioni, regolamenti, etc. applicabili;
- ▣ tali aspetti sono disciplinati, nonché adeguatamente e continuamente monitorati, al fine di ridurre l'impatto sui lavoratori e perseguire la prevenzione degli infortuni e delle malattie professionali, in un'ottica di miglioramento continuo.

La Certificazione ha validità in Italia per la Corporate e per tutte le 13 Società che hanno adottato tale modello di gestione, tra cui²⁶: Mediaset S.p.A., RTI S.p.A., Elettronica Industriale S.P.A., Medusa Film S.p.A., Publitalia'80 S.p.A., Digitalia'08 S.r.l., Radiomediaset S.p.A., Radio Studio 105 S.p.A., Virgin Radio Italy S.p.A., Monradio S.r.l., RMC Italia S.p.A. e Radio Subasio S.r.l.

L'applicazione del SGSSL riguarda tutti i lavoratori che operano nell'ambito di tutte le Sedi delle suddette società e le attività da essi svolte, nonché la gestione delle attività in appalto.

Il **Sistema di Gestione SSL UNI ISO 45001** è stato sottoposto ad audit di certificazione da parte dell'Ente di certificazione. L'audit ha avuto esito positivo e la certificazione 45001 è stata rilasciata a livello Corporate e di singola Società.

Il Sistema prevede l'elaborazione e l'adozione di specifiche tipologie di documenti tra cui: Politiche, Procedure Generali, Procedure Operative, Istruzioni Operative e Soluzioni Pratiche. Tra questi ve ne sono naturalmente alcuni specifici volti all'identificazione e alla prevenzione dei rischi ed ai programmi di formazione sulle tematiche di salute e sicurezza²⁷ (che sono definiti in funzione della valutazione dei rischi a cui i lavoratori sono esposti, in relazione all'attività svolta).

Inoltre, ai fini dei sistemi e regole nella registrazione e nella rendicontazione delle statistiche, il Gruppo MFE si avvale, di **specifici strumenti informatici a supporto**, quali la piattaforma Simpledo.Net.

²⁵ Il sistema di gestione per la salute e sicurezza dei lavoratori del Gruppo Mediaset in Spagna non copre i dipendenti delle sedi estere. Anche le Società estere MedSet e Publieurope non rientrano nel SGSSL di Mediaset ma fanno riferimento a normative locali.

²⁶ La Società Taodue adotta una versione similare del SGSSL di Mediaset, utilizza un S.P.P. esterno.

²⁷ La procedura PG SIC 05 "Informazione, formazione e addestramento dei lavoratori in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro" disciplina il processo di informazione, formazione e addestramento del personale in materia di salute e sicurezza nei luoghi di lavoro.

Con periodicità almeno annuale viene indetta, nel rispetto delle disposizioni dell'art. 35 del D.Lgs.81/08, per ciascuna società certificata del Gruppo una "Riunione" che costituisce il "Riesame della Direzione" di cui al p.to 9.3 del UNI ISO 45001:2018.

GRUPPO MFE	2023	2022
Numero totale di infortuni sul lavoro registrati	16	32
Numero totale di decessi dovuti ad infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni gravi escludendo i decessi	-	-
Ore lavorate	8.244.605	8.007.744
Tasso di infortuni sul lavoro registrati	2	4
Tasso di decessi dovuti ad infortuni sul lavoro	-	-
Tassi di infortuni gravi sul lavoro esclusi i decessi	-	-

I **Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza (RLS)** rappresentano la totalità dei lavoratori.

In caso di eventi critici che possono coinvolgere personale dipendente durante le trasferte all'estero è istituito il "Comitato Sicurezza Personale all'Estero" composto da:

- Direttore Centrale Personale e Organizzazione
- Direttore Sicurezza
- Direttore Personale
- Referente aziendale dell'area in cui il dipendente interessato appartiene.

Il Gruppo MFE al fine di garantire condizioni di lavoro sicure si è dotato nel maggio 2013 di un "**Linea Guida Operativa**" allo scopo di garantire la sicurezza del proprio personale in trasferta in Paesi o in aree considerati "a rischio".

Da ultimo è garantita dalla Direzione Risk Management l'adeguata **copertura assicurativa per le trasferte all'estero**. Si segnala che nessun lavoratore del Gruppo è coinvolto in attività ad elevato rischio infortunistico o sanitario²⁸.

Vi sono poi specifiche clausole che coprono i temi di salute e sicurezza all'interno dei contratti²⁹ nelle quali le parti

²⁸ Il 30 novembre 2018 (pubblicate il 5/12/2018) sono state emanate due Linee Guida Organizzative - L.G.O. MD/HO 105 e 106 - con lo scopo di definire i modelli organizzativi e operativi adottati dal Gruppo Mediaset per gestire le eventuali situazioni di Crisi (Modello Organizzativo e Operativo di CRISIS Management), al fine di ridurre gli impatti negativi sul business, di limitare i danni a persone e beni e di cogliere eventuali opportunità per il Gruppo, contribuendo a migliorare la resilienza aziendale e il suo valore nel tempo, anche ai fini di prevenire i reati previsti dal D.Lgs. 231/2001 e s.m.i..

Nella L.G.O. si definisce "obiettivo prioritario del Gruppo" quello di assicurare la salvaguardia della vita e della salute presenti a qualsiasi titolo in azienda (p.e. dipendenti, collaboratori, fornitori, ospiti), ..., tutelare la reputazione aziendale, supportare la continuità operativa di aree e processi ritenuti critici per il business nei diversi scenari di rischio di sicurezza.

²⁹ Si menziona l'art. 20 - Tutela della salute e dell'integrità fisica dei lavoratori del CCNL Dipendenti di Imprese Radio Televisive Private,

convengono che la tutela della salute e l'integrità fisica dei lavoratori costituisce obiettivo primario e costante da parte delle aziende; così come, per quel che riguarda la sicurezza e salute dei lavoratori nei luoghi di lavoro, si fa espresso riferimento a quanto previsto nel D.lgs. 81/2008 e s.m.i.³⁰

Per il 2023, a conferma dell'attenzione rivolta dal Gruppo alla salute e sicurezza dei propri dipendenti sul luogo di lavoro, non si sono verificati infortuni gravi (durata superiore a 6 mesi) né casi di malattia professionale e non si sono registrati casi di infortunio per i collaboratori esterni.

Si sono inoltre verificati due infortuni in itinere con un numero di giorni di assenza, riconosciuti dall'INAIL, superiori a 70.

La salute e la sicurezza sul lavoro in **Spagna** sono regolamentate e garantite attraverso il piano di prevenzione dei rischi sul lavoro e le disposizioni dettate dai singoli contratti collettivi nazionali. Il piano viene definito in modo congiunto dal comitato Salute e sicurezza del Gruppo e dal Servizio di prevenzione ("Servicio de Prevención Mancomunado "o SPM), viene poi approvato dal Dipartimento Risorse umane e Gestione dei servizi ed infine presentato al Risk Officer.

Evidenziamo che in Spagna tutti i contratti collettivi prevedono al loro interno misure a salvaguardia della salute e sicurezza dei lavoratori.

Sulla base degli obiettivi stabiliti nel piano di prevenzione, ogni anno il SPM definisce il programma delle attività. Il Risk Officer ha il compito di approvare e monitorare trimestralmente il piano insieme al Comitato salute e sicurezza. Il Comitato non svolge quindi attività preventive bensì rappresenta la totalità dei dipendenti: il comitato è composto da una decina di persone appartenenti alle diverse categorie professionali. Inoltre, il SPM può svolgere attività straordinarie per soddisfare o adeguarsi a nuove esigenze normative o cambiamenti delle attività del business.

Nel corso del 2023 si è provveduto a continuare la formazione in salute e sicurezza, per varie categorie di lavoratori, attraverso corsi on-line.

Sempre nel corso dell'esercizio, non si sono registrati infortuni gravi mentre si sono verificati due infortuni non gravi tra i dipendenti del Gruppo MFE in Spagna. Si sono inoltre verificati 23 casi di infortuni relativi a personale esterno.

Sempre nel corso del 2023 ci sono stati due casi di malattia professionale.

Il Servizio Prevenzione e Protezione (SPM) ha tenuto, inoltre, incontri di coordinamento per affrontare gli aspetti rilevanti relativi alla salute e alla sicurezza, sia con le aree aziendali che con i fornitori esterni.

Nel corso del 2023, l'SPM ha effettuato 10 ispezioni ai fini della verifica dell'efficacia ed efficienza dei sistemi di sicurezza in altrettante aree aziendali.

³⁰ l'art. 7 – Ambiente e salute dell'Accordo Integrativo per le Società del Gruppo in Italia

WAVE

MEDIAFOREUROPE

**5 - EFFICACIA E
SOSTENIBILITÀ
DELL'OFFERTA
EDITORIALE E
COMMERCIALE**

5.1 LA QUALITÀ DEL PRODOTTO E DEL SERVIZIO



L'OFFERTA DELLA TV FREE

INTRATTENIMENTO

L'offerta gratuita del Gruppo MFE in Italia è composta da **16 canali** tv e 5 emittenti radiofoniche in grado di coprire tutti i target principali per gli investitori pubblicitari, comprendendo le tre reti generaliste storiche Canale 5, Italia 1 e Retequattro ed i canali tematici e semi-generalisti Boing, Boing Plus, Cartoonito, Iris, La5, Mediaset Extra, Mediaset Italia 2, Top Crime, Canale 20, Tgcom24, Focus, Cine34, Twentysseven, R101TV, Radio Monte Carlo, Radio 105, Radio Subasio e Virgin radio TV.

Le 3 reti principali del Gruppo sono da sempre:

- ▣ **Canale 5**, la rete generalista principale destinata al pubblico centrale delle famiglie moderne. È il canale dedicato ai telespettatori compresi tra i 15 e 64 anni, che si distingue per una programmazione con tutti i principali generi televisivi: dall'intrattenimento alla fiction, alle news.
- ▣ **Italia 1**, la rete italiana leader tra i telespettatori più giovani con un'attenzione particolare al prodotto americano, ai fenomeni emergenti ed alle mode. È la rete della sperimentazione, dove trovano spazio i programmi più innovativi.
- ▣ **Retequattro**, con un palinsesto che mira ad un pubblico adulto per età.

Continua anche nel 2023 il grande impegno nell'autoprodotto di Retequattro; in prime time 6 serate su 7 della rete hanno ospitato prodotti originali: Veronica Gentili in **Controcorrente**, Nicola Porro in **Quarta Repubblica** e poi Paolo Del Debbio con **Dritto e Rovescio**, Mario Giordano con **Fuori dal Coro**, Giuseppe Brindisi con **Zona Bianca** fino alla co-conduzione di Gianlugi Nuzzi e Alessandra Viero nella cronaca nera di **Quarto Grado**, indiscussa colonna del palinsesto.

Barbara Palombelli si è confermata protagonista dell'access prime time che apre la prima serata della rete con temi di attualità e di politica in **Stasera Italia**.

Retequattro ritiene pertanto che la responsabilità di un canale televisivo sia anche quella di esprimere un punto di vista sul mondo e di creare comunità anche e soprattutto attraverso la propria voce.

Il Gruppo MFE in Italia è riuscito a coinvolgere il pubblico di ogni fascia di età, con un occhio di riguardo particolare per le **nuove generazioni**, ed estrazione sociale, grazie alla pianificazione dei propri palinsesti ed alla selezione di programmi in grado di rispondere a tutte le richieste dei telespettatori.

Le **strategie editoriali** che hanno portato al successo delle reti in Italia, attraverso la diffusione di prodotti e contenuti di gradimento degli utenti, sono di competenza della **Direzione Generale Palinsesto e Distribuzione** in collaborazione con la **Direzione Generale Contenuti**.

Queste due funzioni insieme al **Comitato Tv** approvano i progetti editoriali.

Una volta decise le linee editoriali sui cui costruire l'intrattenimento delle reti in Italia, l'Area Prodotto interessata, in questo caso la Direzione Intrattenimento, si occupa di selezionare i progetti editoriali di interesse, attraverso un'analisi del mercato di riferimento e monitorando che questi rispondano alle linee editoriali dettate ed alla regolamentazione codificata all'interno del "**Manuale dei servizi media audiovisivi e radiofonici**".

DATI DI ASCOLTO (share medie) ITALIA 2023	INDIVIDUI			TARGET COMMERCIALE		
	24 ore	Prime Time	Day Time	24 ore	Prime Time	Day Time
Canale 5	17,6%	16,0%	18,3%	18,3%	18,1%	18,7%
Italia 1	4,7%	6,0%	4,4%	6,6%	7,7%	6,5%
Retequattro	4,0%	4,5%	3,9%	2,9%	3,2%	2,9%
TOTALE RETI GENERALISTE	26,3%	26,5%	26,6%	27,8%	29,0%	28,1%
TOTALE RETI SEMI-GENERALISTE	11,5%	11,2%	11,0%	12,9%	12,0%	12,7%
TOTALE MEDIASET ITALIA	37,8%	37,7%	37,6%	40,7%	41,0%	40,8%

Tale manuale, guida la diffusione dei contenuti nel rispetto delle regole per la programmazione, la tutela dei minori, la comunicazione commerciale, la par condicio, la privacy e la regolamentazione radiofonica.

Parallelamente vengono definiti sia gli indirizzi e gli obiettivi qualitativi del prodotto televisivo (caratteristiche editoriali come ad es.: tipo programma, collocazione nel palinsesto, target di ascolto e cast artistico) che quelli quantitativi (ad es. durata, ore di prodotto, costo orario/complessivo, ecc.).

La Direzione Intrattenimento garantisce che il prodotto sia sempre in linea con i valori che il Gruppo vuole trasmettere e con i principi presenti all'interno del proprio **Codice Etico**.

Infine, la condivisione costante del progetto editoriale e la selezione condivisa della programmazione, fanno sì che i contenuti trasmessi rispondano alle aspettative di qualità degli utenti.

Ad ulteriore dimostrazione della qualità del prodotto di intrattenimento, si possono portare ad esempio programmi come **Striscia la Notizia**, **le Iene** e **Forum** che, pur sempre con l'obiettivo di divertire il proprio pubblico, affrontano allo stesso tempo temi sociali e di attualità.

FICTION E CINEMA

Il Gruppo MFE seleziona e trasmette sui propri canali serie televisive e fiction di interesse per tutto il pubblico. Nella scelta delle fiction il Gruppo si attiene alla **linea editoriale** definita e condivisa con i vertici aziendali, oltre a individuare quei prodotti che abbiano la possibilità di raggiungere l'**obiettivo di audience** stabilito.

Nella selezione dei prodotti la struttura fiction valuta i prodotti unitamente alla Direzione Contenuti ed ai vertici aziendali e lavora a stretto contatto con il marketing di prodotto, nel tentativo di trovare storie che possano continuare ad appassionare il pubblico storico e contemporaneamente provare ad allargare il proprio bacino di utenti.

Nello specifico, la struttura fiction sceglie e sviluppa storie che evidenzino i principi ed i valori positivi della società odierna e che di conseguenza rispecchino anche i **principi etici del Gruppo**, non entrando mai in conflitto con essi e garantendo quindi un prodotto fruibile a tutto il pubblico.

Le considerazioni sulla scelta del prodotto tengono conto anche della possibilità di avere contenuti non adatti ad un pubblico di **minori**, in questo caso si opta per una scelta condivisa con il canale che dovrà trasmettere il prodotto.

La struttura fiction del Gruppo MFE in Italia lavora costantemente per migliorare la qualità dei contenuti ampliando la scelta dei propri fornitori e rivolgendosi ad un sempre maggior numero di case di produzioni esterne nonché a vari sceneggiatori di fiction.

Tale apertura verso il mercato ha portato il Gruppo a ricevere e valutare annualmente circa **210 progetti originali**, numero che è ritenuto sufficiente a soddisfare interamente le esigenze del Gruppo.

Il Gruppo MFE possiede, inoltre, il know-how e l'organizzazione per selezionare progetti e sviluppare la produzione di serie di intrattenimento popolare. Tali prodotti vengono commissionati a partner nazionali di primaria importanza e, in alcuni casi, vengono commercializzati all'estero o sfruttati attraverso il canale web, contribuendo così alla copertura dei costi di produzione.

Attraverso la società controllata Medusa il Gruppo si assicura la produzione e la distribuzione di film e fiction televisive.

Medusa Film si occupa della **distribuzione di opere cinematografiche** principalmente italiane. La società produce e acquista film sfruttandone tutto il ciclo di vita del prodotto: dalla programmazione nelle sale cinematografiche fino ad arrivare alla cessione del diritto televisivo in ogni sua forma.

La linea editoriale di Medusa, concordata costantemente con il Gruppo MFE al fine di soddisfarne le esigenze di programmazione, si focalizza sul prodotto italiano di genere "commedia", con la presenza nei listini di autori ed attori che negli anni hanno contribuito a ridefinire il concetto stesso di "commedia all'italiana". Negli ultimi anni peraltro, si è creato uno spazio anche per prodotti di generi diversi, segnatamente di "qualità", al fine di cogliere l'evoluzione dei gusti dello spettatore, sempre più attento e preparato.

Il filo conduttore rimane dunque la presenza costante di Medusa nei confronti del cinema italiano che significa garanzia nella ricerca, selezione e diffusione del miglior prodotto, nel tentativo di **valorizzare le eccellenze**

artistiche e professionali nazionali e locali. Tale impegno, per poter reggere la concorrenza dei prodotti stranieri, deve sempre essere assicurato ai massimi standard del settore.

Si può quindi affermare che dal punto di vista dei contenuti questa linea editoriale ha consentito la creazione e la valorizzazione di prodotti coerenti con ciò che identifica il Gruppo MFE, cogliendo ed a volte anche anticipando i cambiamenti in atto nella società italiana.

Volendo sintetizzare per sommi capi l'andamento del mercato delle sale cinematografiche, il 2023 rappresenta il primo anno di ritorno alla normalità post pandemica, il primo cioè totalmente privo di restrizioni riguardanti la vendita di cibo e bevande e di obbligo dell'uso delle mascherine.

In tal senso prosegue quindi il processo di lento avvicinamento ai valori ante pandemia, nella consapevolezza che ben difficilmente li si potranno nuovamente raggiungere in quanto nuove abitudini di fruizione del prodotto cinematografico, segnatamente attraverso le piattaforme di distribuzione on line (OTT), hanno ormai assunto un ruolo determinante nel contesto della filiera di sfruttamento.

L'analisi quantitativa evidenzia che rispetto al 2022 gli incassi sono aumentati del 62% (+59% a presenze): il confronto con l'anno precedente è però fuorviante a causa delle limitazioni di cui si accennava (divieti di vendita food e obbligo mascherine). Più significativo è il confronto rispetto alla media del triennio 2017-2019: in questo caso di evidenza un calo del 16% degli incassi e del 23% delle presenze.

Nel 2023 Medusa ha distribuito complessivamente nelle sale 7 film (5 coproduzioni e 2 acquisti). Il primo semestre dell'anno è iniziato con "Il primo giorno della mia vita" di P. Genovese con T. Servillo, V. Mastandrea e M. Buy, è proseguito con "Laggiù qualcuno mi ama", documentario di M. Martone su M. Troisi, presentato al Festival di Berlino e premiato con il Nastro d'argento come miglior documentario, concludendosi poi con "Il viaggio leggendario" di A. Liguori: i risultati realizzati sono stati sostanzialmente in linea con le aspettative. La seconda parte dell'anno è stata invece caratterizzata da due commedie di stampo "classico" ("Volevo un figlio maschio" di N. Parenti con E. Brignano e "La guerra dei nonni" di G. Ansanelli con V. Salemme e M. Tortora), dall'esordio alla regia di C. Bisio ("L'ultima volta che siamo stati bambini") e dal ritorno a Natale di Ficarra e Picone con "Santocielo", di F. Amato.

Medusa ha inoltre acquisito i diritti di televisivi di 3 film approdati direttamente sulla piattaforma on line Amazon Prime, per poi essere sfruttati nei prossimi anni presso le reti televisive free del Gruppo MFE: "Arrigo Sacchi – La favola di un visionario" di N. Casadio, "So tutto di te" di e con R. Lipari, "Il migliore dei mondi" di e con M. Capatonda).

Per quanto riguarda la Società **Medset**, il protrarsi della ripresa dell'intera filiera della produzione e distribuzione cinematografica ha permesso alla Società di assicurarsi la distribuzione di produzioni già realizzate, lo sviluppo di nuovi progetti cinema, nonché la valorizzazione del proprio catalogo attraverso attività di *licensing*.

La Società ha inoltre intrapreso un'attività di scouting relativa a titoli del catalogo del Gruppo al fine di valutare un eventuale interesse del mercato francese per un loro adattamento.

NEWS E SPORT

Nel corso del 2023, l'informazione News e Sport nelle Reti e piattaforme multimediali MFE ha consolidato il modello del **sistema integrato**.

La configurazione del sistema si fonda su più assi.

Il primo di questi è rappresentato dai 3 **telegiornali nazionali** - *Tg5, Tg4, Studio Aperto*- e dalla testata *Sport Mediaset*; ognuno di questi ha caratteristiche specifiche e si rivolge ad un determinato tipo di pubblico:

- il **Tg5** si caratterizza per l'autorevolezza, la completezza e l'imparzialità del suo modo di fare informazione a tutto campo;
- **Studio Aperto** è un telegiornale per giovani, agile e sintetico, che privilegia cronaca e attualità;
- il **Tg4**, sempre più dedicato all'approfondimento nell'edizione serale intercetta la platea caratteristica di Rete 4 (pubblico over 55);
- **Sport Mediaset** copre gli eventi e realizza gli approfondimenti con le rubriche sportive.

Studio Aperto, Tg4 e Sport Mediaset fanno tutte riferimento ad un'**agenzia giornalistica interna** per la fornitura di contenuti. L'agenzia, nata nel marzo 2010, garantisce uniformità e completezza delle fonti di informazione e lavora in maniera crossmediale anche per il web, il mobile e le radio. Rappresenta in sostanza un vero polo di produzione e distribuzione di contenuti multiplatforma attraverso i diversi brand.

Il **traffico digitale**³¹ per Tgcom24 sul Web e mobile nell'anno 2023 è stato di **2,5 milioni di utenti unici al giorno**, totalizzando complessivamente tra Web e App una media mensile di **22,6 milioni** di utenti unici³²;

Per quanto riguarda il traffico **social**, sono oltre **2,5 milioni i fan attivi su Facebook, 1,5 milioni su X, 1,1 milione su Instagram e 76 mila follower su LinkedIn**, in crescita rispetto allo scorso anno.

Nel 2023 sono stati aperti anche il canale **Whatsapp e Threads** che contano rispettivamente oltre **1,3 milioni e 77.000 followers**.

L'agenzia giornalistica (che fa riferimento alla testata Tgcom24) nel corso del 2023 ha autoprodotta, inoltre, un **Docufilm** di approfondimento giornalistico, in occasione della ricorrenza dei 100 anni dell'armistizio del 1943 dal titolo **1943 – L'ANNO CHE...** Un appuntamento strutturato con due Prime Serate da 100 minuti a episodio, per il canale tematico FOCUS.

Il secondo elemento portante della struttura dell'informazione delle reti Mediaset sono le produzioni di **Infotainment** ed approfondimento giornalistico, a cura della testata *Videonews*, una vera e propria factory che progetta, sviluppa e produce contenuti per le reti generaliste, contribuendo al palinsesto del daytime e del prime time 7 giorni su 7.

Di seguito riportiamo le principali produzioni di infotainment ed approfondimento giornalistico realizzate nel 2023:

- il daytime di Canale 5, con **Mattino 5 news, Pomeriggio 5, Verissimo** (anche nella sua versione domenicale), tutti prodotti leader delle proprie fasce sul target commerciale. Dando continuità alla copertura informativa

³¹ media giornaliera su base mensile - fonte dati: Audiweb - (fino a novembre 23)

³² fonte dati: Audiweb (fino a novembre 23)

è stato confermato **Morning news** nella stagione estiva, mentre nel periodo delle Strenne **Mattino 5 news** ha proseguito la sua programmazione con un'impronta più focalizzata ad attualità, cronaca e politica. Inoltre anche l'infotainment pomeridiano ha garantito continuità durante le festività natalizie di fine 2023;

- l'access prime time di Rete 4, **Stasera Italia**, condotto da Barbara Palombelli punto di riferimento per l'informazione nella sua versione infrasettimanale, che è proseguito al Sabato e alla Domenica con **Controcorrente** (condotto da Veronica Gentili). A seguire, Nicola Porro per la versione infrasettimanale e Augusto Minzolini per la versione week end, hanno poi preso il timone della fascia access nel mese di Settembre;
- il prime time di Rete 4, sfida strategica dell'Informazione Mediaset, ha inoltre confermato la propria forza con una presenza costante sull'intera settimana attraverso i suoi 6 appuntamenti: **Quarta Repubblica**, **Fuori dal coro**, **Controcorrente Prima Serata (fino a Maggio)**, **Dritto e Rovescio**, **Quarto Grado** e **Zona Bianca**. Alla squadra si è aggiunto in Autunno il nuovo prodotto del Martedì sera condotto da Bianca Berlinguer **E' sempre Cartabianca**;
- Gli approfondimenti dei Tg: **Tg4 – Diario del giorno** e **Studio Aperto Mag**;
- le seconde serate su Canale 5 di **X-Style** e su Rete 4 di **Confessione Reporter**;
- Il day time domenicale di Rete 4 con la conferma di **Dalla parte degli animali** e di **Pensa in Grande** con la produzione di 6 nuove puntate dedicate ai racconti di altrettante grandi storie imprenditoriali italiane (*Saviola, Gaudi, Dell'Orto, Maina, Sant'Anna, Giovanni Ferrari*) con secondo passaggio in seconda serata, sempre su Rete4;
- Per garantire informazione ed approfondimento costanti durante i principali avvenimenti del 2023 la Direzione Generale Informazione ha espresso un rilevante sforzo produttivo incrementando i propri appuntamenti. Innanzitutto in daytime con il **Tg4** e con l'access prime time (**Stasera Italia/Controcorrente**), che in più occasioni hanno prolungato il proprio orario di messa in onda o trasmesso puntate ad hoc. Con **Quarta Repubblica** e i suoi "speciali", che hanno permesso agli spettatori di restare al passo con tutti gli aggiornamenti live dei principali avvenimenti del Paese. Su Canale 5 invece con gli speciali del **TG5** e con **Verissimo**, si sono accese importanti dirette su eventi nazionali ed internazionali come i funerali di Maurizio Costanzo, l'incoronazione del re Carlo III e non da ultimo i funerali del Presidente Silvio Berlusconi;
- Evidenziamo infine **E-Planet**, settimanale incentrato su tematiche legate ad ambiente e sviluppo, come la mobilità elettrica, l'utilizzo di energie pulite, la difesa del pianeta e la creazione di modelli economici sostenibili;

Una presenza rilevante nel panorama dei contenuti multimediali è il brand MFE **Meteo.it**: primo sistema italiano multimediale completamente gratuito dedicato alle previsioni meteorologiche, attivo su tv, web, mobile e radio.

Meteo.it rappresenta nel settore scientifico nazionale un punto di eccellenza qualificato ed autorevole, composto da uno staff di specialisti, giornalisti e meteorologi, certificato dagli oltre 10 milioni di utenti che quotidianamente seguono le previsioni del brand MFE sulle diverse piattaforme multimediali.

Tale servizio offre 25 differenti produzioni televisive quotidiane, per 365 giorni all'anno, per soddisfare tutte le esigenze dei diversi canali tv dell'offerta editoriale del Gruppo MFE.

In particolare vengono realizzati speciali in diretta in occasione di eventi eccezionali legati al maltempo, assolvendo un ruolo servizio di pubblica utilità:

- circa 8 milioni³³ di spettatori (persone diverse, contatti unici) ogni giorno ricevono l'informazione televisiva di meteo.it;
- edizioni radiofoniche tutti i giorni, in onda su Radio Mediaset e altre radio nazionali e regionali convenzionate;
- il traffico digitale³⁴ per meteo.it sul Web e mobile nell'anno 2023 è stato di **250.000 utenti unici al giorno**, totalizzando complessivamente tra Web e App una media mensile di **3.2 milioni di utenti unici**³⁵;

Per quanto riguarda il traffico **social**, sono **1.188.000 i fan attivi su Facebook**, **37.600 su X** e **139.000 su Instagram**.

Nel 2023 sono stati aperti anche il canale **Whatsapp e Threads** che contano rispettivamente oltre **71.000 e 12.000 followers**.

Con riferimento all'**informazione sportiva** (terzo asse del sistema integrato), MFE, che si era aggiudicato per tre anni (2021-2024) il diritto di trasmettere sulle proprie piattaforme un totale di **121 partite di UEFA Champions League** a stagione, continua a garantire al pubblico italiano la visione gratuita sulle reti generaliste della miglior partita di ogni turno di *Champions League* del martedì, finale compresa (visibile gratuitamente anche online), oltre alla visione di 104 partite in diretta streaming pay e 12 match di **Youth League**.

Altre due grandi esclusive che, nel corso del 2023, si è garantita MFE per le tre stagioni 2024-2027, sono i diritti della **Coppa Italia** e della **Supercoppa italiana**.

MFE si è aggiudicata anche il diritto di trasmettere 8 partite di **Qualificazione agli Europei 2024** e la fase finale della **Nations League**.

Inoltre, sono state trasmesse le 2 regate preliminari che nel 2024 porteranno alla trasmissione delle Challenge Selection Series e all'**America's Cup** (settembre- ottobre 2024)

Per l'informazione sportiva, nello specifico, oltre ai tg (**SportMediaset, SportMediaset XXL** e tutti i lunedì in seconda serata **Sportmediaset Monday Night**) è presente un'offerta dedicata alle principali competizioni di calcio: oltre al già citato **Champions League live** ci sono, per la Serie A, **Pressing**, che offre al pubblico televisivo un'informazione fresca sia sui maggiori campionati sia sul calciomercato e, per la Coppa Italia, **Coppa Italia Live**. Al calcio, si sono affiancati i numerosi contenuti sul mondo dei motori:

- **ABB FIA Formula E World Championship**, il campionato destinato alle monoposto elettriche che sempre più sta catalizzando l'attenzione dei principali marchi automobilistici mondiali; rinnovato fino al 2026
- **Extreme E**, campionato che utilizza solo SUV elettrici a emissioni zero per correre fuoristrada in alcune delle zone più impervie del mondo e che ha debuttato nel gennaio 2021;
- **Drive Up**, magazine sull'universo automotive, che da marzo ha incrementato l'offerta con 2 approfondimenti al mese all'interno del Mag Studio Aperto e 3 giorni di Pills in Sportmediaset Extra.

MFE, inoltre, fino a quest'anno ha trasmesso, non in esclusiva, gli **Internazionali di tennis** a Roma (torneo maschile). La copertura del torneo ha previsto la trasmissione di un match al giorno sui canali free Canale 20 e Italia 1.

³³: dato di copertura cumulata ottenuta dagli appuntamenti meteo.it sulle reti Mediaset

³⁴: media giornaliera su base mensile - fonte dati: Audiweb - (fino a novembre 23)

³⁵: fonte dati: Audiweb (fino a novembre 23)

Il **traffico digitale**³⁶ per *SportMediaset* su web e mobile nell'anno 2023 è stato di **475.000 utenti unici** al giorno, totalizzando complessivamente tra **Web e App** una media mensile di oltre **4,1 milioni di utenti unici**³⁷;

Per quanto riguarda il traffico **social**, sono **950.000 i fan attivi su Facebook**, **733.000 su Instagram** e **460.000 su X**, tutti in crescita rispetto allo scorso anno. Nel 2023 sono stati aperti anche il canale **Whatsapp e Threads** che contano rispettivamente oltre **55.000 e 103.000 followers**.

Evidenziamo il **sistema "all news" TGCom24**, nelle sue varie declinazioni: la rete televisiva, le breaking news sulle reti generaliste e tematiche free; le breaking news sulle radio del circuito RadioMediaset e sulle principali radio private nazionali; il sito TGCom24.it, le App per smartphone e tablet, i profili ufficiali sui social network (Facebook, X ed Instagram) ed un canale dedicato sulla piattaforma You Tube.

Da segnalare le performance della multimedialità dell'informazione: la media mensile su web e mobile di TGCom24.it è stata di **120 milioni di video visti**³⁸ nel 2023. L'offerta multimediale di *TGCom24* è seguita in media da **9 milioni di utenti video unici al mese**³⁹.

Sul fronte mobile, l'App del TGCom24 ha superato i **4 milioni di download** complessivi, con un incremento del 4% rispetto all'anno prima; i download dell'app di *SportMediaset* sono arrivati a **2,7 milioni complessivi** con un incremento del 4% rispetto al 2022. Sull'App di *Meteo.it* si registrano **7,1 milioni di download**, in crescita del 4% rispetto all'anno 2022 ed infine l'app del Tg5 che nel 2023 supera **1,5 milioni di download**, in crescita del 5% rispetto al 2022.

In tema di contenuti, il Canale Tgcom24 ha potenziato l'offerta informativa caratterizzata dai principali brand di Informazione Mediaset e dall'imprinting LIVE e multimediale del flusso di notizie quotidiane. Oltre alla pluriennale collaborazione con il Parlamento Europeo e la Commissione Europea - grazie alla positiva partecipazione a bandi Media Internazionali - e ai consolidati appuntamenti di territori con il **TGCOM24TOUR**, il palinsesto di TGCOM24 ha dedicato una nuova iniziativa editoriale quindicinale al tema del lavoro dal titolo **LAVOROFUTURO**. Il nuovo format fornisce un orientamento per la formazione dei giovani e dà voce alle realtà imprenditoriali delle nuove generazioni.

Riproposto in palinsesto con successo anche l'appuntamento educational con il **TG dei Ragazzi**, realizzato in collaborazione con "*la Città dei Bambini e dei Ragazzi*" al Porto Antico di Genova, arrivato al 31/12/2023 alla sua 342ª puntata.

Inoltre, dal 18 novembre 2023 è iniziato un nuovo progetto editoriale dal titolo **INTELLIGENZE ARTIFICIALI**, un appuntamento settimanale per esplorare la tecnologia che cambierà il futuro e le trasformazioni delle professioni contemporanee.

Il Gruppo assicura **la qualità dell'informazione** in onda sulle proprie reti generaliste e tematiche free, in quanto **autoproduce e trasmette** in diretta oltre il **90% del prodotto news**.

La genuinità e la qualità dei contenuti è garantita dall'immediatezza e attualità delle notizie, grazie alla diffusione live dei contenuti per le All-News (programmazioni esclusivamente dedicate alla trasmissione di news) e i TG, ma

³⁶ media giornaliera su base mensile - fonte dati: Audiweb - (fino a novembre 23)

³⁷ fonte dati: Audiweb (fino a novembre 23)

³⁸ fonte dati: Audiweb (fino a novembre 23)

³⁹ fonte dati: Audiweb (fino a novembre 23)

anche per il mondo dell'Infotainment; prodotti che rientrano nelle 3 **testate giornalistiche** MFE: **Tg5**, **Tgcom24** e **Videonews**.

La configurazione della **Direzione Generale Informazione** favorisce una continua e attenta cura nella ricerca e nello sviluppo delle notizie. Ciò viene garantito attraverso la verifica di fonti attendibili e veritiere, con una costante attenzione all'attualità, al fine di garantire al pubblico un servizio utile e aggiornato.

A tal fine, il Gruppo MFE incoraggia il contrasto al fenomeno delle **fake news** e aderisce alla **Giornata Mondiale contro la disinformazione (FactCheckingDay)**.

La realizzazione dei servizi rispetta tutti i regolamenti in materia di **salute e sicurezza sul lavoro**. Ciò è previsto in primis per garantire l'incolumità di tutti i dipendenti e collaboratori del Gruppo e, nel caso specifico delle news, per assicurare un'informazione attuale, veritiera e completa.

In particolare, agli inviati in zone di guerra o ad alto rischio, viene garantita una **copertura assicurativa integrativa** modulata a seconda delle caratteristiche specifiche della missione. Tali esigenze vengono monitorate attraverso il costante dialogo con le istituzioni preposte nei vari Paesi (o enti a essi associati) che possano veicolare e fornire le informazioni utili per garantire appieno la sicurezza degli inviati.

Con l'obiettivo di realizzare un dibattito oggettivo ed efficace sugli argomenti trattati nei vari programmi televisivi, vi è il tentativo di sviluppare un contraddittorio che possa essere rappresentativo della libertà di espressione (garantita in ogni caso dalla professionalità dei Direttori di Testata, che hanno un rapporto fiduciario con l'Editore), della pluralità di voci e della completezza della notizia. Per perseguire questi obiettivi e migliorare le prestazioni qualitative dei prodotti, è risultata fondamentale l'implementazione di una convergenza tra la televisione ed i diversi mezzi di comunicazione online.

Le Direzioni delle Testate svolgono una funzione di coordinamento, nel completo rispetto della libertà e dell'autonomia delle singole trasmissioni, scritte, condotte e organizzate da **gruppi autoriali e redazionali indipendenti e autonomi**. Le trasmissioni si occupano di attualità, sempre con attenzione – garantita anche dal lavoro di coordinamento della Direzione Generale Informazione – ai temi dell'**inclusione sociale** dei più deboli (mai come oggi al centro del discorso pubblico, anche televisivo) a quelli della **tutela dell'ambiente**, ai rischi dei cambiamenti climatici ed alle opportunità offerte dalla transizione nella green economy.

Inoltre, alcuni programmi come *Quarto Grado*, *Mattino 5 news*, *Pomeriggio 5* e *Verissimo* svolgono una continua attività di **sostegno a campagne sociali e di sensibilizzazione** (ad es. contro la violenza sulle donne oppure contro le truffe alle categorie deboli della società come anziani o disabili). In particolare, la trasmissione *Quarto Grado* ha la capacità di veicolare messaggi importanti e propedeutici per lo sviluppo di indagini giudiziarie. Tutte queste attività hanno portato ad una partecipazione attiva del pubblico, dimostrando nel contempo un largo consenso ed una sensibilizzazione crescente verso queste tematiche.

Ai fini della **fruizione dei propri servizi**, il Gruppo monitora e si adopera per assicurare che la totalità dei propri ascoltatori sia messa nella condizione migliore per poter ricevere le news ed essere reso partecipe di ciò che accade nel mondo. In particolare, il *TG5*, nella sua principale edizione delle ore 20.00, fornisce un servizio di **sottotitolazione per i non udenti**, in modo da poter agevolare l'accessibilità dei contenuti.

Per quanto riguarda i partenariati, nell'ambito della pluriennale **collaborazione con gli Organismi Europei**, nel 2023 RTI Spa ha realizzato il primo ciclo di produzione e broadcasting di format e contenuti televisivi di Informazione volti a sensibilizzare i cittadini sul ruolo e le iniziative della Commissione Europea nell'ambito del progetto "**NEXT - Generazione Europa**", della durata di 20 mesi (scadenza 20/07/2024, salvo accordo di proroga), relativo al contratto siglato con la Rappresentanza Italiana della Commissione europea, in seguito all'aggiudicazione della procedura di appalto COMM/ROM/2022/LVP/0166.

Inoltre, nel 2023, RTI ha partecipato con successo ad altre due **gare europee** nel settore MEDIA:

Bando IMCAP-2023-INFOME/ Direzione Generale Agricoltura e Sviluppo Rurale della Commissione Europea, della durata di 12 mesi (scadenza 31/07/2024), per l'implementazione di un progetto editoriale dedicato alle tematiche relative alla Politica Agricola Comune, con particolare attenzione alla filiera agroalimentare sostenibile e alla ricerca delle eccellenze nel mondo del food.

Bando EP-COMM/SUBV/2022/MEDIA del Parlamento Europeo per lo sviluppo di un progetto editoriale dedicato alle tematiche europee e alle elezioni europee del 2024, della durata di 14 mesi (scadenza 30/10/2024)

Il felice esito della partecipazione ai bandi ha dato vita a due progetti editoriali multimediali in onda sulle Reti Mediaset generaliste e tematiche e sulle piattaforme digital del TGC24.

Particolare attenzione, all'interno delle attività editoriali in partnership, va dedicata al format **COTTO E MANGIATO-Menù**, in onda su Italia1 da 13 anni con una media di 85 puntate all'anno. Il programma, nel corso delle stagioni, ha dato ampio e crescente spazio ai temi legati alla sostenibilità declinati sia nella scelta delle materie prime utilizzate per le ricette, sia nella divulgazione di buone e sane abitudini alimentari. Anche i suggerimenti per l'acquisizione di comportamenti alimentari corretti e a favore della salvaguardia del pianeta sono una costante caratteristica di questo brand; così come l'attenzione verso la formazione dei giovani nel settore food. Nel 2023 è stata infatti consegnata la 7ª **Borsa di Studio COTTO E MANGIATO** per la formazione professionale di Giovani Chef, allievi di Istituti alberghieri situati su tutto il territorio italiano, che ogni anno partecipano ai contest del format sulle piattaforme social e in tv.

Attraverso questa gara, ma anche occasionalmente in collaborazione con Mediafriends, COTTO E MANGIATO mette, inoltre, in contatto gli chef affermati, che partecipano alla trasmissione, con giovani meritevoli e di talento, favorendo con successo l'inserimento di tirocinanti nel mondo della ristorazione.

A completare il quadro, il sistema dell'informazione Mediaset usufruisce di contenuti originali pregiati: anche nel 2023 è continuata la collaborazione tra Mediaset e **Mondadori Libri**, basata sullo scambio sinergico di contenuti editoriali, con lo scopo di valorizzare le nuove pubblicazioni e dare maggiore visibilità agli autori, nonché suggerire giornalisti, talent sotto contratto Mediaset, come potenziali autori per nuovi progetti editoriali.

La Direzione Generale Informazione ha inoltre confermato la collaborazione strategica con il **Master in Giornalismo IULM**, attraverso l'indirizzo espresso con la partecipazione al Comitato Scientifico, la gestione del Laboratorio giornalistico e gli stage nelle redazioni dei programmi e dei TG Mediaset.

Sul fronte dello sviluppo tecnologico, nel 2023 è stato sviluppato l'utilizzo di **CORTEX**, il sistema di Artificial Intelligence di Dalet, che prevede lo *speech to text*, la traduzione automatica degli script delle agenzie e la

raccomandation, il suggerimento delle immagini per il montaggio in base al testo del giornalista e ai tags inseriti automaticamente.

L'implementazione dei sistemi Dalet (MILANO e ROMA) è continuata nel corso del 2023, con l'introduzione di alcuni Planning dedicati alle segreterie di redazione (ospiti, consegne, ecc ecc) al desk esteri (planning estero), mentre è allo studio il planning per la segreteria organizzativa (viaggi e trasferte) che verrà rilasciato nei primi mesi del 2024. Questi planning permetteranno una condivisione di informazioni tempestive con tutti gli utenti abilitati alla visualizzazione. Sul sistema di Milano è continuato il progetto di archiviazione del materiale più vecchio di due anni e si è proceduto all'archiviazione delle scalette di emissione dei tg, così da ottimizzare lo spazio dello storage per la produzione giornaliera. Sono stati creati nuovi profili di ricerca per rendere più efficace la ricerca dei materiali necessari al confezionamento dei programmi. Per tutto il 2023 sono continuati prima gli studi e poi le implementazioni del nuovo sistema unico NEWS/SPORT, che verrà rilasciato operativamente entro la metà del 2024.

In vista della "chiusura" di INEWS nei primi mesi del 2024 è stata fatta una mappatura dei flussi di lavoro ancora presenti su tale sistema e i flussi, progressivamente, sono stati spostati nel sistema DALET.

È stato introdotto il sistema **DALET NEWS** anche nelle redazioni giornalistiche di **RADIOMEDIASET**, che hanno abbandonato i vari software utilizzati fino ad ora, per lavorare unicamente con il sistema condiviso GALAXY5. Nel mese di dicembre 2023 è stata rilasciata a tutti i conduttori e autori delle radio la versione web di DALET, così da permettere una più veloce e coordinata ricerca delle notizie e interazione tra le redazioni.

Nel 2023 è terminata l'installazione in tutti gli studi dotati di tecnologia Dalet delle linee grafiche dei vari programmi, così da poter facilmente passare da uno studio all'altro in caso di necessità.

È stato rivisto e aggiornato il documento di emergenza degli studi, introducendo l'utilizzo dei tablet, con a bordo la versione mobile di Dalet (Dalet on the go).

L'applicazione "**Dalet on the go**", è stata installata sui mobile (anche quelli privati) dei giornalisti selezionati dai direttori.

Lo spostamento di alcuni programmi da Milano a Roma ha richiesto l'aggiornamento dei workflow che venivano utilizzati, l'introduzione di 35 nuove postazioni Dalet e la formazione delle redazioni coinvolte. Parallelamente si è proceduto all'implementazione tecnica del playout Dalet per la regia dello studio 1 del Centro di Produzione di Roma Palatino. La effettiva messa in onda dei programmi avverrà nel corso del 2024.

In occasione dell'anniversario dell'inizio della guerra in Ucraina, oltre al kit (cellulare, microfono, cavalletto, ecc ecc) che permette di produrre in totale autonomia servizi e collegamenti, è stato fornito agli inviati e testato sul campo, un apparato di **STARLINK**, per la connessione internet satellitare, con anche una batteria portatile di scorta. Ciò ha permesso la realizzazione di collegamenti A/V per più di 10 ore, in luoghi completamente desertici.

I kit per i collegamenti sono stati utilizzati anche per l'incoronazione di Re Carlo e successivamente a bordo di motonavi delle Guardia Costiera per la crisi dei migranti e durante il conflitto isrealo-palestinese a Gaza. Sono utilizzati quotidianamente per i contributi dalle sedi estere di Londra, New York e Washington e per i collegamenti quotidiani di alcuni ospiti dei programmi di approfondimento.

È iniziato il progetto di digitalizzazione dei materiali grezzi delle news (ARCA GREZZI) presenti nella videoteca del TOC. È stata fatta la selezione del materiale da digitalizzare e creato il flusso che permetterà l'associazione della descrizione presente in EASY, con il file video che verrà archiviato nell'archivio unico di DALET, che diventerà l'unico repository di tutto il materiale news aziendale.

Prosegue anche la digitalizzazione dei flussi delle produzioni ancora non tapeless, che dovrebbe finire con l'anno 2024.

Nella seconda parte del 2023 anche ai giornalisti sono state fornite le cuffie con il microfono, per eventuali lavorazioni in mobilità.

Per tutto il 2023 è continuato il progetto "COBRORA" in collaborazione con l'università della Costa Azzurra, la Sorbona, l'INA e la RAI. Progetto che prevede la digitalizzazione e la catalogazione in Dalet Roma di tutti i servizi del TG5, contenenti immagini dell'Unione Europea dal 2001 ad oggi, al fine di verificare come è cambiata l'immagine stessa dell'Unione nel corso degli anni.

Si evidenzia che nel 2023 la Direzione Generale Informazione ha realizzato **oltre 7.700 ore di autoprodotta**: circa **3.000 ore di tg** e più di **2.200 ore di infotainment** sui **3 canali generalisti**; **2.200 ore** di programmazione originale sul canale **Tgcom24**. A queste si aggiungono circa **300 ore dedicate agli eventi sportivi** divisi tra reti Generaliste e tematiche Mediaset.

Mediaset ha confermato la sua strategia di copertura informativa dei principali fatti di cronaca con i suoi punti di forza:

- ▣ l'estensione delle edizioni dei **contenitori daytime** (andati in onda in continuità anche nel periodo fuori garanzia);
- ▣ la presenza di **sei Prime Time** a settimana su Rete 4.
- ▣ Consolidamento della linea editoriale giornalistica Mediaset con **due volti importanti** provenienti dalle reti concorrenti: Bianca Berlinguer (Rai) e Myrta Merlino (La7)

La concentrazione di tutte le attività di messa in onda dei prodotti **Tgcom24, TG4, Studio Aperto** e **Sport Mediaset** presso lo **Studio 15** ha consentito ancora una volta di ottimizzare i presidi tecnico-produttivi, adottando un modello trasversale e favorendo la realizzazione di un flusso produttivo e di messa in onda Hard News unico e continuo.

Al fine di perseguire un modello fortemente ottimizzato, lo schema organizzativo ha previsto il superamento delle logiche di attribuzione verticale del personale di Line ai brand, adottando invece l'estensione del modello trasversale (al netto delle figure dei conduttori e dei curatori dei brand). Pertanto, la concentrazione in un unico studio a Cologno, l'implementazione di un flusso produttivo continuo e razionale, l'ottimizzazione dell'organizzazione del lavoro relativo alle Line, ha consentito di ottenere maggiori efficienze senza prevedere ridimensionamenti di prodotto.

La risultante delle innovazioni di processo (organizzativa, tecnologica e logistica) praticate nel corso degli anni, ha consentito un sensibile miglioramento della produttività e un aumento delle ore prodotte all'interno di una politica volta al contenimento del costo complessivo.

RADIO

Il comparto radiofonico commerciale del Gruppo MFE comprende **R101, Radio 105, Virgin Radio Italy, RadioMontecarlo e Radio Subasio**.

Ciascuna di queste emittenti è caratterizzata da una propria **linea editoriale** espressa attraverso programmi/format radiofonici (ad es. radio di "programmi" target giovanile -Radio105-; radio di "flusso" -R101 e radio Subasio-, radio "verticale" -Virgin Radio; radio "d'elite" con target di alto profilo-RMC; radio "familiare" con elementi distintivi della tradizione italiana-radio Subasio).

Nell'ambito di tale linea editoriale viene garantita la massima **indipendenza e pluralità** di espressione nel rispetto delle normative di settore (Testo Unico della Radiotelevisione) e delle linee guida aziendali vigenti che prevedono il monitoraggio quotidiano dell'attività svolta dalle risorse artistiche (speakers radiofonici ed ospiti), degli argomenti trattati e delle relative fonti nonché dei contenuti pubblicitari mandati in onda.

Il Gruppo MFE si impegna a massimizzare la fruizione del prodotto radiofonico attraverso una **diffusione capillare** sia in termini geografici che di target di audience, anche attraverso una sistematica attività di **manutenzione e potenziamento della rete di trasmissione** radio, tutelando in particolar modo i **minorenni**, attraverso la cura del linguaggio adottato in onda e nel rispetto del **Testo Unico Radiotelevisivo** e del **Codice Etico** di Gruppo.

Sempre per garantire la massima fruibilità ed accesso agli ascoltatori attuali e con l'obiettivo di acquisirne di nuovi, nonché per massimizzare i benefici derivanti dagli sfruttamenti pubblicitari, il polo radiofonico si impegna in maniera costante e crescente nello sviluppo delle **attività multimediali**, realizzando servizi e contenuti utilizzabili attraverso le principali piattaforme e mezzi digitali, quali smartphone, tablet e Smart tv, effettuando a tal fine specifiche attività di controllo.

I contenuti da pubblicare sui siti, compresi quelli forniti direttamente dagli ascoltatori vengono supervisionati al fine di verificarne l'idoneità di emissione; relativamente ai contenuti autoprodotti dagli utenti si procede alla compilazione di una liberatoria che, in caso di minori, dovrà essere firmata da chi ne esercita la potestà.

Per garantire la **privacy** degli utenti, i sistemi di messaggistica utilizzati oscurano i numeri di cellulari degli ascoltatori che possono essere contattati solo da figure preposte in azienda.

Il 2023 è stato un susseguirsi di attività promozionali radiofoniche sul territorio nazionale. Durante il periodo estivo Radio 105 ha portato sul palco di Rimini, Messina, Paestum e Genova gli artisti protagonisti delle classifiche dell'intera scena musicale italiana. I concerti sono stati trasmessi su Radio 105 e su Radio 105 TV. Durante il mese di luglio si è svolta la grande manifestazione sportiva X Masters, sempre in compagnia di Radio 105. 40 mila metri quadrati sulla spiaggia di Senigallia, privi di barriere architettoniche per promuovere inclusività e sostenibilità (utilizzo di materiali plastic free) a ritmo di musica. A settembre Radio 105 si sposta a Genova con "105 in the city" concerto gratuito in occasione del Salone Nautico. RMC è stata radio ufficiale di Umbria Jazz, raccontando i cinquant'anni della manifestazione con 122 ore di diretta da Perugia, 70 interviste e 10 concerti live. Sempre RMC ha seguito la 32ma edizione del Merano Wine Festival, la Milano Beauty Week, il Salone del Libro a Torino e l'Estate da Re alla Reggia di Calabria. Virgin Radio ha preso parte al Firenze Rock, agli I-Days e al Motor Bike Expo. R101

ha seguito l'Eolie Music Fest, musica dal vivo nel suggestivo scenario delle isole Eolie. Subasio, come di consueto, è stata radio ufficiale dell'Eurochocolate.

Le **attività sul mondo digitale** hanno continuato ad essere un supporto importante per le radio anche nel 2023, consentendo di mettere a disposizione del pubblico social contenuti salienti di tour, interviste, live, ecc.

L'INNOVAZIONE NELLA DEFINIZIONE E DIFFUSIONE DEI CONTENUTI

Nel contesto consolidato di offerta video multimediale, il Gruppo MFE sta operando, attraverso una struttura organizzativa dedicata, al fine di realizzare servizi e contenuti veicolabili su tutte le principali piattaforme digitali connesse (device desktop, devices mobili, Smart-tv, Stb, Game console, Dongle, ecc) e di promuovere iniziative di **digital extension** dei programmi free to air (Tv e Radio), oltre che valorizzare digitalmente i programmi free to air **stessi** favorendone conseguentemente la monetizzazione pubblicitaria.

Per quanto riguarda la presenza sui **Social Network**, il Gruppo si conferma una delle media company che meglio ha saputo creare engagement con le proprie community: **43,5 milioni di follower** totali sulle pagine **Facebook** del network MFE, più di **23 milioni** di follower sui profili **Instagram** e oltre **10 milioni** i follower sui profili **X**. I profili di Gruppo, seppur in numero per ora limitato, hanno superato su **TikTok** il milione di iscritti con il profilo Mediaset Infinity che ha mostrato nel 2023 un'ottima curva di crescita della fan base e alti livelli di engagement.

L'offerta di prodotto digitale di MFE si articola in due principali poli:

- ▣ **Polo Video:** Le fruizioni complessive dei contenuti editoriali video sulle Properties MFE (First e Second Screen) hanno generato **644 milioni di Ore di video** complessive in crescita del **+35% rispetto al 2022**. Mediaset Infinity si conferma il luogo elettivo di fruizione dei contenuti del Gruppo, trainando la crescita complessiva dei consumi video con un tasso di crescita del **TTS** pari a **+47% YoY** (Fonte Webtrekk). L'**app** di Mediaset Infinity del 2023 ha raggiunto **24,9 milioni di download**, in crescita del **+14%** rispetto l'anno precedente.
- ▣ Per quanto riguarda l'offerta gratuita, nel 2023 è stato avviato un importante progetto di acquisto di serie da mettere a disposizione in prima visione esclusiva su Mediaset Infinity. La strategia di lancio di questi contenuti ha previsto sinergie sia tra la TV lineare e il digitale che a livello internazionale tra Italia e Spagna. Un esempio di sinergia tra lineare e digitale è stata la soap turca "My Home My Destiny" con la prima stagione trasmessa su Canale 5 e la seconda stagione pubblicata in esclusiva su Mediaset Infinity. Dalla pubblicazione della 2° stagione, la serie è stata per 14 settimane su 16 in testa alle classifiche Auditel Digital, totalizzando 26 milioni di ore viste complessive grazie ad un'eccellente performance in termini di minuto medio digitale (AMR Digital: 568k individui). Nell'ambito del processo di integrazione internazionale di MFE, invece, è stata selezionata una gamma di Serie Tv di titolarità di Mediaset España per le quali si è valutata una piena affinità col pubblico di Mediaset Infinity. Fra questi titoli un caso di notevole successo è stato "Escandalo": fiction pubblicata in esclusiva su Mediaset Infinity, che ha avuto un eccellente riscontro di pubblico (AMR Digital: 365k individui). Al fine di rendere sempre più accessibile il servizio, è stata inoltre ampliata la presenza dell'applicazione per widget gallery (già su piattaforme Samsung, LG, Sony, Amazon, Apple TV, Sky Glass e degli altri principali

vendor) con l'arrivo delle versioni per le console Sony Playstation e per i televisori Vestel.

▣ **Polo Informazione:** il polo Informazione, raccolto sotto il brand **TGCOM24**, è al suo interno articolato in News (sotto la testata *TGCOM24*), Informazione Sportiva (sotto la testata *Sportmediaset*) ed Informazione Meteo (sotto il marchio *Meteo.it*). L'audience del polo Informazione ha registrato complessivamente nel corso del 2023 una **Total Audience media giornaliera** pari a **2,5 milioni** di **utenti unici** (Fonte Audiweb, perimetro complessivo con TAL) posizionandosi, sotto il marchio TGCOM24, al terzo posto del mercato digitale italiano dell'informazione. L'insieme delle **App gratuite** del polo informazione vede a fine 2023 circa **15,3 milioni** di **download**, in crescita del 4% rispetto al 2022. In quest'ambito, l'**App** del **TGCOM24** ha raggiunto i **4 milioni** di **download** complessivi, con un incremento del parco installato del 6% rispetto all'anno prima; nel solo anno 2023 i download sono stati **157 mila**. Il servizio di previsioni meteo (Meteo.it) ha raggiunto **7,1 milioni** di **download** con una crescita del 4%. I download dell'app Sportmediaset sono arrivati a **2,7 milioni** (+4% rispetto al 2022); nel solo anno 2023 i download sono stati **107 mila**. L'App del TG5 ha raggiunto nel 2023 **1,5 milioni** di download, in crescita del 5%. (Fonte dati: App Annie al 31 dicembre 2023; il perimetro di riferimento del parco App installato fa riferimento alle sole versioni attive distribuite negli store). Una menzione particolare merita l'insieme delle **App gratuite delle Radio MFE** che vedono a fine 2023 circa 2,1 milioni di download in crescita del 12% rispetto al parco di fine 2022.

Evidenziamo come nel corso del 2023 sia continuata la **misurazione Auditel degli ascolti digitali** sui differenti device, con l'obiettivo di stimare l'attività degli utenti on line sui contenuti testuali e video attraverso PC, smartphone e/o tablet, Smart TV, Game Console, Set-Top-Box, al netto delle sovrapposizioni fra i diversi dispositivi rilevati. Nel 2023 Mediaset si è posizionata come **primo editore** realizzando una quota del **44,5%** calcolata sulla metrica fondamentale del **TTS** (Total Time Spent), con 3,1 punti percentuali di distacco rispetto al secondo editore del mercato. La leadership di Mediaset risulta ancora più marcata per quanto riguarda l'indicatore relativo al numero di **video visti** (Legitimate Streams), con fruizioni complessive di contenuti editoriali video sulle Properties MFE (First e Second Screen) pari a **4.2 miliardi** (Video Visti editoriali) nell'anno e una quota del **50,4%**, circa 23 punti percentuali di distacco rispetto al secondo editore del mercato (Fonte: Auditel Digital).

MFE monitora e valuta l'aderenza ai **principi etici** e di qualità nella creazione dei contenuti editoriali digitali grazie al continuo confronto con le testate giornalistiche di riferimento e i brand di intrattenimento e con il coinvolgimento, ove necessario, degli altri dipartimenti (Es. Affari Legali).

Tali principi vengono utilizzati anche per prodotti digitali creati internamente e/o co-prodotti. In questo ambito, MFE prosegue la positiva esperienza di **Infinity Lab**, il primo hub italiano, nato nel 2019, per il co-finanziamento e la co-produzione di documentari, docu serie, reportage e inchieste distribuiti su Infinity+ che hanno da sempre una particolare affinità con tematiche ambientali e di responsabilità sociale.

Nel 2023 Infinity Lab ha co-finanziato e co-prodotto una docu-serie di 6 episodi sulla moda sostenibile dal titolo "*Green is the new black*". Il prodotto racconta le nuove sfide del settore moda, con uno sguardo rivolto all'attenzione dei materiali scelti per la creazione dei capi, alla riduzione dell'impatto ambientale nelle abitudini di shopping e alla consapevolezza del peso che hanno le scelte dei consumatori. Inoltre, sono state confermate le partnership con alcuni festival in cui vengono premiati ed acquisiti cortometraggi che trattano tematiche ESG. In particolare, nel 2023 è stato premiato un cortometraggio che affronta la tematica della violenza sulle donne.

Inoltre, MFE si occupa tramite l'area digital di diffondere ed amplificare molte delle iniziative ESG di gruppo sia sui propri canali digitali che su piattaforme social.

Nel 2023 si è consolidato il lavoro di supporto al progetto **“Mediaset ha a cuore il futuro”** attraverso la gestione sia della promozione delle pagine social Facebook e Instagram che della branded area sulla piattaforma Mediaset Infinity dedicate all'iniziativa e ai relativi contenuti.

In particolare, sono state lanciate 13 campagne social paid nel corso dell'anno dedicate a temi come il cambiamento climatico, lo spreco alimentare, la violenza sulle donne, l'abbandono scolastico, per un investimento complessivo superiore ai €20k. Inoltre, grazie ad un attento piano editoriale organico, sono state presidiate tutte le principali giornate internazionali dedicate a tematiche quali la sostenibilità, l'ambiente, la responsabilità sociale, grazie alla definizione e alla creazione di contenuti ad hoc.

Degna di nota anche l'attività di social amplification in occasione della Giornata Mondiale delle Persone con Disabilità in cui MFE tramite l'area digital ha diffuso sulle piattaforme Meta e su TikTok un messaggio di Chiara Bordi, uno dei protagonisti della nuova fiction **“I fantastici 5”** co-prodotta da RTI e Lux Vide, per portare all'attenzione di tutti la questione di una più equa rappresentazione delle persone con disabilità nel mondo del cinema e della televisione.

Per quanto riguarda infine i temi privacy, in seguito alle linee guida cookie e altri strumenti di tracciamento emesse dal Garante per la protezione dei dati personali, è stato avviato un rigoroso processo di approfondimento per comprendere la corretta applicazione di tali principi. In particolar modo, attraverso il coinvolgimento di tutte le aree aziendali preposte, sono state completate le analisi di business volte a comprendere le nuove esigenze legate alla raccolta dati personali ed alle preferenze di comunicazione dell'utente, che sono state recepite nella nuova area clienti Mediaset Infinity rilasciata nel 2023.

L'OFFERTA DEL GRUPPO IN SPAGNA

Il Gruppo MFE in Spagna, cura con attenzione e meticolosità la produzione e la distribuzione dei propri contenuti, al fine di poter offrire un prodotto qualitativamente valido ed in grado di rappresentare un'eccellenza sul mercato.

Sia i contenuti d'intrattenimento che giornalistici fanno riferimento alla **“Ley 13/2022, de Julio, General de la Comunicación Audiovisual”** che regola il settore audiovisivo, a procedure e regolamenti interni nonché al Codice Etico di Gruppo.

Viene infatti assicurato il costante rispetto di principi quali la **pluralità** e la **diversità delle fonti di informazione**, la **libertà di espressione** ed indipendenza **giornalistica**, l'**imparzialità**, la **non discriminazione** ed il **rigore informativo**, la creazione di contenuti in linea con i **valori** dell'azienda nonché l'applicazione di **norme etiche** che pervadono tutte le attività aziendali nonché tutte le Società del Gruppo, compresi i produttori **“associati”** di contenuti audiovisivi.

In tal modo viene garantita l'indipendenza editoriale, anche attraverso meccanismi d'azione interni così da non incorrere in qualsiasi interferenza esterna nella generazione di contenuti.

La libertà di espressione e l'indipendenza dei giornalisti del Gruppo MFE in Spagna sono concetti che trovano riscontro nel Codice Etico di Gruppo e nei Principi etici d'informazione che prevedono la "veridicità, l'oggettività e l'indipendenza" di tutti i servizi informativi trasmessi.

Inoltre grazie alla pluralità e alla diversità delle fonti di informazione, nonché al coinvolgimento di persone provenienti da vari settori della società, il Gruppo MFE in Spagna integra nei suoi programmi di informazione e di intrattenimento, le diverse tendenze e opinioni al fine di offrire servizi audiovisivi di qualità, in cui sono rappresentati tutti i telespettatori.

DATI DI ASCOLTO (share medie) SPAGNA 2023	INDIVIDUI			TARGET COMMERCIALE		
	24 ore	Prime Time	Day Time	24 ore	Prime Time	Day Time
Telecinco	10,4%	9,3%	10,8%	11,0%	10,2%	11,3%
Cuatro	5,2%	5,9%	4,9%	6,1%	6,9%	5,7%
TOTALE RETI GENERALISTE	15,6%	15,2%	15,8%	17,0%	17,1%	17,1%
TOTALE RETI SEMI GENERALISTE E TEMATICHE	10,0%	9,4%	10,3%	11,0%	9,5%	11,7%
TOTALE MEDIASET ESPAÑA	25,6%	24,6%	26,1%	28,1%	26,6%	28,7%

In ogni caso la qualità nella realizzazione dei contenuti è garantita dal **Comitato Editoriale** che definisce la strategia editoriale insieme alla **Direzione del Dipartimento dei contenuti**. La strategia editoriale viene poi trasmessa ai produttori esecutivi che sono responsabili del monitoraggio e dell'attuazione di questa.

Su base settimanale, il Comitato Contenuti cura e monitora i contenuti dei programmi distribuiti sui diversi canali del Gruppo. Per quanto riguarda la programmazione dal vivo invece, viene valutata e monitorata quotidianamente in riunioni a cui partecipano i direttori dello specifico canale e i produttori esecutivi dei programmi. Successivamente, una volta che i programmi sono stati creati e presentati dai produttori, questi vengono valutati sulla base del rispetto delle linee guida, del Codice etico, del rispetto dei diritti umani, dei diritti dei minori e del diritto alla privacy. Una volta effettuata questa valutazione, i risultati vengono inviati alle società di produzione affinché adeguino i contenuti. Nel caso di programmi con bambini, oltre ai controlli di cui sopra il programma viene inviato alla Child Protection Authority per l'approvazione prima della sua trasmissione.

L'**innovazione nella creazione di contenuti** è un ulteriore elemento fondamentale per mantenere la leadership nel settore audiovisivo. Per questa ragione, la **New Projects Area** è in contatto permanente con i produttori e distributori per intercettare tempestivamente le novità nazionali ed internazionali.

Per la valutazione di nuovi progetti vengono, solitamente, effettuate delle riunioni in cui è presente il team di produzione dei contenuti nonché il **Direttore dell'area di Produzione** e il **Direttore Generale Contenuti** di MFE in Spagna. Nel corso degli incontri vengono prese in considerazione le diverse tendenze di mercato, al fine di individuare prodotti e servizi di qualità in cui tutti i soggetti rappresentativi dell'audience siano rappresentati.

Una volta approvato il progetto, la **Divisione Antena** si attiva al fine di sviluppare strategie di programmazione quali: individuare le migliori date in anteprima, stabilire la strategia di marketing dei contenuti, definire le campagne di lancio, predisporre l'attività di comunicazione in onda e più in generale definire tutte le attività legate al posizionamento del programma al fine di ottenere le migliori performance.

Affinché la creazione di contenuti sia in linea con i valori dell'azienda e con il Codice etico, MFE in Spagna ha definito e implementato un **sistema di controllo piramidale**, in cui i contenuti generati vengono valutati e monitorati costantemente.

Per migliorare la diffusione dei contenuti, il Gruppo MFE in Spagna ha **rinnovato le proprie piattaforme**, riuscendo così a diffondere i propri prodotti anche sulle Smart TV, supportando tutti i formati avanzati, e ottimizzando le prestazioni per i dispositivi mobili, garantendo la fruizione in alta definizione e consentendo un uso multi-dispositivo.

Inoltre, la programmazione è resa disponibile al pubblico attraverso la piattaforma web, strumento che favorisce l'accessibilità ai contenuti audiovisivi e consente l'interazione e il monitoraggio del gradimento dei programmi e delle serie proposte, attraverso l'analisi dei commenti.

Infine, data l'immediatezza delle informazioni diffuse sempre più attraverso i social network, la redazione di Mediaset España **controlla scrupolosamente le proprie fonti**. A tal fine sono poste in essere tali attività:

- ▣ comitato editoriale settimanale, con i top manager dell'azienda per controllare le notizie;
- ▣ riunioni editoriali giornaliere per rivedere i contenuti da trasmettere, nonché i contenuti trasmessi, analizzando quelli che non erano stati precedentemente adattati all'approccio editoriale definito;
- ▣ contatti permanenti tra giornalisti e manager di area per aggiornare le informazioni;
- ▣ controllo quotidiano della trasmissione di contenuti soggetti a proprietà intellettuale;
- ▣ citazione delle fonti quando sono pubbliche ed è consentito citarle;
- ▣ riservatezza delle fonti quando è richiesto.

Per quel che riguarda l'**accessibilità del contenuto** il Gruppo MFE in Spagna mantiene anno dopo anno il suo impegno a rendere la sua programmazione accessibile alle persone con disabilità visive o uditive, come strumento di integrazione sociale e culturale di questi gruppi.

Evidenziamo che nel corso del 2023, MFE in Spagna ha diffuso **47.198 ore di programmi sottotitolati**, circa **3.416 ore di trasmissione tradotte con il linguaggio dei segni** e **4.209 ore con audio-descrizione**.

5.2 LA SOSTENIBILITÀ DEL PRODOTTO EDITORIALE

Il Gruppo MFE, attraverso la propria offerta editoriale in Italia e in Spagna, genera un impatto positivo all'interno delle comunità in cui opera, sensibilizzando il pubblico televisivo su tematiche quali l'uguaglianza di genere, la diversità, la tutela ambientale e contribuendo all'interazione democratica a livello politico e sociale attraverso un'offerta informativa trasparente, plurale e accessibile a tutti.

L'impatto si estende anche alle piattaforme non televisive gestite dal Gruppo, che consentono l'accessibilità di tali contenuti anche agli utenti radiofonici e di Internet.

Nelle oltre 289.000 ore di palinsesti emessi sulle proprie reti generaliste e tematiche in Italia e in Spagna, il Gruppo ha supportato, direttamente e indirettamente, il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile dell'Agenda 2030 dell'ONU. L'analisi che segue è volta a identificare i principali contenuti che forniscono un contributo significativo in tal senso, evidenziando per ciascun programma i temi trattati e associandoli a uno o più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

TELEVISIONE ITALIA – AUTOPRODOTTO

<p>MELAVERDE / LE STORIE DI MELAVERDE</p> <p>Il racconto del territorio italiano attraverso i suoi cibi, le sue ricchezze e il suo patrimonio. Una storia di tradizione e ingegno. Uno spazio di promozione della biodiversità e di sensibilizzazione dei cittadini alla sua tutela, al consumo responsabile e alle azioni intraprese da attività di varia grandezza in tale direzione.</p> 	<p>I VIAGGI DEL CUORE</p> <p>Don Davide Banzato della Comunità Nuovi Orizzonti ci racconta bellezze, storia, arte e tradizioni religiose dell'Italia e del mondo, attraverso la visita di santuari e pellegrinaggi. Un itinerario alla scoperta della fede e della realtà interreligiosa e multietnica in Italia e all'estero.</p> 	<p>CONCERTO PER LA PACE</p> <p>Federica Panicucci conduce una serata spettacolare dall'Auditorium Conciliazione in occasione della Giornata Mondiale della Pace che si celebra il 1° gennaio, con artisti nazionali ed internazionali accompagnati dall'Orchestra Italiana del Cinema. Il tema universale della pace sarà al centro di alcuni brani significativi letti da Elena Sofia Ricci, Leo Gullotta e Bianca Guaccero.</p> 	<p>QUANDO IL FIUME INCONTRA IL MARE</p> <p>Don Marco Pozza ci racconta vicende umane spiegandole attraverso le più importanti parabole cristiane. Per farlo, ci accompagna all'interno del carcere Due Palazzi di Padova, un luogo interessante per chi è appassionato di racconti. Sette storie, nascoste in filigrana dietro alle parabole di Gesù Cristo. Che cosa succede quando una di queste storie incontra il Vangelo?</p> 
<p>ELISA BUON NATALE ANCHE A TE</p> <p>In una serata speciale ricca di sorprese ed emozioni Elisa ospita sul palco del Mediolanum Forum di Assago straordinari nomi della musica e dello spettacolo. L'evento sostiene la raccolta fondi di Legambiente per piantare nuovi alberi, rigenerare territori e contrastare la crisi climatica contribuendo al progetto europeo Life Terra.</p> 	<p>CONCERTO DI NATALE</p> <p>Federica Panicucci conduce il 31° Concerto di Natale in Vaticano nell'incantata atmosfera natalizia dell'Auditorium della Conciliazione di Roma. In un'unica, spettacolare serata, si esibiranno tanti artisti di prestigio, italiani e internazionali. Il richiamo alla solidarietà è ancora una volta garantito da un progetto di Missioni Don Bosco intitolato: "Salva le bambine della Sierra Leone dalla violenza".</p> 	<p>STRISCIA LA NOTIZIA</p> <p>È lo storico appuntamento quotidiano d'informazione satirica, deciso a smascherare fatti illeciti e ipocrisie del Bel Paese, sempre dalla parte dei cittadini. Numerosi i servizi dedicati a stili di vita sostenibili e a tematiche ambientali. Disponibili, inoltre, approfondimenti di servizio ai cittadini, quali rubriche di alfabetizzazione informatica e prevenzione delle truffe sul web, e di promozione della cultura enogastronomica.</p> 	<p>FORUM / LO SPORTELLO DI FORUM</p> <p>Programma storico dove, con la ricostruzione di casi di processi giudiziari reali, si apre anche alla possibilità di affrontare temi importanti, come quello della violenza sulle donne, le disparità sociali e discriminazioni sessuali; il tutto arricchito dalle testimonianze inviate in onda dai telespettatori.</p> 

<p>AMICI DI MARIA DE FILIPPI</p> <p>UI</p> <p>"Amici", talent show ideato, scritto e condotto da Maria De Filippi che scopre, coltiva e promuove il talento di giovani artisti del mondo della musica e della danza. Il programma si espone apertamente contro ogni tipo di discriminazione.</p> <p>4 5 10</p>	<p>UOMINI E DONNE</p> <p>UI</p> <p>Talk dei sentimenti. Il format prevede l'incontro tra persone disposte a conoscersi nella speranza di incontrare l'anima gemella o semplicemente far nascere una nuova amicizia. Il programma coinvolge con successo sia ragazzi di giovane età sia persone più adulte. Questo appuntamento dedicato all'amore non ha barriere di genere od orientamento.</p> <p>10</p>	<p>TU SI QUE VALES</p> <p>SI</p> <p>Uno show per tutta la famiglia, in cui, oltre al divertimento, si vanno a inserire esibizioni e interventi ricchi di significato, in grado di affrontare efficacemente tematiche fondamentali del presente, come la difesa degli animali, le testimonianze di vittime di discriminazione e il loro processo di emancipazione nonché condanne alla violenza sulle donne.</p> <p>5 10</p>	<p>GRANDE FRATELLO</p> <p>SI</p> <p>Nei suoi 24 anni di storia il reality ha da sempre accolto e raccontato minoranze e disabilità. Tante le iniziative a favore della sostenibilità: dal 2014 gli inquilini della casa per poter usufruire della doccia calda, devono pedalare. In casa inoltre vengono utilizzate solo bottiglie di plastica riciclabile ed è presente una postazione dedicata alla raccolta dei vuoti per sensibilizzare così i concorrenti a smaltire le bottiglie nel rispetto dell'ambiente.</p> <p>12</p>
<p>MICHELLE IMPOSSIBILE</p> <p>UI</p> <p>Varietà per tutta la famiglia condotto da Michelle Hunziker e contraddistinto da ospiti d'eccezione che cantano, ballano e vengono intervistati. Michelle Hunziker, da sempre in prima linea contro la violenza sulle donne, e il suo cast dedicano diversi momenti all'interno del programma al tema della parità di genere e al sostegno delle donne.</p> <p>5</p>	<p>LA TV DEI 100 E UNO</p> <p>UI</p> <p>Programma per tutta la famiglia i cui protagonisti sono cento bambini capitanati da Pietro Chiambretti. L'obiettivo del programma è «divertire, emozionare e sorprendere». In che modo? Dando la possibilità ai giovanissimi di porre domande agli ospiti in studio. Spazio anche a momenti di dibattito e riflessione su temi di grande attualità come "bullismo", "guerra", "lavoro", visti dagli occhi dei più piccoli.</p> <p>10</p>	<p>C'È POSTA PER TE</p> <p>UI</p> <p>People show ideato e condotto da Maria De Filippi. Protagoniste le storie delle persone, le loro emozioni e i loro sentimenti. Il programma racconta da sempre storie che abbattano ogni tipo di barriera di genere, sesso ed etnia.</p> <p>10</p>	<p>LO SHOW DEI RECORD</p> <p>UI</p> <p>Gerry Scotti conduce il programma in cui uomini e donne provenienti da tutto il mondo e appartenenti ad ogni fascia d'età sfidano i propri limiti per conquistare un primato nel Guinness World Records. Oltre che la performance del record sono messi a tema i performer più particolari raccontati non come "diversi" ma come "unici".</p> <p>10</p>
<p>FREEDOM OLTRE IL CONFINE</p> <p>UI</p> <p>Programma dedicato alla conoscenza: storia, geografia, scienza e curiosità. Roberto Giacobbo ci porta alla scoperta dell'Italia e del mondo, tra i suoi reperti, le sue ricchezze e patrimoni universali da proteggere, conservare e tramandare alle prossime generazioni.</p> <p>4 11 15</p>	<p>UNA VITA IN VACANZA</p> <p>UI</p> <p>Maddalena Corvaglia e Gianluca Scintilla Fubelli alla scoperta della storia e della cultura della Sicilia in un divertente adventure game.</p> <p>4 15</p>	<p>LE IENE / LE IENE INSIDE</p> <p>UI</p> <p>In un mix di inchieste e divertimento il programma fa da megafono televisivo in grado di dar voce a cittadini in attesa di giustizia, portando a galla importanti storie di crimini, raggiri, discriminazioni e violenze che gli altri non raccontano. Numerosi, inoltre, i servizi dedicati a clima, crimini ambientali e inquinamento. Alcune delle storie più seguite e discusse del programma Le Iene, raccontate in puntate monografiche con interviste, servizi e approfondimenti. Tra i casi più eclatanti la strage di Erba e la morte di David Rossi</p> <p>5 8 10 12 13 16</p>	<p>LOVE MI</p> <p>UI</p> <p>In diretta da Piazza Duomo a Milano l'atteso concerto di Fedez con tantissimi artisti che si esibiscono a scopo benefico. Conducono Max Angioni e Mariasole Pollio con Gabriele Vagnato.</p> <p>3 10</p>
<p>BACK TO SCHOOL</p> <p>UI</p> <p>25 "ripetenti" VIP sono costretti a tornare sui banchi di scuola per affrontare un vero esame di quinta elementare. Ad aiutarli ci sono 12 bambini delle elementari ribattezzati Maestrini. Dopo una serie di lezioni e test svolti in aula saranno interrogati da una commissione d'esame composta da maestri. Con Federica Panicucci.</p> <p>4</p>	<p>RACCONTI DI LIBERTÀ</p> <p>UI</p> <p>La libertà è una conquista. Le testimonianze sulla Shoah e le leggi razziali contro gli ebrei che subirono tante limitazioni a partire dalla scuola da cui vennero espulsi. L'indifferenza è stata complice? Ricordiamo la Liberazione d'Italia grazie alla voce dei partigiani e al racconto di quanto fecero per riconquistare la libertà e la pace. E infine la Resistenza, soprattutto di coloro che scelsero di non seguire la strada della violenza.</p> <p>4 5 10 16</p>	<p>ENERGIE IN VIAGGIO</p> <p>UI</p> <p>Enrico Bertolino Lucilla Agosti e Massimiliano Rosolino in questo nuovo programma ci portano alla scoperta della transizione energetica in Italia.</p> <p>2 7 9 12 13 15</p>	<p>SLOW TOUR PADANO</p> <p>UI</p> <p>Un viaggio sulle tracce dei valori italiani con Patrizio Roversi. Come i prodotti del territorio italiano costituiscono parte della nostra identità, tradizioni, maestrie e passioni.</p> <p>12 15</p>

TELEVISIONE ITALIA - DOCUMENTARI

<p>MARIA MADDALENA I SEGRETI RIVELATI</p> <p> </p> <p>Un viaggio nella vita della prima testimone della Resurrezione, "l'apostola degli apostoli", colei che con la sua forza ha finalmente riportato alla luce l'importanza delle donne nella vita di Gesù: Maria Maddalena, la fedele discepolo condannata, per secoli, al ruolo di prostituta pentita.</p> <p></p>	<p>LUOGHI DI MAGNIFICA ITALIA</p> <p> </p> <p>Il meglio dell'Italia raccontato con immagini spettacolari. Mari e montagne mozzafiato da ammirare dal cielo e una selezione dei luoghi più belli e interessanti tra parchi, borghi e città, cultura, sapori e tradizioni. Il progetto video-editoriale, che mira alla valorizzazione del patrimonio ambientale, culturale ed agroalimentare di tutta l'Italia.</p> <p> </p>	<p>VIAGGIATORI UNO SGUARDO SUL MONDO</p> <p> </p> <p>Un viaggio itinerante attraverso le più belle località del Pianeta Terra. Dalla Polinesia all'Indonesia, dall'Africa ai Caraibi, essere Viaggiatori significa essere Cittadini del Mondo. Un mondo da osservare con occhi curiosi e assetati di conoscenza: tra mare e deserto, tra isole e foreste lussureggianti. Incontri con le popolazioni locali, escursioni e sport emozionanti, nuove scoperte culinarie, tradizioni, usi e costumi tipici.</p> <p> </p>	<p>IL CERCHIO DELLA VITA-NATURA MERAVIGLIOSA</p> <p> </p> <p>Un meraviglioso viaggio nelle terre selvagge della natura per scoprire le tappe fondamentali della vita degli animali più affascinanti del nostro pianeta. Dalla nascita alla ricerca di una casa, dalla creazione di una famiglia alla scelta di un territorio e, infine, alla morte: i momenti del "ciclo di vita" che tutti gli animali hanno in comune ma che vivono diversamente.</p> <p> </p>
<p>CASTELLO DI CHAMBORD-LEONARDO NELLA VALLE DELLA LOIRA</p> <p> </p> <p>Nella Valle della Loira a 180 chilometri da Parigi, il Castello di Chambord ci affascina da secoli con le sue dimensioni monumentali che lasciano senza fiato le migliaia di persone che lo visitano ogni anno. Non è solo la sua maestosità a renderlo unico: Chambord resta ancora un enigma architettonico.</p> <p></p>	<p>LE CITTÀ PERDUTE DELLA BIBBIA</p> <p> </p> <p>L'antico Iraq è l'ambientazione di alcune delle più grandi storie della Bibbia; l'Arca di Noè, il luogo di nascita di Abramo e la Torre di Babele. Un raro accesso ci concede di seguire archeologi pionieri che indagano sulle città perdute dell'Iraq e scoprono il mondo dell'Antico Testamento. Le meraviglie di Ninive e Babilonia, la maestosità di Uruk nel sud dell'Iraq ed un misterioso insieme di rovine a Girsu.</p> <p></p>	<p>BRASILE NATURA DI SMERALDO</p> <p> </p> <p>La più grande zona umida della Terra, il Pantanal, si trova nel cuore pulsante del Brasile, una terra di contrasti, governata da un drammatico ciclo di siccità e diluvio. Con oltre 4.700 specie di piante e animali, questo è il luogo con la più alta concentrazione di fauna tropicale del Sud America.</p> <p> </p>	<p>COLOMBIA: COSTE DA SOGNO</p> <p> </p> <p>Le due meravigliose coste della Colombia - i Caraibi lunghi 1.100 miglia e il Pacifico di 905 miglia - offrono un'enorme varietà di habitat ed ospitano alcune delle più affascinanti creature sottomarine del pianeta. Immerciamoci tra gli straordinari animali marini della Colombia ed esploriamo i suoi habitat marittimi a terra unici per comprendere perché le coste di questo paese ospitano una tale gamma abbagliante di vita.</p> <p> </p>
<p>I MISTERI DEL SANTO SEPOLCRO</p> <p> </p> <p>Documentario sui tanti misteri che aleggiano dietro la Resurrezione, seguendo il reperto che potrebbe aiutare a trovare una soluzione: la Sacra Sindone, il telo che avrebbe avvolto il corpo di Gesù quando fu sepolto, conservato a Torino. Si tratta, quindi, di una seria analisi e di una ricerca di elementi che possano dare una risposta alla storicità di Gesù Cristo ed alla Resurrezione del Suo corpo.</p> <p></p>	<p>ANAM IL SENZANOME</p> <p> </p> <p>L'ultima intervista a Tiziano Terzani, uno dei più grandi viaggiatori, giornalisti e scrittori del nostro tempo. Realizzato da Mario Zanot per Longanesi e C., questo filmato di circa un'ora, emoziona e fa riflettere. La serenità e la consapevolezza con la quale Terzani si racconta, a poche settimane dalla sua morte (o meglio "dall'abbandono del suo corpo"), ha dell'incredibile.</p> <p></p>	<p>VITA TRA I GHIACCI</p> <p> </p> <p>Dietro il magico paese delle meraviglie invernali ci sono alcuni dei luoghi più difficili al mondo in cui sopravvivere. Le telecamere nascoste di nuova generazione rivelano gli affascinanti comportamenti degli animali, dai pinguini ai pappagalli, dagli orsi polari alle lontre, dai wallaby ai vombati.</p> <p></p>	<p>LE ULTIME RELIQUIE DI GESÙ</p> <p> </p> <p>I Vangeli raccontano i periodi chiave della vita di Gesù, dalla sua nascita fino alla sua sofferenza sulla Croce a Gerusalemme. Ma cosa sappiamo esattamente oggi della vita di quest'uomo? Per secoli, ricercatori, storici e appassionati si sono imbarcati in una ricerca per trovare le reliquie. Ma queste reliquie esistono davvero?</p> <p></p>
<p>ALLA SCOPERTA DELLE HIGHLANDS</p> <p> </p> <p>Una terra modellata da flussi di ghiaccio antico, dove imponenti montagne siedono accanto a misteriosi laghi, le vaste Highlands scozzesi sono uno dei luoghi più selvaggi dell'Europa occidentale. Fotografie aeree mozzafiato e riprese slowmotion, infrarossi e registrazioni subacquee all'avanguardia catturano una varietà di creature raramente viste sullo schermo.</p> <p></p>	<p>IL SACRO GRAAL TRA FATTI E CONGETTURE</p> <p> </p> <p>Dalla Spagna all'Italia, passando per la Francia e Gerusalemme, le tante teorie dietro il termine "Santo Graal". Esperti, storici e scienziati contrappongono la leggenda alla scienza nel tentativo di dare finalmente un volto al più grande mito dell'umanità.</p> <p></p>	<p>NATI SULLE MONTAGNE ROCCIOSE</p> <p> </p> <p>Le Montagne Rocciose sono la seconda catena montuosa più grande della Terra con 4.800 chilometri di lunghezza. I giovani abitanti delle selvagge Montagne Rocciose devono imparare a sopravvivere nel loro ambiente, comprendere le regole della loro società e affrontare le sfide di un mondo in rapido cambiamento.</p> <p></p>	<p>FLORIDA LO STATO DEL SOLE</p> <p>  </p> <p>La Florida è lo stato più a sud est dell'America continentale, vicinissimo ai tropici. Ogni anno affronta le forze estreme della natura e ora l'aumento della popolazione umana e la diffusione delle specie invasive minacciano il suo equilibrio. Quanto resisterà questo soleggiato paradiso a tempeste sempre più forti?</p> <p>  </p>

<p>CASCATE VITTORIA EDEN AFRICANO</p> <p>Si possono vedere da distanze fino a 30 km: come un vulcano borbottante e ribollente, pronto a eruttare, una nuvola luminosa si eleva dal suolo. È così che si possono vivere le Cascate Vittoria all'alba. La gente del posto lo chiama: "Il fumo del tuono".</p> 	<p>CALIFORNIA UN MONDO DA SCOPRIRE</p> <p>La fauna selvatica e i luoghi selvaggi della California le cui forze estreme stanno spingendo ad un punto critico. Incendi catastrofici, siccità devastanti, tempeste, densità di popolazione ed il riscaldamento degli oceani sono una minaccia. Come sopravviverà la spettacolare natura selvaggia della California?</p> 	<p>WILD ROCKIES</p> <p>Le storie di incredibili creature che vivono tra le vette e le valli di una delle catene montuose più iconiche del mondo. In alcuni degli ecosistemi unici troviamo cavalli selvaggi nella valle deserta di Okanagan, orsi grizzly che combattono i salmoni nei fiumi alimentati dai ghiacciai, e persino le capre di montagna che camminano vicino alle vette, dove nemmeno gli alberi possono sopravvivere.</p> 	<p>LA FAMIGLIA DEI PINGUINI</p> <p>Il pinguino imperatore è il più grande esemplare di una famiglia con 18 volti diversi. Grazie alla sorprendente capacità di adattamento sopravvive in luoghi inaspettati.</p> 
<p>CIAK JUNIOR</p> <p>Ciak Junior è un progetto internazionale di cortometraggi, scritti e interpretati dai ragazzi per i ragazzi, con l'intento di far conoscere agli studenti come nasce un prodotto audiovisivo. I ragazzi prendono parte a tutte le fasi produttive del cortometraggio: dalla scrittura del soggetto alla recitazione, fino alle riprese.</p> 	<p>CINA ANTICO REGNO NATURALE</p> <p>Esploriamo l'ambizioso progetto di conservazione del paese che vede il governo cinese istituire un nuovissimo sistema: 10 parchi nazionali pilota per proteggere le specie più rare del paese, dai panda alle scimmie dal naso camuso dorato, dai leopardi delle nevi alle volpi.</p> 	<p>GIFFONI FILM FESTIVAL</p> <p>Cinquantatreesima edizione del Giffoni Film Festival dedicata al tema degli Indispensabili. Uno speciale sulle esperienze dei giffoner, le loro sensazioni e le emozioni. Un modo per condividere energia e speranza in questa straordinaria generazione.</p> 	<p>PATAGONIA LA VITA AI CONFINI DEL MONDO</p> <p>Le meraviglie di uno degli ultimi luoghi incontaminati sulla Terra: la Patagonia. Un tributo alla diversità del paesaggio e degli animali che popolano questo territorio per più di mille miglia attraverso il Cile e l'Argentina; bagnata da due oceani, si snoda dall'Atlantico al Pacifico tra montagne e distese di ghiaccio, deserti e foreste incontaminate.</p> 
<p>COPRIRSI BENE: COME GLI ANIMALI SI RIPARANO</p> <p>Gli animali hanno sviluppato una grandissima varietà di rivestimenti esterni per sopravvivere nei diversi habitat. Piume, squame, pelli, folti pellicce, corazze o aculei proteggono dagli elementi, regolano la temperatura corporea oppure tengono a bada i nemici.</p> 	<p>IL MISTERO DELLA LANCIA CHE TRAFISSE GESÙ</p> <p>Come l'Arca dell'Alleanza e il Graal, la Lancia Sacra è una delle reliquie sacre del cristianesimo. Un'indagine scientifica con le più recenti ricerche storiche, da Gerusalemme a Istanbul, Parigi, Vienna e Roma, per esplorare la storia bimillenaria di questo affascinante manufatto.</p> 	<p>#CELEBRATED LE GRANDI BIOGRAFIE</p> <p>Vite da star. La storia delle più grandi star di Hollywood con interviste e materiale inedito. Dagli affascinanti Johnny Depp, Nicole Kidman, Leonardo DiCaprio e Julia Roberts ai talenti del calibro di Robin Williams, Meryl Streep e Cate Blanchett.</p> 	<p>TECH TOYS – INGEGNERIA SPAZIALE</p> <p>Viaggi in ogni angolo del mondo per scoprire invenzioni rivoluzionarie nel campo dei trasporti e veicoli futuristici all'avanguardia. Dalla rivoluzionaria auto sportiva elettrica a tre ruote alla supercar elettrica ispirata al rally, per poi conoscere il Volocopter, un multicottero per la mobilità urbana.</p> 
<p>WORLD'S WILDEST WEATHER</p> <p>Casi scioccanti, dove senza alcun preavviso il tempo è cambiato in un istante, causando danni catastrofici e pericolo a chiunque si sia trovato sul suo cammino. Saremo spettatori della tempesta attraverso gli occhi di coloro che hanno sperimentato alcune delle condizioni meteorologiche più selvagge del mondo.</p> 	<p>CACCIATORI D'ECLISSI</p> <p>Le eclissi solari possono fornire dati essenziali per trovare le risposte ai più grandi misteri del sole. Per questo motivo, alcuni tra gli scienziati più esperti del mondo raggiungono l'isola di Pasqua per assistere a un'eclissi totale di sole.</p> 	<p>ATLANTE DEL COSMO</p> <p>Un universo nuovo e sorprendente. Il cosmo e le sue meraviglie attraverso le migliori immagini della NASA e dell'ESA, ricostruzioni 3D inedite e innumerevoli grafici, disegni e sezioni raccolte e raccontate dai massimi esperti. Esploriamo l'instancabile ricerca dell'umanità per altri mondi.</p> 	<p>CAMPI DI BATTAGLIA</p> <p>Lo storico e giornalista Serge Tignères solleva il velo sui grandi scontri armati, cercando tracce del passato, lo stigma dei combattimenti e tutti gli indizi che l'archeologia moderna può far emergere dal suolo. Grazie alla modellazione 3D, alla realtà aumentata e ai reanactors storici, Serge ci immerge nella storia, offrendo agli spettatori un'avventura tanto interattiva quanto coinvolgente.</p> 

<p>CUORE DI LEONESSA</p> <p>Nel parco del Serengeti una femmina di gnu ha dato alla luce una cucciola. Dopo 7 minuti, la piccola è in grado di correre ma viene attaccata da una leonessa e divisa dalla madre. Per salvarsi serve un miracolo e il miracolo avviene. La leonessa predatrice rinuncia al pasto e la protegge come fosse sua figlia. Il giorno successivo la cucciola ritrova la madre e si ricongiunge al branco.</p> 	<p>LHOTSE: THROUGH THE STORM</p> <p>L'alpinista italiano Mario Vielmo racconta la sua scalata del Lhotse, la quarta montagna più alta del mondo. Insieme ad altri due alpinisti, Sebastiano Valentini e Nicola Bonaiti, senza ossigeno e nel mezzo di una tempesta, affrontano eroicamente la loro salita verso gli 8516 metri. Forza, passione e un pizzico di follia, per un'impresa al limite con molti retroscena e amare sorprese.</p> 	<p>STRANE SCOPERTE NEL PROFONDO DELLA GIUNGLA</p> <p>Un viaggio nelle giungle di tutto il mondo per esaminare le straordinarie curiosità e misteri che si trovano nei loro ambienti. Analizziamo i misteri, esploriamo il come e il perché e ipotizziamo ciò che potrebbe ancora essere in attesa di essere scoperto.</p> 	<p>GREEN STORYTELLERS</p> <p>In un avventuroso viaggio ecosostenibile due storyteller ci conducono alla scoperta delle storie di coloro che hanno scelto di impegnarsi in prima persona per un futuro migliore, più sostenibile e solidale, in una nuova consapevolezza nata dall'emergenza Covid.</p> 
<p>LA STORIA PROIBITA</p> <p>Grandi tesori, antiche cospirazioni, la scomparsa di intere civiltà: ripercorriamo alcuni tra i più misteriosi e controversi momenti nella storia dell'umanità attraverso numerosi oggetti. Quante storie sono state omesse dai libri di storia?</p> 	<p>LEONARDO L'UOMO CHE ANTICIPÒ IL FUTURO</p> <p>Il documentario ripercorre e attualizza l'eredità artistica e scientifica di Leonardo Da Vinci, raccontandone la storia dalla Bottega del Verrocchio alla corte di Ludovico il Moro, dalla pittura alla scienza, dalla tecnica all'architettura.</p> 	<p>ATTENBOROUGH E LA GRANDE BARRIERA CORALLINA</p> <p>Ha esplorato la barriera corallina australiana sessant'anni fa, ma solo oggi può mostrare quei colori e quello spettacolo per come appaiono davvero! Il leggendario naturalista David Attenborough torna in uno dei luoghi più belli e meno conosciuti della Terra per accompagnarci in un viaggio senza precedenti.</p> 	<p>COSE DI QUESTO MONDO</p> <p>Oltre 4000 satelliti girano intorno alla terra e ogni giorno ci svelano nuovi fenomeni misteriosi che spesso restano senza spiegazioni. Fenomeni sconcertanti, misteri dallo spazio o solo cose di questo mondo?</p> 
<p>MEGACOSTRUZIONI</p> <p>Serie di documentari incentrati su costruzioni e infrastrutture architettoniche di dimensioni eccezionali. Dalle gigantesche navi container all'Hard Rock Park nella Carolina del Sud, per poi passare alla più grande piattaforma petrolifera mai costruita ed arrivare al progetto del Mose di Venezia. Le realizzazioni più impressionanti dell'ingegneria moderna.</p> 	<p>UNIVERSO AI RAGGI X</p> <p>Telescopi e computer d'avanguardia per scoprire l'universo e svelare le leggi che lo ordinano. Grazie ai passi da gigante compiuti dall'uomo nel campo dell'astronomia e a computer potenti in grado di processare animazioni grafiche sempre più vicine al reale, lo spettatore oggi può letteralmente viaggiare nel cosmo: dalle collisioni planetarie ai misteriosi anelli di Saturno, tanti i viaggi quanti i fenomeni da approfondire.</p> 	<p>DITTATORI DEL NOVECENTO</p> <p>Da Hitler a Saddam Hussein, da Stalin a Kim Jong-il della Corea del Nord, dal presidente Mao al colonnello Gheddafi. Questi sono gli psicopatici, gli ideologi senza cuore, gli avidi, i crudeli e talvolta i semplici pazzi che hanno preso il controllo del loro paese e hanno inflitto sofferenze spaventose alla loro gente.</p> 	<p>LE BASI SEGRETE DEI NAZISTI</p> <p>Alla scoperta delle diverse strutture costruite dai nazisti ed incredibilmente tenute nascoste, dai cunicoli alle torri, passando per siti di artiglieria e nascondigli vari, fino ai centri di comunicazione. Di importanza fondamentale per Hitler è l'isola di Guernsey, resa una fortezza inespugnabile e diventata una vera e propria ossessione per il Führer.</p> 
<p>WILD NORD AMERICA</p> <p>La natura selvaggia e le sue bellezze nel continente nordamericano. Le montagne Rocciose, le cascate, la costa americana sono gli habitat di una ricca natura tutta da scoprire. Esploreremo tra gli altri i fiumi Mississippi, Missouri e Ohio, che uniscono le loro forze e si trasformano in un colosso che divide la nazione, la Valle della Morte in California che costituisce il punto più basso e caldo d'America, e la Bracken Cave, nei pressi di San Antonio, la grotta che ospita la più grande colonia di pipistrelli del mondo.</p> 	<p>FROZEN PLANET II</p> <p>Una serie in sei episodi -narrata da Sir David Attenborough- che esplora la fauna selvatica nelle regioni più fredde del mondo: l'Artico e l'Antartide, alte montagne, deserti ghiacciati, foreste innevate e oceani ghiacciati. Dagli orsi polari ai pinguini, dalle scimmie delle nevi alle tigri siberiane, ogni specie deve superare una serie di sfide per sopravvivere al suo habitat estremo.</p> 	<p>PLANET EARTH II E LE MERAVIGLIE DELLA TERRA</p> <p>Dalle tundre ghiacciate del nord fino alle foreste dell'equatore, David Attenborough ci accompagna in un viaggio emozionante ed esclusivo attraverso alcuni dei panorami più belli del pianeta Terra.</p> 	<p>I RAGAZZI DI WINDERMERE: A PAROLE LORO</p> <p>Il progetto di riabilitazione di centinaia di bambini sopravvissuti all'Olocausto, in una clinica sulle rive del Lago Windermere, in Cumbria, dopo il 1945. All'interno di un programma riabilitativo in cui ragazzi e ragazze senza famiglia provenienti dai campi di lavoro e di concentramento dell'Europa orientale furono affidati a nuove famiglie per ricominciare.</p> 

<p>AMAZZONIA SELVAGGIA</p> <p>Attraversando nove paesi sudamericani, l'Amazzonia è la più grande foresta pluviale del pianeta. Ospita oltre due milioni e mezzo di specie, ognuna adattata in modo univoco per sopravvivere in un paesaggio di lussureggiante giungla tropicale. Cosa serve per crescere, cacciare e trovare l'amore quando si nascondono pericoli ovunque?</p> 	<p>I CONFINI DELL'UOMO</p> <p>Il subacqueo francese Jaques Mayol ci racconta aneddoti ed esperimenti per approfondire dal punto di vista medico e scientifico, il comportamento dell'organismo umano in apnea profonda o semplicemente in immersione, o durante attività come lo yoga.</p> 	<p>BEAUTIFUL SERENGETI</p> <p>La diversità degli animali in un mondo di paesaggi incontaminati e scenari straordinari. Dall'insolito al comune, la vita è rappresentata da filmati spettacolari di nascita, gioco, ricerca e sconfitta. Il bellissimo Serengeti attraversa le pianure, le montagne e i fiumi dell'Africa orientale per mostrare una visione intima della grande varietà di animali e uccelli che ci abitano.</p> 	<p>DYNASTIES II L'AVVENTURA DELLA VITA</p> <p>David Attenborough ci racconta alcune storie di animali che lottano contro i rivali e contro le forze della natura; famiglie che combattono per la propria sopravvivenza e per il futuro delle loro dinastie.</p> 
<p>MUSSOLINI ULTIMI GIORNI</p> <p>Settant'anni dopo la fine del fascismo, gli ultimi istanti della vita di Mussolini. Ripercorriamo le "tre morti" del dittatore: quella politica, in seguito allo sbarco delle truppe alleate in Sicilia nell'estate 1943; quella simbolica, con il cadavere linciato dalla folla in piazza Loreto a Milano il 29 aprile del 1945; e quella fisica, quando venne ucciso sulle sponde del Lago di Como.</p> 	<p>FOSSOLI ANTICAMERA PER L'INFERNO</p> <p>La storia del Campo di Fossoli nei suoi 28 anni di attività (dal 1942 al 1970). Il campo viene diviso in due parti: il Campo vecchio gestito dalla RSI ed il Campo nuovo gestito direttamente dalle SS naziste. Scopriamo le singole storie di internati politici e detenuti ebrei.</p> 	<p>CARLO III: LA NASCITA DI UN RE</p> <p>Dopo la morte della regina Elisabetta II, il principe Carlo, poco prima del suo 73esimo compleanno, è diventato il re britannico. La vita del Principe di Galles è stata segnata da alti e bassi.</p> 	<p>I LUOGHI PIÙ BELLI DEL MONDO</p> <p>Dai leggendari templi di Angkor allo splendore della piramide di Cheope, dal Museo del Louvre al santuario di Olimpia, un'eccezionale tour ai quattro angoli del mondo. Un favoloso tuffo nella storia delle civiltà attraverso spettacolari immagini aeree, recenti scoperte archeologiche e ricostruzioni con immagini generate al computer.</p> 
<p>DYNASTIES I</p> <p>Lo scimpanzé, il pinguino Imperatore, il leone, il licaone e la tigre: gli animali più iconici del pianeta in una serie di documentari pluripremiati.</p> 	<p>LE PIÙ GRANDI MERAVIGLIE NATURALI DEL MONDO</p> <p>Uno sguardo alle meraviglie naturali più iconiche del pianeta: le montagne, i fiumi, i laghi, le foreste, i vulcani, le grotte, le cascate più grandi del mondo e altro ancora... Dalle grandi Terre della savana africana al vulcano attivo di Tanna; dall'Everest alla Grande Barriera Corallina; dalle lussureggianti foreste croate e dalle cascate sbalorditive all'iconico Grand Canyon americano.</p> 	<p>LA COSTA DEI PREDATORI</p> <p>Con il suo clima unico e la sua spettacolare topografia, la regione del Moputaland nell'Africa meridionale è uno dei punti caldi della biodiversità più spettacolari al mondo.</p> 	<p>PLANET EARTH II: I DIARI</p> <p>Il difficile approdo all'isola vulcanica di Zavodovski e la vita ai limiti della sopravvivenza dei pinguini che la popolano; il volo dell'aquila reale sulle vette del Monte Bianco; le difficoltà per riprendere un raro delfino brasiliano; il difficile inseguimento delle locuste in terra malgascia; l'ostilità mostrata dalla fauna selvatica del Kaziranga; la sfrontatezza delle scimmie che popolano le città indiane.</p> 
<p>I GRANDI FIUMI DELLA TERRA</p> <p>I fiumi sono la linfa vitale del nostro pianeta, distribuiscono sostanze nutritive, sostengono la fauna selvatica e nutrono le nostre città. Le incredibili storie di tre fiumi iconici: il tortuoso Danubio, la biodiversità dello Yukon e lo Zambesi, sede delle fragorose Cascate Vittoria.</p> 	<p>GENERALE</p> <p>L'indagine privata di Dora, che alla soglia dei trent'anni, cerca di capire chi fosse stato veramente suo nonno, il Generale Carlo Alberto Dalla Chiesa, morto a Palermo il 3 settembre 1982 per mano della mafia. Un ritratto intimo e sincero di un uomo che ha vissuto gli anni più oscuri e sanguinari della storia d'Italia.</p> 	<p>ANDREA - DORIA 74</p> <p>La straordinaria spedizione subacquea sul relitto dell'Andrea Doria, affondato in una collisione con lo Stockholm, il 26 Luglio del 1956. I resti del transatlantico giacciono a 74 metri sotto il livello del mare.</p> 	<p>JFK: IL FILMATO CHE HA RISCritto LA STORIA</p> <p>Dallas, 22 novembre 1963: assassinio di John F. Kennedy. La storia poco conosciuta della pellicola 8mm che ha immortalato i terribili eventi che hanno cambiato tutto. Si tratta del più importante video amatoriale della storia.</p> 

TELEVISIONE ITALIA – NEWS E INFOTAINMENT

<p>1943 L'ANNO CHE...</p> <p>Focus</p> <p>Materiali audiovisivi d'epoca e l'intervento di numerosi testimoni, storici ed esperti, raccontano gli avvenimenti che hanno caratterizzato il 1943 e che hanno segnato radicalmente la storia del nostro Paese. Rimozioni, distorsioni propagandistiche ed errate convinzioni su quel periodo storico hanno impedito un serio lavoro sull'identità italiana e condizionano ancora oggi la cultura politica e il dibattito pubblico.</p> 	<p>DALLA PARTE DEGLI ANIMALI</p> <p>4</p> <p>Un magazine dedicato alla scoperta del mondo degli animali, domestici e non. Promotore di valori come la condanna di maltrattamenti e abbandono, offre, inoltre, una sezione dedicata alle notizie internazionali sull'universo animale, con particolare attenzione alla conservazione delle specie in pericolo.</p> 	<p>PENSA IN GRANDE</p> <p>4</p> <p>Ritratti di grandi imprenditori italiani con le loro storie, piene di talento e coraggio per scoprire quale sia la chiave del loro successo.</p> 	<p>TG4 MEDICINA</p> <p>4</p> <p>Rubrica condotta da Elisa Triani in coda all'edizione di mezzogiorno del TG4. Il punto di vista dei maggiori professionisti italiani del settore su come prevenire e curare i disturbi medici più frequenti e sulle tecniche più innovative per fronteggiare diverse patologie. Il linguaggio chiaro e immediato aiuta a conoscere meglio gli aspetti fondamentali della medicina.</p> 
<p>L'INDIGNATO</p> <p>UI</p> <p>Rubrica che tratta temi proposti direttamente dai telespettatori, affrontando storie di disagi del cittadino in rapporto con le Istituzioni.</p> 	<p>GUSTO</p> <p>UI</p> <p>Con i suoi spin-off Gusto Verde e Gusto DiVino, promuove la ricchezza del patrimonio agroalimentare regionale italiano. Sono evidenziati, inoltre, i benefici sulla salute di un'alimentazione sana, variegata e con ingredienti di origine controllata.</p> 	<p>LA STORIA</p> <p>UI</p> <p>Rubrica dedicata ad approfondimenti sul passato storico-politico italiano e internazionale. Un momento di arricchimento culturale per lo spettatore, ma anche un'utile occasione per riflettere sul nostro presente, secondo gli insegnamenti di un passato da non dimenticare.</p> 	<p>TG5 SALUTE</p> <p>UI</p> <p>Tramite le voci e i pareri di esperti del mondo medico sanitario, la rubrica sensibilizza i telespettatori al tema della prevenzione, segnalando accorgimenti all'insorgere di condizioni patologiche e promuovendo l'importanza di controlli periodici.</p> 
<p>L'ARCA DI NOÈ</p> <p>UI</p> <p>Rubrica dedicata al mondo animale. Il racconto della ricchezza faunistica locale e internazionale, con particolare attenzione ad habitat, specie in pericolo e alla sensibilizzazione dei cittadini nella difesa degli ecosistemi.</p> 	<p>TG5 START</p> <p>UI</p> <p>Dedica all'innovazione tecnologica e ingegneristica, la rubrica racconta l'impatto diretto che la ricerca ha sia nella facilitazione della routine quotidiana sia in un generale miglioramento delle condizioni di vita di tutti.</p> 	<p>LA BAMBINA DI AUSCHWITZ</p> <p>UI</p> <p>In occasione della Giornata della Memoria, parla Tatiana Bucci, una dei pochi bambini sopravvissuti ai campi di sterminio nazisti. Deportata ad Auschwitz-Birkenau all'età di 6 anni insieme alla sorella, fu liberata dai sovietici.</p> 	<p>CON SAMI PER NON DIMENTICARE</p> <p>UI</p> <p>Speciale dedicato al Giorno della Memoria. Parla Sami Modiano: aveva 14 anni ed era in fin di vita quando fu liberato, e da allora dedica la sua vita a raccontare alle giovani generazioni la realtà della Shoah. Per non dimenticare.</p> 
<p>STUDIO APERTO MAG - NEXT GENERAZIONE EU</p> <p>UI</p> <p>Notizie e approfondimenti in diretta sui temi di attualità quotidiani a cura della redazione giornalistica di Studio Aperto.</p> 	<p>E-PLANET</p> <p>UI</p> <p>Il magazine dell'eco-sostenibilità: auto elettriche, forme di energia rinnovabile, metodi e ricerche di industrializzazione responsabile e impatto umano sulla terra. Dedicati servizi a eventi e ricorrenze collegate, come la Giornata della Terra, e promozione di stili di vita sostenibili.</p> 	<p>COTTO E MANGIATO I MENÙ</p> <p>UI</p> <p>Ricette e consigli di buona cucina dai fornelli di Tessa Gelisio e dagli chef amici di Cotto e Mangiato. - Il magazine di cucina, promuove stili di alimentazione corretta, con un approccio attento al consumo responsabile e alla valorizzazione della varietà territoriale, come quello promosso da Tessa Gelisio, ambientalista e Top Green Influencer italiana nel 2019.</p> 	<p>LAVORO FUTURO</p> <p>TGCOM24</p> <p>Appuntamento dedicato all'approfondimento del mondo del lavoro, alle nuove professionalità e alle opportunità per i giovani.</p> 

<p>ZEROVIRGOLA TGCOM 24</p> <p>Appuntamento settimanale dedicato all'economia e alle imprese.</p> 	<p>TOGETHER – EUROPA 2024 TGCOM 24</p> <p>Un programma quindicinale in partnership con il Parlamento europeo dedicato alle tematiche dell'agenda europea e alle elezioni europee del 2024.</p> 	<p>TGCOM24 NEXT TGCOM 24</p> <p>Appuntamenti dedicati all'informazione e al dibattito sulle tematiche europee realizzato in collaborazione con la Rappresentanza italiana della Commissione europea.</p> 	<p>TG DEI RAGAZZI TGCOM 24</p> <p>Telegiornale realizzato interamente da ragazzi dagli 8 ai 13 anni in collaborazione con TgCom24. Ogni settimana i giovani reporter realizzano un mini-notiziario: conduzione, interviste, servizi e news raccontate dal punto di vista dei ragazzi.</p> 
<p>EXTREME E </p> <p>Adrenalino! Campionato Mondiale di SUV elettrici. Il rally sostenibile e innovativo che ha come protagonisti dei SUV provvisti di un motore elettrico a zero impatto ambientale.</p> 	<p>FORMULA E </p> <p>Campionato di Formula E delle vetture monoposto con motore elettrico, le "auto del futuro", con l'obiettivo finale di promuovere la mobilità sostenibile. Ufficialmente noto come ABB FIA Formula E World Championship, il campionato incoraggia lo sviluppo di soluzioni avanzate di mobilità elettrica.</p> 	<p>SPORT MEDIASET </p> <p>Approfondimento quotidiano in diretta sul mondo del calcio e dello sport a cura della redazione giornalistica di Sport Mediaset. - L'appuntamento d'informazione sportiva è un sostenitore dello sport come prezioso strumento di integrazione e annullamento delle barriere. Vari servizi dedicati ad avvenimenti/esponenti dello sport femminile.</p> 	<p>DRIVE UP </p> <p>Magazine di motori che ci guida tra supercar e auto da sogno, con approfondimenti sui modelli più recenti e anticipazioni sulle novità. Numerosi i servizi dedicati durante l'ultima stagione ad auto con sistema ibrido o interamente elettrico, anche nella volontà di promuovere tra i telespettatori l'uso di auto a impatto ridotto – o azzerato – su pianeta e clima.</p> 
<p>STUDIO APERTO / STUDIO APERTO MAG </p> <p>Notizie e approfondimenti sui temi di attualità quotidiani a cura della redazione giornalistica di Studio Aperto. Particolare attenzione viene posta sui temi green e di sviluppo energetico, attraverso le nuove tecniche utilizzate per un futuro più ecosostenibile.</p> 	<p>TG4 DIARIO DEL GIORNO </p> <p>Approfondimento a cura del Tg4 sui principali fatti del giorno.</p> 	<p>STASERA ITALIA / STASERA ITALIA WEEKEND </p> <p>Programma che si occupa di politica e dei principali casi di cronaca e attualità. Uno spazio di confronto con esponenti politici con cui affrontare i temi caldi del presente, approfondire le discussioni in atto e promuovere l'importanza della politica nel suo rapporto con i cittadini. Ogni fine settimana affronta i principali casi di cronaca e di attualità italiana e internazionale, soffermandosi anche su temi di politica ed economia.</p> 	<p>CONTROCORRENTE ACCESS / CONTROCORRENTE PRIMA SERATA </p> <p>Programma di approfondimento giornalistico targato Videonews condotto da Veronica Gentili. Lo show offre occasioni di confronto tra esponenti politici e giornalisti con punti di vista differenti, talvolta opposti, su tematiche di attualità.</p> 
<p>QUARTA REPUBBLICA </p> <p>Una prima serata di approfondimento politico ed economico, in cui ospiti, portavoce di diverse posizioni sul tema del giorno, si confrontano sui temi caldi del momento.</p> 	<p>È SEMPRE CARTABIANCA </p> <p>Cronaca, politica, economia e ambiente. Bianca Berlinguer conduce approfondendo le notizie più importanti insieme agli ospiti in studio.</p> 	<p>FUORI DAL CORO </p> <p>Condotta da Mario Giordano. In prima serata, il programma rappresenta uno spazio dove parlare di temi e avvenimenti dell'Italia contemporanea, davanti a ospiti della sfera politica, giornalistica e dei mass media.</p> 	<p>DRITTO E ROVESCIO </p> <p>Prodotto da Videonews e condotto da Paolo Del Debbio. Talk politico di prima serata, grazie a inviati distribuiti su tutto il territorio italiano per dar voce ai cittadini, offre a questi ultimi la possibilità di confrontarsi direttamente con ospiti politici e non, per affrontare i temi concreti del Paese.</p> 

<p>QUARTO GRADO </p> <p>Approfondimento giornalistico condotto da Gianluigi Nuzzi e Alessandra Viero. La prima serata del giallo: casi irrisolti, cronaca attuale e passata, anche tramite gli interventi di esperti ospiti in studio. Numerosi casi tra quelli raccontati hanno permesso di affrontare in trasmissione il più ampio tema della violenza sulle donne e la piaga del femminicidio in Italia.</p>  	<p>ZONA BIANCA </p> <p>Una prima serata di attualità e riflessione sui fatti del momento, assieme a un parterre di ospiti differente in ogni puntata.</p> 	<p>7 GIORNI </p> <p>Le notizie più importanti della settimana con Elena Tambini: avvenimenti politici, di cronaca, costume e spettacolo, con ospiti in studio e in collegamento.</p> 	<p>CONFESIONE REPORTER </p> <p>Gli appuntamenti con i grandi reportage di Retequattro condotti da Stella Pende.</p>     
<p>MATTINO CINQUE NEWS </p> <p>Appuntamento quotidiano di informazione, racconta il nostro Paese, i suoi avvenimenti e le sue evoluzioni. Grazie al contributo di giornalisti, politici ed esperti, in studio o in collegamento, propone contenuti affidabili, nella volontà di affrontare temi centrali della contemporaneità, tra cui il cambiamento climatico, la violenza di genere e il rapporto tra i cittadini e le Istituzioni.</p>       	<p>MORNING NEWS </p> <p>Programma di approfondimento giornalistico condotto da Simona Branchetti. È un appuntamento che mantiene attivo lo spazio mattutino d'informazione anche nel periodo estivo, offrendo approfondimenti giornalistici sulle ultime news, sugli sviluppi, dando voce a cittadini, esperti e Istituzioni.</p>       	<p>POMERIGGIO CINQUE </p> <p>Programma pomeridiano condotto da Myrta Merlino con ospiti in studio, collegamenti, approfondimenti sui principali avvenimenti di cronaca, costume e spettacolo. Ogni giorno vengono affrontati, con rigore e serietà, temi scottanti come la violenza sulle donne, il bullismo, le guerre e i drammi quotidiani.</p>       	<p>VERISSIMO </p> <p>Storico appuntamento d'interviste a grandi ospiti, a partire dalle vite e dagli avvenimenti che vedono coinvolte le celebrità intervistate, offre la possibilità di discutere di temi, come il bullismo e le diverse forme di discriminazioni.</p>  
<p>SUPER PARTES </p> <p>Appuntamento di confronto diretto con la politica e le istituzioni, è un luogo pregiato di interlocuzione diretta con le alte cariche dello Stato, per portare alla loro attenzione le opinioni e le sensazioni della popolazione, le problematiche e i dubbi del presente.</p> 	<p>X-STYLE </p> <p>Magazine con protagonista lo stile, nelle sue varie declinazioni: moda, arte, architettura e molto altro. Oltre a promuovere eventi e produttori del territorio italiano, ha da sempre un occhio attento all'innovazione applicata al mondo dello stile: moda eco-sostenibile, costruzioni green e tutti i creators di varia provenienza, che attuano processi produttivi a impatto ridotto.</p>  		

TELEVISIONE ITALIA – DIGITAL



Infinity LAB è il primo hub italiano per il co-finanziamento e la co-produzione di documentari, docu serie, reportage e inchieste. I progetti selezionati, co-finanziati, co-prodotti e distribuiti su Infinity+, hanno da sempre una particolare affinità con **tematiche ambientali e di responsabilità sociale**. Alcuni prodotti sono stati infatti realizzati nell'ambito dell'iniziativa aziendale «Mediaset ha a cuore il futuro».

<p>VIVAIO ITALIA Infinity+</p> <p>Un milione di ragazzi in Italia corre dietro a un pallone sui campi dei settori giovanili della Penisola: sono il futuro del calcio italiano. Con loro allenatori, preparatori e coordinatori che in questo documentario ricostruiscono pregi, difetti e scenari di un movimento in cui crescono i campioni di domani.</p>	<p>RAGAZZI IRRESPONSABILI Infinity+</p> <p>Le storie e la passione degli studenti che da quasi un anno si sono mobilitati per contrastare l'azione distruttiva dell'uomo sull'ambiente. Un movimento che sta segnando una svolta nell'ambientalismo di tutto il mondo; che non intende scoprire la Greta italiana ma vuol dar voce alla Greta che vive dentro ognuno di noi.</p>	<p>DIETRO LA NOTIZIA Infinity+</p> <p>Cosa si nasconde dietro una notizia? Quanto lavoro, quanta passione e quanti sacrifici ci vogliono per raccogliere le informazioni, comprendere i fatti e raccontarli nel modo più efficace? Scopriamo la realtà della celebrata e discussa professione giornalistica, dalle parole di quattro veterani, che tra inchieste, viaggi e dirette si raccontano, mettendo a nudo i risvolti professionali, etici e personali, di un mestiere straordinario.</p>	<p>INTRECCI ETICI – LA RIVOLUZIONE DELLA MODA SOSTENIBILE IN ITALIA Infinity+</p> <p>La moda è una delle industrie più inquinanti al mondo ed è un problema che riguarda tutti noi. Il racconto di come in Italia sia in atto una rivoluzione per rendere il settore moda più sostenibile. Da chi si occupa di fibre e tessuti naturali, a chi produce solo su ordinazione, a chi trasforma rifiuti in risorse, a chi impiega persone più fragili fino a chi ha deciso di rimanere sul territorio.</p>
<p>58BPM Infinity+</p> <p>58BPM ci racconta il lockdown visto da alcuni campioni olimpici nelle discipline outdoor, Laura Rogora, Mattia Migliorini e Maelle Frascari. Dal lockdown di marzo 2020 fino ad arrivare al primo giorno di ritorno dei protagonisti al proprio elemento naturale: roccia, vento, acqua. La narrazione è puntellata dagli interventi dello scrittore Paolo Cognetti.</p>	<p>IL TERRIBILE INGANNO Infinity+</p> <p>Maria partecipa a Milano allo "sciopero globale delle donne" proclamato l'8 marzo 2017 dal movimento femminista "Non Una Di Meno", e da lì segue il movimento fino all'8 marzo 2020. Un racconto in prima persona della regista Maria Arena che attraverso l'incontro con le odierne pratiche femministe, fa un bilancio sull'esser donna oggi a partire da sé.</p>	<p>GREEN STORYTELLERS Infinity+</p> <p>In un avventuroso viaggio ad impatto zero veniamo condotti alla scoperta delle storie di coloro che con creatività, coraggio e inventiva hanno scelto di impegnarsi in prima persona per un futuro migliore, più sostenibile e solidale in una nuova consapevolezza nata dall'emergenza Covid.</p>	<p>GREEN STORYTELLERS – FOOD RESCUE Infinity+</p> <p>Due viaggiatori in un'inchiesta dal Nord al Sud della Penisola alla scoperta di chi il cibo lo ama, lo salva, lo protegge in nome della lotta allo spreco alimentare.</p>
<p>STILL HUNGRY Infinity+</p> <p>Ogni anno vengono sprecati 1,3 miliardi di prodotti alimentari, questi generano miliardi di tonnellate di anidride carbonica. Se lo spreco alimentare fosse una nazione sarebbe il terzo emettitore al mondo per emissioni di gas serra. Durante il lockdown lo spreco alimentare diminuisce. In che modo? La risposta è nella consapevolezza del cibo e nella educazione alimentare del nostro bambino interiore.</p>	<p>POST SCRIPTUM – UNO SGUARDO OTTIMISTA SULLA FINE DEL MONDO Infinity+</p> <p>2057. Alex (interpretato da Barbascura X) è l'ultimo uomo sulla Terra. In compagnia della fedele intelligenza artificiale Lexie vaga tra le macerie di un mondo in rovina. La sua missione? Trovare reperti archeologici datati 2020: raccogliere testimonianze, frammenti dal passato, racconti pieni di vita e ispirazione. Il suo scopo? Cambiare il mondo.</p>	<p>GIARDINIERI D'ASSALTO – STORIE DI GUERRILLA GARDENING IN ITALIA Infinity+</p> <p>Da anni in Italia si combatte una guerra contro il degrado. Giardinieri d'assalto racconta le battaglie di un movimento di giardinieri non autorizzati per il quale piantare un seme è un gesto rivoluzionario.</p>	<p>ALÉ Infinity+</p> <p>Il progetto ALE* inizia a dicembre 2018, come esperimento di narrazione trasversale, seguendo un gruppo di arrampicatori non professionisti per sei mesi. Non troverete protagonisti ma un racconto corale puntellato di umane imprese e ascese silenziose. Il viaggio inizia dalla cucina di Erri De Luca e termina su imponenti monoliti in Grecia...</p>
<p>ONOLULO Infinity+</p> <p>Una profonda riflessione sul tema della violenza di genere attraverso la storia di Carla 25 anni, cameriera in un ristorante e Giulia, coetanea che per guadagnarsi da vivere si spoglia davanti alla webcam su Internet. Una notte le due ragazze avranno disperatamente bisogno l'una dell'altra.</p>	<p>TUTÙ Infinity+</p> <p>Un piccolo paese è scosso dalla scomparsa di Maria, una giovanissima ballerina morta di anoressia. Ad accusare maggiormente il colpo è Ester una compagna di classe: come legate da un filo invisibile, sembra destinata alla stessa sorte.</p>	<p>GLI ANNI CHIUSI IN TASCA Infinity+</p> <p>Le storie di 12 giovani italiani, che con coraggio hanno lasciato l'Italia per Berlino, Londra e Parigi, alla ricerca di una vita diversa e nuove opportunità.</p>	<p>GREEN STORYTELLERS – INTO THE WILD Infinity+</p> <p>Un viaggio in Italia e in Europa alla scoperta di chi salva animali in via di estinzione, chi recupera e cura animali feriti e chi difende foreste ed ecosistemi, al fianco del WWF.</p>

--	--	--	--

TELEVISIONE ITALIA – CANALI TEMATICI

<p>SCUOLA DI CULT</p> <p style="text-align: right;">IRIS</p> <p>Enrico Tamburini conduce una rubrica dedicata ai segreti, retroscena ed alle tantissime curiosità del grande mondo del cinema.</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>#CELEBRATED</p> <p style="text-align: right;">IRIS</p> <p>Vite da star. La storia delle più grandi star di Hollywood, con interviste e materiale inedito.</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>NOTE DI CINEMA</p> <p style="text-align: right;">IRIS</p> <p>Anna Praderio firma la rubrica che approfondisce, con servizi e interviste ai protagonisti del cinema italiano e internazionale, gli eventi legati al mondo dello spettacolo.</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>SEGRETI DI CINEMA</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Rubrica di approfondimento. Il critico Tatti Sanguineti racconta storie, aneddoti e curiosità dei film in programmazione.</p> <p style="text-align: right;"></p>
<p>PICCOLO GRANDE SCHERMO</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Alla scoperta di alcuni dei capolavori del cinema italiano degli anni Cinquanta e Sessanta e dei suoi protagonisti.</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>DENTRO LO SCHERMO</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Focus, speciali e approfondimenti sui protagonisti del cinema italiano di ieri e di oggi.</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>UN ARMADIO PER DUE</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>In ogni puntata 2 concorrenti dovranno creare un nuovo look a tema con l'aiuto di 2 tutor. Per farlo dovranno attingere ad un armadio di vestiti usati. Sarà una vera e propria sfida a colpi di stile per dare nuova vita al "second hand".</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>FOCUS</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Il canale scientifico-culturale del gruppo Mediaset. Numerosi appuntamenti giornalieri, basati sulla volontà di fornire ai telespettatori un'offerta divulgativa dagli alti standard qualitativi. Il racconto di un pianeta da salvare: dal cambiamento climatico agli ecosistemi in pericolo, le storie di persone ed enti impegnati nella loro salvaguardia, fiduciosi che una presa di responsabilità, affiancata alla ricerca scientifica, possano schiudere le porte di un futuro migliore e più sostenibile.</p> <p style="text-align: right;"></p>

ITALIA – RADIO

<p>LA BELLA E LE BESTIE</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>La rubrica dedicata al mondo degli animali è on air il venerdì, ogni due settimane, all'interno del programma 105 Friends. Alla conduzione Tony, Ross e Mia Canestrini (zoologa e divulgatrice è specializzata in Conservazione della Biodiversità animale).</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>LET'S TALK ABOUT SEX</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>La rubrica dedicata al mondo dell'eros a tutto tondo è in onda il venerdì, ogni due settimane, all'interno del programma 105 Friends. Alla conduzione Tony, Ross e il Professor Maurizio Bini (Direttore del Centro di Riproduzione Assistita e del Servizio di Sessuologia e Adeguamento di Genere dell'Ospedale Niguarda di Milano).</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>105 START UP</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Appuntamento settimanale del weekend dedicato alle storie delle piccole/medio imprese italiane. In ogni puntata contenuti innovativi e creativi raccontati da due startupper selezionati di volta in volta dalla redazione per raccontare al grande pubblico i loro progetti che spaziano in svariati campi.</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>IL SEGNALIBRO</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Lo spazio dedicato ai libri e agli scrittori italiani. Ogni domenica, alle 12:00, accompagnati da Erina Martelli, viaggiamo alla scoperta dei libri da non perdere. Nuovi romanzi e volumi da riscoprire. Pagine per commuoverci, ridere, imparare ed emozionarci sempre.</p> <p style="text-align: right;"></p>
<p>GIORNATA MONDIALE DELLA TERRA/22 APRILE</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Radio Monte Carlo ha deciso di dedicare all'Earth Day l'intera programmazione. Nel corso della giornata notizie ed interventi mirati sui temi legati alla salvaguardia del nostro Pianeta.</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>RMC PLANET</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Tips di circa 30", 7 giorni su 7, su tematiche green con notizie, curiosità, suggerimenti, raccomandazioni su temi come energie rinnovabili, mobilità sostenibile, green economy, biodiversità, inquinamento atmosferico-acustico-luminoso, cambiamenti climatici, rifiuti e risorse materiali, riscaldamento globale, raccolta differenziata, animali in via di estinzione.</p> <p style="text-align: right;"></p>	<p>DALLA PARTE DEGLI ANIMALI</p> <p style="text-align: right;"></p> <p>Ogni sabato mattina (fascia 9-12) va in onda lo spin-off radiofonico di «Dalla parte degli animali», una rubrica sotto forma di intervista telefonica con Michela Vittoria Brambilla che aggiorna gli ascoltatori sulle attività a sostegno dei nostri amici animali.</p> <p style="text-align: right;"></p>	

ITALIA – RADIO (EVENTI)

Si segnalano inoltre alcuni eventi che **Radio 105** ha seguito in qualità di Media Partner e Radio Ufficiale la cui presenza in loco ha generato collegamenti radiofonici, dirette di programmi e citazioni live da parte degli speaker. Gli obiettivi raggiunti sono specificati come segue:

<p>MILAN GAMES WEEK&CARTOONICS</p>  <p>MGW&Cartoonics è il grande evento annuale che unisce il più importante appuntamento italiano dedicato ai videogiochi, agli e-sports, al digital entertainment e alla geek culture, con la storica manifestazione che da anni celebra il mondo del fumetto, dell'editoria e dell'intrattenimento. Oltre 100.000 visitatori hanno affollato i padiglioni della Fiera dal 24 al 26 novembre 2023. Radio 105, in qualità di Radio Ufficiale, ha trasmesso i propri programmi in diretta nei tre giorni di evento, ha condotto tutte le attività del main stage attraverso il proprio speaker Bryan Ronzani e firmato la line up artistica attraverso la presenza di live musicali.</p> 	<p>GIFFONI FILM FESTIVAL</p>  <p>Dal 20 al 29 luglio 2023 Giffoni Vallepiana è stata teatro della 53ª edizione del Festival del Cinema dedicato ai ragazzi. Protagonisti e giurati della manifestazione sono i bambini e adolescenti provenienti da ogni parte d'Italia e del mondo (con uno zoccolo duro di ragazzi provenienti dalle regioni del sud Italia). Ogni giorno i giurati incontrano vari ospiti appartenenti soprattutto al mondo cinematografico e televisivo, con i quali intraprendono un dibattito, ponendo loro delle domande. Tema dell'edizione 2023 «Indispensabili», un termine dedicato ai tantissimi giurati delle varie sezioni, provenienti da tutto il mondo. A loro è spettato il ruolo più importante: partecipare alle proiezioni dei film in concorso e decretarne il vincitore. I lungometraggi previsti per la giornata odierna sono accomunati da storie incentrate sull'importanza della famiglia e su quanto sia importante non arrendersi mai e combattere fino alla fine, in nome dei propri ideali. Radio 105 ha seguito il festival con collegamenti radiofonici quotidiani, interviste ai protagonisti e show musicali serali in piazza aperti a tutti firmando musicalmente il format Giffoni Music Concept.</p> 	<p>IMOLA SUMMER SOUND PER LA ROMAGNA</p>  <p>Per la prima volta la scena urban italiana si è riunita in un unico grande evento benefico: IMOLA SUMMER SOUND PER LA ROMAGNA! Sabato 29 luglio i più importanti nomi della scena attuale rap e trap si sono esibiti all'Autodromo Enzo e Dino Ferrari di Imola (Bologna) a sostegno della popolazione della Romagna colpita dall'alluvione. Imola Summer Sound per la Romagna è nato dalla volontà di SFERA EBBASTA, LUCHE e SHIVA di riunire amici e colleghi in un'unica imperdibile giornata che metta la musica al servizio del prossimo. Il ricavato dalle vendite dei biglietti è stato devoluto all'Agenzia per la sicurezza territoriale e la protezione civile dell'Emilia-Romagna. Radio 105 era la Radio Ufficiale dell'evento.</p> 	<p>TOUR SAVE THE SEA&PLASTIC FREE</p>  <p>È proseguito anche nel 2023 il tour "105 SAVE THE SEA", la campagna itinerante per la sensibilizzazione a favore della cura di mari e spiagge promossa da Radio 105, Regionale di Trentitalia e dalla Onlus Plastic Free. In occasione del "Plastic Free July" - il mese in cui i cittadini di tutto il mondo si uniscono con l'obiettivo di ridurre l'utilizzo di plastica e promuovere scelte sostenibili - la Onlus ha realizzato 184 interventi di pulizia di città, spiagge, parchi e fiumi in tutta Italia. Radio 105 e Trentitalia hanno promosso l'iniziativa on air, on line e a bordo dei treni, raccontando il lavoro, la passione e la determinazione dei volontari di Plastic Free attraverso collegamenti radio-tv e sui social, con la partecipazione di alcuni speaker dell'emittente. I risultati tangibili del progetto hanno superato le aspettative: durante il mese di luglio sono stati oltre 4.000 i volontari coinvolti e più di 35 le tonnellate di plastica e rifiuti rimossi.</p> <p>Su www.105.net/savethesea gli utenti hanno avuto la possibilità di trovare tutte le informazioni sull'iniziativa, i video degli interventi di clean-up ai quali hanno partecipato gli Ambassador di Radio 105 e le interviste ai volontari e ai referenti locali della Onlus.</p> 
<p>MARATONA DI ROMA</p>  <p>Radio 105 si è confermata anche per il 2023 Radio Ufficiale della Run Rome The Marathon, importante appuntamento per un radio che fa del presidio del territorio uno dei propri punti di forza seguendo la propria vocazione di sposare le passioni dei propri ascoltatori. L'evento unisce alla componente sportiva (il percorso di 42km aperto ai professionisti e la Staffetta di 10km) momenti ludici di intrattenimento e musica che accompagnano la corsa non competitiva Fun Run, aperta a tutti. Radio 105 è presente in partenza e arrivo con i propri speaker per scandire lo start delle varie batterie di runners, lungo il percorso con musica e team di motivatori per accompagnare i corridori verso il traguardo e infine al villaggio della stracittadina, dove l'anima fun dell'evento è meglio rappresentata. L'evento si propone inoltre come anello di congiunzione con il territorio, il percorso attraverso infatti numerosi punti d'interesse culturale di Roma e aree meno battute dai circuiti turistici, coinvolgendo in prima persona anche i cittadini che sono chiamati a partecipare attivamente come spettatori. Novità rilevante di questo 2024 è stato il concetto della 'maratona dell'acqua' da cui è stato coniato il nuovo hashtag #runforwater: «l'acqua è al centro di tutto, è fonte di vita ed è in simbiosi con i runner perché hanno costantemente bisogno di acqua per dissetarsi e idratarsi correttamente. È in simbiosi perfetta con la maratona, corsa difficile, complessa, dove per arrivare al traguardo ci vuole perseveranza. La maratona è uno stile di vita e l'acqua è simbolo di vita»</p>	<p>SIOS (STARTAUPITALIA OPEN SUMMIT)</p>  <p>Nell'ambito del progetto editoriale, confermato anche per il 2023, dedicato al mondo delle start-up, Radio 105 ha assegnato a dicembre a Milano il premio «Radio 105 Special Award» nell'ambito dell'evento SIOS - Startup Italia Open Summit organizzato dalla media company Startup Italia. L'evento milanese è stata la tappa conclusiva del viaggio sul territorio per scoprire e conoscere le tantissime startup che si sono alternate ai microfoni di Radio 105 per raccontare la propria realtà nella rubrica dedicata al progetto. Una di queste è stata selezionata dalla giuria della radio e ospitata sul palco di SIOS22 per ricevere il premio.</p>	<p>PIGIAMA RUN</p>  <p>R101 nel 2023 è stata Radio Partner della "Pigiama Run", la corsa della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori (LILT) che mette tutti in pigiama per mostrare solidarietà a chi il pigiama è costretto ad indossarlo tutti i giorni a causa di lunghe degenze ospedaliere, ossia i piccoli pazienti oncologici. R101 è stata presente all'evento di Milano presso i Giardini Indro Montanelli con Chiara Tortorella, Giuseppe Milano e tanta musica.</p>	



TELEVISIONE SPAGNA – INFORMAZIONE

INFORMATIVOS TELECINCO	CUATRO AL DÍA FIN DE SEMANA
<p data-bbox="560 533 587 562">5</p> <p data-bbox="236 568 592 884">Le diverse edizioni di "Informativos Telecinco" hanno trasmesso i principali temi di attualità nazionale e internazionale, la politica, le questioni sociali, l'economia, l'ambiente e le questioni culturali. Notizie internazionali come la guerra in Ucraina, la guerra in Medio Oriente, i disastri naturali subiti in Marocco, Turchia, Siria, Afghanistan, Libia o la competizione geopolitica globale; elezioni comunali, regionali e generali; violenza di genere; immigrazione. Presenti anche l'inflazione, la sicurezza alimentare, la crisi energetica, i problemi nelle catene di approvvigionamento. Gli effetti dei cambiamenti climatici come siccità, incendi, ondate di caldo e inondazioni causate da danni sempre più violenti e frequenti hanno avuto un ruolo speciale nei titoli dei giornali. Nelle notizie sono state trattate anche questioni sociali legate alle diverse forme di discriminazione (razziale, xenofoba, orientamento sessuale o disabilità), alla diversità della società, alle disuguaglianze, all'uguaglianza di genere, allo spopolamento delle aree rurali e ai piani di abitabilità delle Grandi città.</p> 	<p data-bbox="938 533 965 562">6</p> <p data-bbox="614 568 970 779">L'edizione del fine settimana di "Cuatro al día", oltre ad offrire le informazioni dei notiziari convenzionali (nazionali, internazionali, di economia, cultura, sport, ecc.), affronta temi sociali, trattati approfonditamente attraverso reportage. In molte occasioni, attraverso storie e casi personali o attraverso piccoli gesti quotidiani. Questioni ambientali come la lotta contro i "rifiuti" o la guerra ecologica alla plastica, così come altre legate alla vita nella natura o alla crisi climatica. Temi legati alla salute e alla scienza: microbiotica, lotta al cancro, l'uguaglianza di genere, la diversità della società, la solidarietà; il problema della salute mentale; le disabilità; lo sviluppo delle città, ecc.</p> 

Soddisfacendo l'obiettivo di intrattenere le persone, il gruppo MFE in Spagna ha affrontato le questioni sociali e ambientali rilevanti per la società nel 2023 attraverso i contenuti audiovisivi trasmessi. Ha inoltre realizzato azioni di alfabetizzazione mediatica di diversa natura, inclusa la trasmissione di programmi di informazione e opinione il cui scopo è quello di indagare questioni di interesse sociale o analizzare questioni attuali al fine di incoraggiare il pensiero critico tra i telespettatori.

Sono andate in onda campagne di sensibilizzazione su diverse tematiche, in occasione delle seguenti giornate commemorative, nelle cui occasioni le reti del Gruppo Mediaset España hanno dato spazio ai temi in oggetto all'interno dei propri palinsesti e dei propri programmi d'informazione e d'intrattenimento:

- Giornata internazionale della donna
- Giornata internazionale per l'eliminazione della violenza contro le donne
- Giornata mondiale a favore della ricerca contro il cancro infantile
- Giornata mondiale contro il cancro alla vescica
- Giornata mondiale per la ricerca contro il cancro
- Giornata mondiale contro il cancro al seno

TELEVISIONE SPAGNA – PROGRAMMI DI ATTUALITÀ

Coerentemente con la sua finalità di essere accanto alle persone attraverso l'intrattenimento, Mediaset España come ogni anno ha affrontato all'interno dei suoi palinsesti televisivi le problematiche sociali e ambientali che occupano e riguardano la società spagnola, veicolando messaggi di uguaglianza, inclusione, protezione e cura dell'ambiente o della salute.

<p>EL PROGRAMA DE ANA ROSA</p> <p>5</p> <p>Il 25 luglio 2023, il "Programma Ana Rosa" ha salutato Telecinco, essendo il punto di riferimento del mattino per quasi due decenni e mantenendo una leadership ininterrotta per 19 stagioni. Temi politici attuali, interviste con i tre presidenti del governo spagnolo e più di 80 politici. Per esso sono passati personaggi del campo della cultura, dello sport e della cronaca sociale. Rapporti investigativi attraverso i quali sono stati scoperti una moltitudine di crimini e ingiustizie sociali. Presente al centro delle notizie in alcuni degli eventi più importanti dell'attualità, il programma ha avuto come tratto distintivo fin dal suo inizio l'impegno a favore della solidarietà con i settori più svantaggiati della società. Ha inoltre sottolineato il suo impegno per l'ambiente e la sostenibilità.</p> 	<p>YA ES MEDIODÍA</p> <p>5</p> <p>Il programma, che ha terminato le sue trasmissioni l'8 settembre 2023, ha affrontato diversi aspetti dell'attualità: politica, società, eventi e cultura, comprese le questioni legate all'ambiente e ai cambiamenti climatici (con una dedica speciale agli incendi, ai danni, alle ondate di caldo e alla siccità vissute in Spagna), il consumo o la crisi alimentare. "E già mezzogiorno" ha affrontato nel 2023 i contenuti relativi alla discriminazione, come il bullismo; uguaglianza di genere e violenza contro le donne; salute fisica, come la settimana di sensibilizzazione sull'herpes zoster, e salute mentale, con informazioni relative all'aumento dei tentativi di suicidio tra i giovani; la diversità della società e la discriminazione dovuta alla disabilità o casi specifici di razzismo come quello vissuto dal calciatore Vinicius.</p> 	<p>LA MIRADA CRÍTICA</p> <p>5</p> <p>Il programma, fiore all'occhiello dell'offerta informativa di Telecinco, ha iniziato un nuovo viaggio l'11 settembre 2023. Condotto dalla giornalista Ana Terradillos, offre di prima mattina i punti salienti dell'attualità politica, economica e sociale nel panorama nazionale ed internazionale. Legato all'attualità con collegamenti in diretta nei punti di produzione delle notizie. Interviste ai protagonisti della giornata, resoconti e un incontro eterogeneo e plurale sono i suoi segni identificativi. Inoltre, il programma si avvale della collaborazione di esperti in economia, questioni energetiche, comunicazione non verbale e consumi. Nel programma hanno avuto un posto anche questioni come il cambiamento climatico, la denuncia di attacchi ed i comportamenti discriminatori nei confronti di donne e persone con disabilità.</p> 	<p>VAMOS A VER</p> <p>5</p> <p>Attualità, ricerca e intrattenimento sono gli assi attorno ai quali ruota il programma condotto da Joaquín Prat, Patricia Pardo e Adriana Dorronsoro. La sezione di attualità tratta fatti, denunce e polemiche del giorno; il dipartimento di ricerca ha un gruppo specifico che svolge indagini approfondite sul traffico di esseri umani, sette, ecc.; nella sezione del cuore vengono annunciate le novità dei grandi numeri della cronaca sociale. Inoltre, il programma affronta in sintesi le più importanti notizie politiche e di attualità della giornata. La rivista parla anche delle ultime tendenze in fatto di moda, esercizio fisico e alimentazione; offre consigli culturali e ricreativi; e denuncia questioni di interesse sociale come le molestie, il cambiamento climatico, l'impatto dell'intelligenza artificiale e la salute mentale.</p> 
<p>TARDEAR</p> <p>5</p> <p>Ana Rosa Quintana torna nei pomeriggi televisivi con un infowhow il cui obiettivo è informare e intrattenere, avvalendosi della tecnologia più all'avanguardia: un ecosistema virtuale creato con software avanzati per la progettazione di scenari di realtà aumentata. Il programma prevede sezioni dedicate a clima, ecosistemi e ambiente dove la realtà aumentata ha un ruolo didattico e integrativo; spazi dedicati a moda, tendenze e la vita delle celebrità; affronta le tendenze dei consumatori, gli stili di vita, l'economia e le questioni emotive; cronaca di fatti e giornalismo d'inchiesta con servizi di approfondimento come quelli dedicati al problema del fentanyl o al mercato nero dei prodotti dimagranti. Interviste in prima persona ai volti più importanti del panorama sociale, culturale e politico del nostro Paese. E questioni di rilevanza sociale come violenza di genere, salute mentale, discriminazione abilista o alle condizioni sociali ed economiche.</p> 	<p>EN BOCA DE TODOS</p> <p>5</p> <p>L'attualità, le questioni sociopolitiche più rilevanti e gli eventi con il maggiore impatto sociale provengono dalla mano di Diego Losada e Nacho Abad, insieme a una squadra di collaboratori sul set e nei punti diretti di maggiore interesse. Storie raccontate in prima persona dai protagonisti e le testimonianze più rilevanti per offrire il ritratto più attendibile dell'oggi. Il programma ha affrontato questioni relative al femminismo (da storie di donne e la loro lotta per raggiungere l'uguaglianza, anche casi di violenza di genere); storie di discriminazione basata sul sesso, sul genere, sulla razza o semplicemente sulla disabilità; questioni legate alla salute (il cancro, il fumo, gli effetti del fentanyl) e soprattutto alla salute mentale (bullismo, violenza tra minori, casi di suicidio); l'ambiente e il cambiamento climatico (lotta contro la spazzatura, la siccità, le ondate di caldo, inondazioni ed incendi che hanno devastato la Spagna).</p> 	<p>TODO ES MENTIRA</p> <p>5</p> <p>Il programma continua la lotta contro le fake news con l'aiuto dei suoi collaboratori sul set, con approfondimenti ed inchieste, con l'intervento dei protagonisti dei temi trattati. Senza dimenticare il contrappunto dei comici del programma e l'ironia del presentatore Risto Mejide. Denunce contro discriminazioni basate su genere, sesso o sulla condizione; contro il machismo e la violenza di genere; contro il maltrattamento degli animali e la povertà alimentare. Sono stati inclusi anche temi come l'intelligenza artificiale, la salute e il linguaggio inclusivo. Sostegno a cause di solidarietà nel contesto della guerra in Ucraina o del conflitto israelo-palestinese; alla comunità LGBTQ+; alla squadra di calcio femminile spagnola. Inoltre, il cambiamento climatico, la sostenibilità, la siccità in Spagna, energie rinnovabili e il vertice sul clima hanno avuto un ruolo speciale nel programma.</p> 	<p>CUATRO AL DÍA</p> <p>5</p> <p>Il programma, che dall'11 settembre 2023 sarà presentato da Mónica Dulanto e Fernando Díaz de la Guardia, mantiene il suo impegno su questioni attuali, e di prossimità come cibo, salute, consumo, senza dimenticare la cronaca sociale. Quest'anno il programma amplia la sezione "El Tiempo", guidata da Mónica Sanz, per accogliere non solo le previsioni del tempo, ma anche per affrontare questioni legate ad ambiente, cambiamento climatico e sostenibilità. Questa sezione offre agli spettatori un focus didattico su temi legati al clima come la formazione dei temporali o le ragioni della formazione della nebbia e del ghiaccio nero. Inoltre, la sezione riporta le questioni legate al clima in altri paesi e collega le questioni climatiche con altre legate all'alimentazione, alla salute, alla prevenzione e agli stili di vita sani.</p> 

FOCUS 	HORIZONTE 	FUERA DE COBERTURA 	EN EL PUNTO DE MIRA 
<p>Giornalismo d'inchiesta e di denuncia, esclusive e temi di attualità affrontati con un approccio ed una narrazione diversa dagli altri format di attualità. Partendo dalla premessa che viviamo in un contesto di sovraccarico di informazioni, 'Focus' si concentra sulle storie più rilevanti per approfondirne le chiavi e analizzare i perché e le conseguenze. Ciascuno dei pezzi è presentato con una narrazione che utilizza tutte le risorse in modo che lo spettatore non perda dettagli. Il programma ha affrontato temi di salute fisica (cancro, chirurgia estetica, violenza ostetrica) e mentale (insonnia, bullismo, suicidio, consumo di pornografia), diritti delle donne, questioni ambientali, ageism e cibo.</p> 	<p>Uno spazio che unisce giornalismo investigativo, approfondimento di temi di attualità e l'opinione di rinomati esperti, affronta l'analisi dell'informazione in modo diverso dando risalto ai dettagli. Nel 2023 il programma, condotto da Iker Jimenez e Carmen Porter, ha affrontato argomenti come lo sviluppo dell'intelligenza artificiale e le sue implicazioni; la guerra in Ucraina, il conflitto israelo-palestinese; il terremoto in Turchia e le nuove scoperte sul coronavirus, la salute mentale, i tassi di suicidio tra i minori, le violenze sessuali, la violenza di genere, la legge Trans, la maternità surrogata, l'immigrazione e i progressi della medicina a favore delle disabilità. Senza dimenticare il cambiamento climatico, l'Agenda 2030, la guerra dell'acqua in Spagna o il fentanyl.</p> 	<p>Attraverso la perfetta fusione tra reportage e documentario, il programma si è concentrato su temi di grande attualità. Giornalismo d'inchiesta, cronaca di strada, attualità nazionale e internazionale e denuncia di realtà spesso silenziose. 'Fuori copertura' approfondisce luoghi di difficile accesso, a cui gli altri non possono accedere, ed offrire agli spettatori gli argomenti di maggiore impatto sociale. La stagione si è aperta con due puntate speciali incentrate sull'epidemia di fentanyl. Sono seguiti altri argomenti incentrati sulle aggressioni sessuali tra i giovani, sugli alloggi al di sotto degli standard in Spagna e sullo sfruttamento dei lavoratori del settore alberghiero e dei lavoratori domestici.</p> 	<p>Cuatro trasmette le ritrasmissioni del programma d'inchiesta in cui un gruppo di reporter approfondisce in prima persona l'attualità e le questioni sociali, offrendo diversi punti di vista sui temi affrontati. 'In the Spotlight' ha approfondito temi legati al cibo (adulterazioni alimentari, junk food, metodi per dimagrire); con la salute (dipendenza dai farmaci, situazione sanitaria, farmaci, interventi cosmetici, ecc.); criminalità informatica e dipendenza dai social network; condizioni di lavoro e occupazione precaria; violenza di strada e sicurezza stradale; le catastrofi naturali e l'analisi delle destinazioni turistiche più ambite nei programmi speciali 'L'estate sotto i riflettori'.</p> 

TELEVISIONE SPAGNA – INFOTAINMENT E DOCUSHOW

VIAJANDO CON CHESTER



Risto Mejide si è seduto sul noto divano per intervistare le personalità più importanti e per affrontare le questioni sociali, culturali e politiche più importanti del momento. La stagione del programma è stata divisa in due round in cui il presentatore e Chester hanno conquistato ancora una volta i loro ospiti e hanno portato in superficie le loro intime riflessioni. Il programma affrontava questi temi: la salute mentale, la violenza di genere, come convivere con una malattia degenerativa. Ha discusso argomenti come il femminismo e la transessualità e ha intervistato artisti e creatori che hanno preso posizione su diverse questioni attuali. Avvenimenti internazionali come la guerra in Ucraina, le mafie in Russia.



100% ÚNICO



Personaggi di spicco del mondo della cultura, spettacolo, sport e della politica affrontano le interviste più speciali della loro carriera, realizzate da un gruppo di persone con Disturbi dello Spettro Autistico (ASD). Il giornalista, sceneggiatore e conduttore radiofonico Guillermo Fesser ha guidato questo format, la cui preparazione e sviluppo hanno compreso la collaborazione di Autism Spain e la consulenza del personale di supporto di diverse associazioni. Gli intervistati ogni sera, tra cui l'attore Antonio Banderas o il comunicatore Xavier Sardà, si sono sottomessi alle domande senza filtri poste loro da un gruppo di persone con l'autismo, dando vita a momenti sorprendenti, imprevedibili, emozionanti, brillanti, teneri, divertenti e pieni di sincerità. '100% Unique' è servito anche a rendere visibile la realtà delle persone con autismo, che influenza la loro capacità di comunicazione e interazione sociale e la loro flessibilità di pensiero e comportamento.



PLANETA CALLEJA



Uscire dalla propria zona di comfort e imbarcarsi in un'avventura irripetibile; viaggiare in luoghi impressionanti ed insoliti, facendo attività uniche e immergendosi in culture sconosciute; e vivere l'esperienza lasciandosi andare per far emergere i propri sentimenti e mostrare il proprio lato più intimo. Questa è la proposta imperdibile con cui "Planeta Calleja" ha abbagliato decine di celebrità nel corso della sua storia. La mitologia nella penisola di Pello con lo chef Jordi Cruz; i luoghi santi, il deserto e il Mar Morto di Israele con l'influencer Dulceida; un viaggio nella Lapponia finlandese con lo stilista Manolo Spain; il ritorno del giornalista Pedro Piqueras sull'isola di La Palma per conoscere gli effetti del vulcano Cumbre Vieja; la Colombia, la giungla amazzonica e i suoi parchi nazionali con Laura Londoño; la nona stagione si è conclusa con la visita della cantante Ana Mena in Thailandia, dove hanno visitato la Chai Lai Orchid Foundation, un progetto di resort rustico per dare lavoro a donne e ragazze Karen salvate dallo sfruttamento e dalla violenza sessuale.



VOLANDO VOY



L'obiettivo della nona stagione di "Volando Voy" è stato quello di aiutare i villaggi a rimanere vivi, creando e promuovendo gli eventi più spettacolari; il suo team ha voluto fare in modo che le tradizioni con un alto valore storico non andassero perse e creame, insieme agli abitanti del luogo, di nuove che sarebbero state mantenute nel tempo. Il programma ha viaggiato a Belmonte (Cuenca) per partecipare al Campionato mondiale di lotta medievale nel castello della città. A El Andévalo (Huelva), ha organizzato una missione transfrontaliera tra Spagna e Portogallo per organizzare una "gara di contrabbando" e recuperare le storie di sussistenza che hanno segnato la zona; ha partecipato al restauro dell'antico orologio scolastico di Rinlo, nella Mariña Lucense in Galizia. Si è recato nel Consiglio di Allende (Asturie), attratto dal suo cielo notturno, che gli è valso la concessione di un Ce. Ha organizzato un concorso di decorazione floreale a Sotoserrano, nella Sierra de Francia. E ha visitato l'Alto Bernesga, a León, per inaugurare lo Z un grande progetto in cui è stato coinvolto per più di tre anni.



VIAJEROS CUATRO



Parchi naturali, enclavi protette e spazi di alto valore ecologico sono i protagonisti. Fuerteventura, visitando la zona vergine di Isla de Lobos e le dune di Corralejo, e La Gomera, visitando il Parco Naturale di Garajonay. La seconda tappa alle Isole Cies e il Parco Naturale delle Isole Atlantiche. Minorca con le spiagge selvagge del nord e le calette tranquille del sud. A Murcia, per conoscere la biodiversità della riserva marina e il Parco Regionale di Calblanque. Alava si distingue per la sua natura con foreste, zone umide e parchi dall'elevata diversità biologica. La Thailandia, dove hanno visitato le isole Phi Phi, Guadalajara e Puerto Vallarta e il Parco Nazionale delle Isole Marietas; La Toscana, culla del Rinascimento e Città del Capo con il parco naturale del Capo di Buona Speranza.



TELEVISIONE SPAGNA – APPUNTAMENTI CON PROFESSIONISTI

<p>EL DESMARQUE</p> <p></p> <p>Il 26 agosto, i notiziari sportivi di Telecinco e Cuatro hanno cambiato nome e sono stati unificati sotto il marchio "El Desmarque". Anche i conduttori di questi programmi sportivi sono cambiati: Manu Carreño è stato il volto di Telecinco in entrambe le edizioni dal lunedì al venerdì, mentre l'edizione del fine settimana è stata presentata da Matías Prats Chacón. Su Cuatro, i conduttori del pomeriggio sono Lucía Taboada e Luis García, mentre l'edizione del fine settimana è affidata a Joseba Larrañaga. El Desmarque Madruga "ha continuato la sua corsa nelle prime ore del mattino di Cuatro. I notiziari sportivi di Mediaset España si sono posizionati per tutto il 2023 su temi legati all'uguaglianza delle donne e alla violenza di genere. I casi più significativi in cui questi programmi hanno approfondito il tema sono stati la vittoria della squadra di calcio femminile spagnola ai Mondiali in Australia e le polemiche sul caso Rubiales.</p> <p> </p>	<p>ENPHORMA</p> <p> </p> <p>Programma in cui vengono presentate idee per migliorare la qualità della vita attraverso consigli dietetici, psicologia ed esercizio fisico o quello che è anche conosciuto come Metodo APE. "Enphorma Food" offre consigli come l'importanza dell'acqua potabile, la ricerca di alimenti con grassi sani, l'alimentazione sana che segue la stagionalità, il processo metabolico, il consumo eccessivo di zucchero nella nostra società, i carboidrati, le proteine e vitamine, ecc. "Enphorma Esercizio" lancia proposte di esercizi fisici per rafforzare la nostra forza e mobilità.</p> <p>   </p>	<p>IUMIUKY</p> <p></p> <p>Programma settimanale dedicato alla cura degli animali. Consigli per migliorare la propria qualità di vita, curiosità sul mondo degli animali, le ultime novità del settore pet, interventi di specialisti e contributi di esperti collaboratori. Il programma affronta temi come l'importanza dei controlli annuali, la pulizia generale e delle zone sensibili come i denti, la pratica dell'Agility con i cani, le informazioni sull'assicurazione obbligatoria di responsabilità civile per gli animali e i dati più aggiornati inseriti nella legge sul benessere degli animali.</p> <p></p>	<p>IUMIUKY VETERINARIA</p> <p></p> <p>Versione mensile e specializzata di 'Iumiuky' incentrata sui consigli e le raccomandazioni dei professionisti del settore sulla salute degli animali domestici. Gli animali domestici occupano un posto importante nella nostra vita e nelle nostre case, ecco perché meritano tutte le cure e le attenzioni. Pronto soccorso, spiegazioni dettagliate sulle malattie che li possono colpire, specie animali particolari, giochi adattabili ottimali, come godersi la spiaggia con loro, consigli e obblighi per viaggiare con pet, salute dei cani con età avanzata, fisioterapia, adozione di animali, ecc.</p> <p></p>
<p>CONECTAMOS</p> <p></p> <p>Presentato da Mónica Martínez e incentrato sul sostegno alla comunità e sulla promozione della crescita professionale delle persone. Un programma di servizi in cui i disoccupati vengono aiutati con informazioni sull'occupazione per migliorare il loro curriculum, colloqui di lavoro e ricerca di lavoro. Funziona anche per chi vuole crescere professionalmente e personalmente. Inoltre, offre consulenza e formazione per migliorare il tuo CV e aumentare le tue possibilità di lavorare in diversi settori professionali.</p> <p> </p>	<p>MIL PALABRAS Y MÁS</p> <p></p> <p>Agenda settimanale dedicata al mondo dei libri: le novità, le tendenze, gli autori e le saghe più famose sono commentate nel programma dai loro stessi protagonisti: gli autori.</p> <p></p>	<p>REDISÉNAME</p> <p> </p> <p>Il programma adotta il format del talent show per trasmettere al pubblico il messaggio che stile, moda e sostenibilità sono alleati perfetti. "Rediséname" mostra i vantaggi del commercio dell'usato, dell'economia circolare, del riutilizzo e di un migliore consumo. Tre stilisti partecipano al concorso, gareggiando per diventare il miglior creatore di moda del nostro Paese, dando una seconda vita a modelli e outfit obsoleti.</p> <p> </p>	<p>IMMUNOFITNESS, LA SALUD TAMBIÉN SE ENTRENA</p> <p></p> <p>Spazio alla salute condotto da Roberto Arce. Approfondisce il benessere e la cura del sistema immunitario. Gli esperti ci insegnano a prenderci cura e ad allenare il nostro benessere, affinché il nostro sistema immunitario rimanga forte e resistente. In ogni puntata vengono analizzate le chiavi per condurre uno stile di vita immunofitness, un metodo sano con cui combattere le conseguenze dell'invecchiamento immunologico.</p> <p></p>
<p>MÁS QUE COCHES</p> <p></p> <p>Il magazine televisivo di Mediaset España sul mondo dei motori focalizza la sua attenzione sui cambiamenti del settore legati a sostenibilità ed ambiente. Test effettuati su vetture ECO, presentazione di vetture ibride e plug-in, ricerca di ottimizzazione dei consumi. Inoltre, il programma mantiene i consueti appuntamenti con i maggiori eventi automobilistici diffusi nel mondo e le più importanti fiere internazionali.</p> <p>  </p>	<p>LOCOS POR LAS MOTOS</p> <p></p> <p>Sergio Romero e Beatriz Eguiraun conducono anche quest'anno un programma su BeMad che condensa tutte le informazioni sul mondo dei motori a due ruote: gare, test, interviste e attualità. Uno sguardo diverso sulla cultura motociclistica dal punto di vista quotidiano, con esperienze e aneddoti che vedono protagonisti i veri amanti dei motori a due ruote. Il programma dà voce anche alle donne che sono entrate a poco a poco in questo mondo e stanno ottenendo grandi risultati, come Beatriz Neila, campionessa europea per il quarto anno consecutivo, intervistata nel programma.</p> <p> </p>		

TELEVISIONE SPAGNA – INTRATTENIMENTO

<p>GOT TALENT ESPAÑA </p> <p>L'edizione spagnola del format internazionale mostra la diversità della società spagnola: artisti che ricordano il dramma dei rifugiati prendono posizione contro violenza di genere e discriminazione; richiamano l'attenzione su salute mentale, malattie rare e cura dell'ambiente; che parlano della musica come risorsa pedagogica e sottolineano la capacità dell'essere umano di superare la disabilità. Certificato dal 2021 come programma sostenibile da ALBERT, l'organizzazione gestita da BAFTA (British Academy of Film and Television Arts) grazie a misure attuate per ridurre la carbon footprint della produzione.</p> 	<p>FIRST DATES </p> <p>'First Dates' invia messaggi di tolleranza, rispetto e normalizzazione nella ricerca di un partner indipendentemente dal sesso, razza, orientamento sessuale, età, abilità, ideologia e convinzioni delle persone che esprimono il desiderio di innamorarsi. Dai commensali che hanno espresso il modo in cui il programma li ha aiutati a comprendere la propria sessualità o rivendicare il proprio status di persone trans, a persone che a causa della loro età o disabilità pensavano che non si sarebbero mai più innamorate. I gruppi più vulnerabili hanno una notevole visibilità nel programma, alla ricerca di normalizzazione e integrazione.</p> 	<p>DOS DE LOS NUESTROS </p> <p>Il docu-reality presenta i comici Edu Soto e David Fernández in un viaggio a bordo del loro furgone attraverso diverse enclaves della Spagna vivendo esperienze fino ad allora sconosciute. Lungo il percorso incontrano campioni olimpici, star della musica e personaggi anonimi che li sorpremono con le loro prospettive e modi di vivere e intendere la vita. Entrano nel campo della cultura urbana e della street art; cercano di sentire il fervore per la Virgen del Rocío; percorrono la strada dei manga, e si avvicinano al "preparazionismo", un movimento i cui seguaci si vantano di essere preparati a qualsiasi catastrofe.</p> 	<p>DUELE PORQUE IMPORTA </p> <p>Microspazio di salute e benessere presentato da Joaquín Prat in cui, attraverso una conversazione con diversi volti noti, rivela la stretta relazione tra ciò che sentiamo e ciò che ci fa male. Il programma di Cuatro affronta sia il dolore fisico che quello emotivo; come affrontare i diversi tipi di dolore e come superare le avversità che il destino ci presenta; la perdita dei propri cari; la capacità di resilienza e di far fronte alle emozioni.</p> 
<p>EL PUEBLO </p> <p>Coloro che hanno voluto lasciarsi tutto alle spalle per iniziare una nuova vita o hanno voluto cambiare per conoscere se stessi, hanno trovato il loro posto a Peñafría (negli altipiani di Soria, una delle regioni più disabitate dell'Unione Europea), una città fittizia dove è ambientata la serie Telecinco. Le diverse forme di comprendere la vita, grandi dosi di umorismo e costumi tradizionali nella loro forma più pura si intrecciano nelle trame di questa produzione. Inoltre la serie trasmette una serie di valori che promuovono la convivenza, i rapporti umani, la cura della natura e la tutela dell'ambiente.</p> 			

TELEVISIONE SPAGNA – CANALI TEMATICI

<p>BOING – LA CASA DE LOS RETOS </p> <p>Boing riconferma la sua leadership tra i bambini con una programmazione basata sull'intrattenimento, l'immaginazione e la fantasia, attraverso serie animate, film e i propri spazi di produzione. Il canale mantiene il suo impegno nei confronti della società e delle nuove generazioni attraverso messaggi di valore sociale. Il canale ha partecipato alla Giornata internazionale della donna trasmettendo episodi delle sue serie con protagoniste donne. Sui suoi social Boing ha celebrato la Giornata internazionale delle ragazze nella scienza, la Giornata internazionale della donna; ha sviluppato azioni a favore dell'ambiente e del pianeta in occasione della Giornata Mondiale dell'Acqua, della Giornata della Terra, della Giornata Mondiale dell'Ambiente, della Giornata Mondiale degli Oceani, della Giornata degli Animali, del Giorno Zero Emissioni; ha offerto messaggi con valore culturale in occasione della Giornata mondiale dell'arte, del design, dell'alfabetizzazione, del libro, delle famiglie, dei nonni.</p> 	<p>Y LA MÚSICA </p> <p>Divinity mantiene il suo impegno a favore della musica con la trasmissione dei principali eventi musicali organizzati nel Paese, molti dei quali a scopo benefico. Il 16 marzo ha celebrato la XXVII Edizione dei Dial Awards, con la partecipazione di grandi artisti affermati della musica spagnola. Due giorni dopo, il canale ha trasmesso la XV Edizione di 'La Noche de Cadena 100' dove la solidarietà e le voci di spicco del panorama musicale nazionale e internazionale sono state le principali protagoniste; Un concerto di solidarietà a beneficio di mani unite il cui obiettivo era quello di contribuire al lavoro che la ONG ha svolto a Nacala, cittadina mozambicana. Divinity ha trasmesso il festival 'Los 40 Primavera Pop', un evento il cui impegno a favore della natura è consistito nel promuovere iniziative a favore dell'ambiente, il cui obiettivo era sostenere tutte le persone che lottano contro il cancro al seno; Come novità, questa edizione presentava per la prima volta una band composta interamente da donne. Il 3 novembre è andato in onda 'Los 40 Music Awards Santander 2023', un concerto di musica pop-rock che ha celebrato la sua 18ª edizione.</p> 	<p>LOCOS POR EL CINE </p> <p>Il 2023 è l'anno dell'affermazione di BeMad come canale cinematografico leader nel Paese e trasmesso in HD. Un impegno per l'intrattenimento attraverso la cinematografia di molti paesi dove contenuti con temi sociali e culturali hanno trovato spazio attraverso la settima arte. Così, ad esempio, BeMad offre una programmazione speciale l'11 febbraio in occasione degli Spanish Film Awards. Il 12 marzo il canale ha offerto un altro evento in coincidenza con gli Oscar. L'8 marzo, per celebrare la Giornata internazionale della donna, BeMad ha celebrato 'Womad' con i film di donne che sono state riferimenti nella società e che hanno segnato la storia.</p> 
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

5.3 LA PUBBLICITÀ RESPONSABILE E MARKETING

Il Gruppo MFE opera in Italia attraverso due **concessionarie di pubblicità** controllate al 100%: **Publitalia '80**, concessionaria esclusiva delle reti Mediaset in chiaro e **Digitalia '08**, concessionaria specializzata nella raccolta pubblicitaria dello streaming TV e della Radio.

Inoltre, dal 1° gennaio 2024, Publitalia '80 è proprietaria del **100% di Mediamond**, concessionaria dedicata alla raccolta pubblicitaria sui mezzi Internet del Gruppo MFE e sui siti delle testate del Gruppo Mondadori nonché di editori terzi, a seguito dell'acquisizione del 50% delle quote di Mondadori.

L'attività pubblicitaria del Gruppo è impostata secondo quelle che sono le **strategie** e le **politiche commerciali** nei vari periodi dell'anno, che definiscono le modalità di vendita agli investitori di tutti gli spazi pubblicitari dei canali televisivi (generalisti e tematici).

La vendita di pubblicità avviene attraverso differenti **format**:

- ▣ Pubblicità **tabellare**: spot nei break pubblicitari all'interno o in adiacenza ai programmi;
- ▣ **Sponsorizzazioni** di programmi (come ad esempio il meteo);
- ▣ **Long video**: formati di durata 40 - 60 - 90 secondi realizzati per il cliente con l'obiettivo di spiegare il prodotto più approfonditamente dello spot classico;
- ▣ **Format brevi** che si caratterizzano per la posizione di pregio e la cornice grafica (Top, Best last position, Brand video);
- ▣ **Sovrimpressioni** animate nei programmi (inlogo).
- ▣ **Banner e Video** nei siti web

In particolare, le principali **modalità di vendita** della pubblicità tabellare sono organizzate per programma e per insiemi di spot (**moduli a target**), mentre per quanto riguarda le **posizioni speciali** all'interno del break pubblicitario (primissima, prima, seconda e ultima posizione) viene costruito un listino dedicato.

Ulteriore modalità di pubblicità e vendita di prodotti, attraverso lo strumento televisivo, è il **product placement**. La vendita di questa forma di pubblicità si caratterizza attraverso la definizione e costruzione di progetti in collaborazione col cliente. Si propongono due forme: l'inserimento di prodotti nei programmi e la costruzione di programmi interamente finanziati dal cliente.

Da un punto di vista di controllo interno il Gruppo si preoccupa di selezionare accuratamente le campagne pubblicitarie che dovranno essere mandate in onda. Il criterio principale utilizzato, a tal fine, è la **conformità alla normativa vigente in materia pubblicitaria**.

Tale verifica di conformità, che viene applicata nel pieno rispetto dell'autonomia delle scelte creative e di comunicazione che spettano all'operatore pubblicitario, è finalizzata alla tutela della concessionaria (nonché dello stesso inserzionista) rispetto alla tenuta giuridica della comunicazione da diffondere e si esprime nella valutazione preventiva di quali potrebbero essere gli eventuali elementi "critici" del messaggio (nonché nell'individuazione, se possibile, degli interventi necessari a garantire la conformità della pubblicità alle norme).

Tali procedure di controllo sono finalizzate ad evitare censure che determinino l'interruzione anticipata della campagna, nonché multe e sanzioni civili/penali a carico (anche) dell'emittente.

La decisione di negare la messa in onda del messaggio pubblicitario è assunta solo nell'ipotesi in cui non si riescano a evitare palesi criticità di natura giuridica della comunicazione.

Altro criterio di valutazione che incide sull'accettazione o meno della diffusione di una campagna pubblicitaria sulle reti Mediaset consiste nella **conformità del messaggio alla linea editoriale** delle Reti stesse.

Il Gruppo MFE infatti, nel rispetto del proprio pubblico di riferimento, applica una selezione sulla pubblicità che ha ad oggetto o l'appartenenza a determinati **settori merceologici** che – sebbene legittimi e legittimamente pubblicizzabili – sono considerati di per sé non conformi alla linea editoriale (ad es.: il Gruppo ha deciso di non veicolare pubblicità di armi o cannabis legale), o gli stessi contenuti del messaggio (ad es. volgarità, violenza, ecc.)

Tale giudizio editoriale si declina con una variabilità, a seconda delle caratteristiche del mezzo – e quindi del pubblico di riferimento – cui la pubblicità è destinata.

Il Gruppo MFE si impegna a diffondere anche dei messaggi che non hanno solamente un fine commerciale. In tal senso, MFE, sempre attraverso la società Publitalia '80 è, insieme ai maggiori attori della comunicazione in Italia, socio fondatore della Fondazione **Pubblicità Progresso**, che ha lo scopo di contribuire alla soluzione di problemi civili, educativi e morali della comunità, ponendo la comunicazione al servizio della società.

Pubblicità Progresso promuove iniziative di formazione sulla comunicazione sociale nelle principali università italiane; sponsorizza eventi, mostre e iniziative dedicate ad importanti temi sociali; patrocina campagne di comunicazione sociale realizzate da soggetti non profit e realizza il Festival della Comunicazione sociale a scopo formativo e divulgativo. I soci promotori oltre a corrispondere una quota associativa mettono a disposizione la propria opera gratuitamente per la realizzazione delle attività della Fondazione.

Ogni anno Pubblicità Progresso richiama l'attenzione delle autorità e dell'opinione pubblica per creare maggiore consapevolezza su un tema specifico realizzando delle campagne di comunicazione con il contributo dei soci promotori; a titolo esemplificativo ma non esaustivo si evidenzia la campagna contro il fumo, per la donazione degli organi, a favore della parità di genere, contro il razzismo, sulla sostenibilità ed a difesa del volontariato.

L'innovazione di prodotto è da sempre uno dei maggiori driver di Publitalia '80 che, nel 2017, ha creato al suo interno una nuova Direzione Generale dedicata, in prima istanza, allo sviluppo delle potenzialità legate alle Smart TV, un mezzo strategico in rapida crescita in Italia, che permette di intercettare nuove modalità di fruizione di contenuti da parte dei telespettatori.

La Direzione ha concentrato la propria attività sullo sviluppo e la realizzazione di nuovi formati pubblicitari dedicati, erogati sulle reti lineari ma anche all'interno della piattaforma OTT del Gruppo, Mediaset Infinity, resa disponibile nel 2018 anche per TV connessi.

Un altro ambito di attività della Direzione riguarda la raccolta di dati, nel pieno rispetto della privacy dei telespettatori e utenti dei mezzi del Gruppo, finalizzata alla costruzione di prodotti e campagne data driven che potenziano la comunicazione dei clienti su tutti i mezzi Digital del Gruppo. Dalla Smart TV connessa, al Digital, al Digital Out Of Home fino ad arrivare al prodotto di Digital Audio lanciato anch'esso nel 2017.

Lo stack tecnologico a disposizione del Gruppo e l'expertise del team della Direzione AdTech, forniscono al mercato soluzioni *all addressable* che rispondono a svariati obiettivi di comunicazione, dal branding alla performance, e che permettono, in maniera seamless, di pianificare più schermi potenziando e ottimizzando l'efficienza e l'efficacia delle campagne.

A seguito dell'acquisizione nel 2020 della mobile data company Beintoo, l'attività della Direzione si è arricchita di prodotti e servizi di misurazione in grado di analizzare l'efficacia delle pianificazioni su Smart Tv connessa, in termini di Drive to Site o Drive to Store. Inoltre, data la vasta offerta di mezzi digitali a disposizione, la Direzione ha sviluppato ulteriormente il modello, ampliando il raggio d'azione anche a campagne su TV lineare e Digital (web e audio).

Oltre a team dedicati allo sviluppo di prodotto e data analysis, al marketing e al supporto alla vendita, parte della Direzione è rappresentata dal team di Marketing Internazionale che osserva e analizza gli andamenti e gli indicatori internazionali e supporta la concessionaria Internazionale del Gruppo, Publieurope.

Il **Gruppo MFE in Spagna** ritiene che l'emissione e la gestione responsabile della pubblicità siano elementi fondamentali del business e, pertanto, ha implementato specifici meccanismi di gestione e controllo.

La Società **Publiespaña S.A.U.** gestisce l'attività pubblicitaria del Gruppo nella stretta osservanza della legislazione vigente e delle linee guida di azione definite dall'**Associazione per l'autoregolamentazione della comunicazione commerciale**, di cui la società fa parte dal 1995.

Nel corso degli ultimi anni, la società ha intrapreso un processo di **riorganizzazione interna** di Publiespaña S.A.U. al fine di creare una struttura il più possibile omogenea alla Direzione generale dei Contenuti; figura centrale di tale riassetto è il Direttore Generale, responsabile della gestione e della vendita della pubblicità, il quale opera in costante stretto rapporto con l'Amministratore Delegato.

Ai fini del sistema di controllo interno è stata implementata una politica commerciale che permette di meglio monitorare i contenuti pubblicitari predisposti. Questi ultimi vengono esaminati e monitorati settimanalmente da tre Direzioni generali che controllano la corretta messa in onda di tali contenuti (Direzione Commerciale, Direzione Digital Media e Direzione Agenzie, Direzione Marketing Commerciale e Direzione Operazioni e Servizio di Vendita).

Queste Direzioni operano in stretta collaborazione con il Dipartimento legale di Gruppo.

Ai fini di evitare qualsiasi procedimento per pubblicità ingannevole, MFE Spagna sottopone volontariamente e preventivamente qualsiasi caso dubbio all'Associazione per l'autoregolamentazione della comunicazione commerciale (Autocontrol).

Il **processo di controllo interno dei contenuti pubblicitari** prevede, inoltre, verifiche ulteriori, in collaborazione con il Dipartimento Legale, anche dopo la messa in onda (in caso di controversie o richieste di risarcimento).

Ulteriori controlli interni operati dal Gruppo MFE in Spagna si rivolgono alla **regolamentazione del contenuto televisivo per bambini**; tale attività di controllo e monitoraggio include tematiche relative alla pubblicità di

determinati prodotti alimentari (ai fini della prevenzione contro l'obesità), a messaggi in materia ambientale, alla pubblicità di giocattoli, alla promozione di prodotti medicinali nonché alle bevande alcoliche.

La stessa diligenza viene posta in materia di comunicazione commerciale audiovisiva (messaggi pubblicitari, promozione, sponsorizzazione e product placement) e autopromozioni.

Tuttavia, nonostante l'adozione di tutte le misure possibili per garantire una gestione responsabile sia del contenuto che della diffusione pubblicitaria, ci sono state situazioni in cui le procedure stabilite non sono state in grado di risolvere possibili situazioni di non conformità.

Ulteriori controlli di conformità vengono effettuati per quanto riguarda gli spot pubblicitari inerenti il settore del **gambling** e del **betting**.

Nel 2023, il Gruppo MFE in Spagna ha lanciato Mediaset Cross, un prodotto che offre pianificazioni pubblicitarie basate sui dati dei clienti, sfruttando il Data Planner (DP) per campagne sulla Televisione Lineare Non Connessa. Questo strumento migliora l'efficacia degli annunci, superando i tradizionali profili sociodemografici. Sono stati introdotti nuovi segmenti come Cross-Beauty, Cross-Motor, CrossCinema & Shows e Cross-Health and Pharma. La comunicazione costante con i clienti, la trasparenza delle condizioni contrattuali e la risoluzione collaborativa di eventuali problemi durante lo sviluppo delle campagne hanno assunto carattere prioritario. Inoltre, l'uso di Intelligenza Artificiale (AI) ha permesso un'ulteriore ottimizzazione delle campagne, permettendo una segmentazione più precisa dell'audience.

Inoltre, vengono continuamente sviluppati formati pubblicitari innovativi e tecnologie avanzate per offrire ai clienti il miglior strumento di comunicazione possibile.

Il Gruppo MFE in Spagna si impegna a garantire che la raccolta e l'analisi dei dati ai fini delle campagne pubblicitarie avvengano sempre in conformità con la normativa vigente.

5.4 LA TUTELA DEI MINORI

Il Gruppo MFE è da sempre sensibile e attento alla tutela dei minori. A tal fine l'Azienda valuta costantemente le trasmissioni e presta attenzione all'impatto che queste possono generare sui soggetti in età evolutiva.

Tra gli **impegni che il Gruppo MFE si è assunto per tutelare i minori** si evidenzia di seguito:

- **il rispetto di tutta la normativa vigente in materia**, tra cui il Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi (D.Lgs. 208/21), che ha recepito le disposizioni contenute nella Direttiva 2018/1808/UE, e il **Codice di Autoregolamentazione Tv e Minori**, sottoscritto nel novembre 2002, che impegna le reti del Gruppo a un controllo sulla programmazione offerta e dei vincoli previsti a tutela del pubblico dei più piccoli.
- **la classificazione dei programmi**, che porta a individuare i contenuti *"che possono nuocere allo sviluppo fisico, psichico o morale dei minori"* (trasmessi con tutto l'apparato specifico di avvertenze e criptaggio) e a segnalare i prodotti di fiction su tutte le piattaforme lineari e non lineari, gratuite e a pagamento, attraverso bollini colorati (bollino verde: visione adatta a tutti; bollino giallo: consigliata a bambini accompagnati da un

adulto; bollino rosso intermittente: consigliata a un pubblico adulto; bollino rosso fisso: potenzialmente nociva per i minori o vietata ai minori di anni 14). Ulteriori indicazioni sui programmi – utili all'orientamento degli utenti nella scelta, anche in relazione alla tutela dei minori – sono diffuse attraverso strumenti informativi a corredo dei contenuti (es: EPG del digitale terrestre, schede dei programmi su web e app);

□ **l'offerta specificamente dedicata ai minori**, grazie alla programmazione 24 ore su 24 dei tre canali free Boing (dal 2004), Cartoonito (dal 2011) e Boing Plus (dal 2019).

Apposite strutture aziendali (**Direzione Regolamentazione e Adempimenti Istituzionali e Direzione Documentazione e Analisi Istituzionale**) presiedono l'osservanza delle disposizioni poste a tutela dei minori nella diffusione dei contenuti, al fine di garantire una programmazione rispettosa della tutela dei minori su ogni servizio offerto, anche nel rispetto del Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi (D.Lgs. 208/21) e del Codice Media e Minori.

Il Gruppo MFE è impegnato, inoltre, a **promuovere un consumo responsabile della tv da parte degli utenti**, programmando periodicamente campagne sull'utilizzo del **parental control**: in queste viene ricordata al telespettatore la possibilità di attivare il dispositivo di blocco attraverso le impostazioni del decoder per impedire la visione di contenuti V.M.14 e potenzialmente nocivi per i minori.

Un link che rimanda alle funzionalità del parental control è sempre disponibile all'utenza sul sito del Gruppo Mediaset (www.mediasetinfinity.mediaset.it), dove è presente anche un richiamo alle pagine web del Comitato di applicazione del Codice Media e Minori e al Regolamento sulle opere web.

Il Gruppo, dalla data di sottoscrizione del Codice di autoregolamentazione Tv e Minori (novembre 2002), ha partecipato con un proprio rappresentante (nel ruolo di vicepresidente) all'attività del Comitato di applicazione del Codice stesso e si è sempre reso disponibile al confronto attivo nell'ambito di eventi, convegni e giornate di studio promosse da Istituzioni, Centri di Ricerca e Università sui temi più emergenti. Questa adesione è stata confermata anche in occasione della composizione dell'attuale Comitato (consiliatura 2021-2024). In particolare, nel 2023, Mediaset ha fatto parte della Commissione di revisione del Codice Media e Minori, istituita all'interno del Comitato, che ha redatto la bozza del nuovo testo, con l'obiettivo di rimodulare le istanze della tutela dei minori alla luce della complessa realtà dell'attuale scenario. La proposta di revisione del Codice è stata trasmessa, nel novembre 2023, al Ministero dell'Impresa e del Made in Italy per l'attivazione della procedura prevista dall'art.37 comma 6 d.lgs. n. 208/21 ed è in attesa della definitiva approvazione.

Il Gruppo ha, inoltre, mantenuto il proprio ruolo all'interno dell'Advisory Board del progetto **Safer Internet Centre per l'Italia-Generazioni Connesse**, coordinato dal MIM – Ministero dell'Istruzione e del Merito. Il tema del cyberbullismo e dei possibili rischi correlati alla Rete è stato oggetto di costante attenzione da parte di tg, programmi di servizio e di approfondimento informativo.

Nell'ambito delle **iniziative istituzionali**, a seguito della sottoscrizione del Manifesto di Pietrarsa – “call to action” del Garante per la Protezione dei Dati Personali rivolta a tutti gli operatori della comunicazione, al fine di educare i bambini alla diffusione consapevole dei propri dati personali negli ambienti digitali – nel 2023 Mediaset ha avviato una serie di attività (commissionando anche una ricerca qualitativa con focus group composti da bambini/ragazzi dai 7 ai 13 anni) inerenti al rapporto dei più giovani con i principali device, focalizzando l'attenzione sulla gestione dei dati sensibili. Le evidenze emerse hanno rappresentato il punto di partenza per la campagna istituzionale “Occhio ai dati, ragazzi!”, inserita nel progetto “Mediaset ha a cuore il futuro” e articolata

in una serie di spot diffusi sulle nostre tv generaliste e tematiche tra luglio e agosto (la campagna è stata anche rilanciata dalle tre testate giornalistiche, dalle radio, dai siti internet e dalle pagine Instagram e Facebook del Gruppo). Oltre a questa iniziativa specificamente mirata al pubblico dei minori, anche nel 2023 "Mediaset ha a cuore il futuro" ha proseguito il suo impegno di sensibilizzazione su temi a interesse sociale, di particolare attualità e rilevanza nel percorso di crescita e maturazione dei più giovani: in particolare i messaggi per la campagna "Invito alla lettura" e per la "Giornata mondiale della Terra" hanno fatto esplicitamente riferimento da un lato all'esempio, dall'altro all'eredità, da lasciare ai cittadini del futuro. In seguito all'apertura (nei primi mesi dell'anno) delle pagine social di "Mediaset ha a cuore il futuro", su Facebook e Instagram sono state riproposte – oltre alla campagne per la "Giornata internazionale del gioco" – le campagne "Pensa prima di scrivere" sul cyberbullismo e "Non cadere nella rete" sulla dipendenza da Internet, che mettono a fuoco problematiche particolarmente vicine alle nuove generazioni (per informazioni più dettagliate sul progetto "Mediaset ha a cuore il futuro", cfr. il paragrafo dedicato alle iniziative rivolte alla comunità).

Con riferimento alla **comunicazione commerciale**, la concessionaria pubblicitaria Publitalia '80 vigila, altresì, sull'osservanza delle disposizioni contenute nel **Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale**.

Il **Gruppo MFE in Spagna**, per quanto riguarda la partecipazione dei minori ai contenuti prodotti, oltre a seguire le procedure emanate dal **Dipartimento del lavoro della Comunità di Madrid**, ha redatto un **manuale** in cui sono raccolte tutte le informazioni necessarie relative ai diritti dei minori, per garantire il corretto svolgimento delle attività dei bambini in televisione ed assicurare che il loro diritto all'educazione ed al godimento del loro tempo libero non venga violato. Questo manuale è disponibile sull'intranet e viene fornito a tutte le società di produzione che assumono minori affinché attuino le misure esposte.

Inoltre, il **Codice Etico** adottato dal Gruppo MFE in Spagna afferma come principio base che "*nessuno deve comportarsi in modo tale da indurre, promuovere, favorire, permettere o consentire atti o atteggiamenti che potrebbero essere caratterizzati come prostituzione o corruzione di minori*".

Per quanto riguarda gli impatti dei contenuti trasmessi ai minori, il regolamento spagnolo richiede la **classificazione del contenuto audiovisivo da trasmettere**, definito nel quadro dell'autoregolamentazione dei contenuti, sottoscritto dagli operatori della televisione gratuita nel 2015 e sotto la supervisione del Mercato Nazionale Spagnolo e della Commissione della Concorrenza (CNCM). In questo quadro di autoregolamentazione, tutti i contenuti televisivi devono essere qualificati, ad eccezione dei notiziari e delle trasmissioni di eventi (sportivi, musicali, culturali, politici, corride e corse di tori).

A questi fini il **Dipartimento di Relazioni Istituzionali** lavora continuamente in stretto contatto con il **Dipartimento Antena** al fine di chiarire e qualificare qualsiasi contenuto che possa impattare la regolamentazione sui minori.

La qualifica di età stabilita determinerà la fascia oraria in cui ogni programma può essere trasmesso.

Inoltre, prima della trasmissione di programmi che prevedano il coinvolgimento di bambini, oltre ai controlli di cui sopra, viene richiesta un'approvazione preliminare da parte dell'**Autorità Protezione Minori**.

Infine, grazie al **sistema di Parental Control**, il Gruppo assicura un ambiente di navigazione sicuro, per gli utenti registrati, sulla piattaforma Mitele e su tutti i device impiegati. Sui siti web che presentano contenuti specifici per bambini e giovani, la pubblicità emessa viene segmentata per evitare il rischio di promuovere prodotti o servizi inadatti e non conformi alle regole sopra descritte.

Nell'ambito della propria attività audiovisiva, Mediaset España si attiene ad un quadro rigoroso che prevede il rispetto della legislazione vigente, dei codici di autoregolamentazione nonché degli orientamenti settoriali.

Nel corso del 2023, non sono stati avviati procedimenti contro il Gruppo MFE in Spagna per possibili violazioni delle normative e/o codici volontari relativi alla classificazione dei programmi in relazione alla protezione dei minori.

5.5 LA TUTELA DELLA PROPRIETÀ INTELLETTUALE

Il Gruppo MFE ritiene di importanza strategica il rispetto e la tutela della proprietà intellettuale e, per quanto attiene alla tutela dei propri diritti audiovisivi, persegue le emissioni pirata dei propri contenuti illecitamente diffusi, presso ogni sede competente.

Partendo da un accurato monitoraggio tramite **società specializzate**, ed individuati i contenuti piratati, si procede, se necessario anche con l'ausilio di **studi legali esterni**, a **diffidare** gli autori dell'illecito per poi, in caso di reiterazione, intraprendere **azioni di carattere amministrativo innanzi all'AGCOM**, in sede civile e penale sia per ottenere l'inibizione alla perpetrazione dell'illecito, sia per il risarcimento del danno.

Da tali azioni sono scaturiti provvedimenti giuridici con obblighi risarcitori rilevanti che, seppur in alcuni casi allo stato sospesi in attesa dei gradi successivi, confermano l'orientamento della giurisprudenza a tutela del diritto di d'autore. Particolare attenzione è stata altresì rivolta all'attività antipirateria per i film di proprietà del Gruppo nelle sale cinematografiche.

Medesima attenzione per il rispetto della proprietà intellettuale viene raccomandata anche alle strutture produttive interne, cui la **Direzione Gestione Enti Collettivi**, Protezione Diritto d'Autore e Contenzioso fornisce, su richiesta, preventiva consulenza.

Il Gruppo è altresì presente in tutte le sedi istituzionali nazionali e comunitarie che trattano la legislazione in materia di diritto di autore.

A riprova dell'importanza e dell'attenzione che il Gruppo MFE dedica alla tutela della proprietà intellettuale, il **Codice Etico**⁴⁰ prevede uno specifico articolo in materia, nel quale si enuncia che tutti coloro che trattano i dati, le informazioni o i documenti riguardanti i diritti di proprietà intellettuale e/o industriale delle società del Gruppo MFE hanno il dovere di custodirli con la massima diligenza, accuratezza e riservatezza.

40 Sia nel Codice Etico adottato da Mediaset SpA e dalle sue controllate italiane nel corso del 2019 sia nel "Code of Ethics" adottato da MFE è presente una specifica disposizione in materia di tutela della proprietà intellettuale, secondo cui, considerato l'ampio patrimonio di diritti di proprietà intellettuale e/o industriale detenuto dal Gruppo "tutti i Destinatari la cui attività, incarico o funzione preveda, in qualsiasi modo, il trattamento di dati, informazioni o documenti riguardanti diritti di proprietà intellettuale e/o industriale delle società del Gruppo hanno il dovere di custodirli con la massima diligenza, accuratezza e riservatezza". Esso dispone inoltre che "i diritti di proprietà intellettuale e/o industriale su prodotti, opere e/o conoscenze sviluppate nell'ambito lavorativo appartengono alle società del Gruppo che detengono il diritto di sfruttamento delle stesse, secondo modalità e tempi ritenuti più idonei, nel rispetto della normativa di tempo in tempo applicabile" e che "allo stesso modo, il Gruppo MFE rispetta e tutela gli altrui diritti di proprietà intellettuale ed industriale, assicurando che nelle attività aziendali (sia produttive sia commerciali) siano utilizzati soltanto prodotti ed opere originali, regolarmente licenziati dai legittimi titolari ed impiegati conformemente alle autorizzazioni ricevute."

Nel caso di società estere controllate, come Medset, per la tutela della proprietà intellettuale e del Diritto d'autore si ricorre a Studi Legali esterni che rispondono alle normative locali vigenti.

Per la società RTI vige inoltre una specifica **L.G.O. ("Appalto di produzioni televisive e acquisto di format e licenze")** che regola questa fattispecie.

Prosegue l'attività intrapresa dal nostro gruppo già dal 2014, di segnalazione, ai sensi del Regolamento in tema di tutela del diritto d'autore nelle reti di comunicazione elettronica (Delibera n. 680/13/CONS, come modificata dalla Delibera n. 189/23/CONS) per l'oscuramento di siti pirata che trasmettono contenuti cinema e fiction, di cui deteniamo i diritti di sfruttamento.

Con Delibera 189/23/CONS in data 26 luglio 2023, AGCOM ha introdotto rilevanti modifiche al Regolamento, alla luce delle nuove misure introdotte dalla **Raccomandazione della Commissione europea sulla lotta alla pirateria online di eventi sportivi e altri eventi in diretta** del 4 maggio 2023; nonché della legge 14 luglio 2023, n. 93, recante "**Disposizioni per la prevenzione e la repressione della diffusione illecita di contenuti tutelati dal diritto d'autore mediante le reti di comunicazione elettronica**".

In particolare, la legge n. 93/23 ha attribuito nuovi poteri all'Autorità al fine di rafforzarne le funzioni per un più **efficace e tempestivo contrasto** delle azioni di **pirateria online** relative agli eventi trasmessi in diretta, prevedendo il ricorso ad una piattaforma (*Piracy Shield*) che, attraverso un sistema machine to machine, consente una gestione automatizzata delle segnalazioni dei titolari allo scopo di garantire una tutela tempestiva ed efficace dei diritti e, segnatamente, un intervento entro trenta minuti dalla segnalazione.

Più precisamente, in occasione della trasmissione di un evento sportivo in diretta, i titolari dei diritti possono accedere a *Piracy Shield* per segnalare i servizi da bloccare.

A seguito della ricezione della segnalazione inviata dal Titolare del diritto, gli *Internet service provider* procedono con l'oscuramento del sito pirata entro 30 minuti.

In caso di inottemperanza all'ordine di disabilitazione dell'accesso al sito Agcom applica le **sanzioni** di cui alla legge 31 luglio 1997, n. 249, dandone comunicazione agli organi di polizia giudiziaria.

Il **Gruppo MFE in Spagna** ha definito le procedure per controllare il flusso di contenuti verso le diverse piattaforme al fine di garantire l'esercizio dei propri diritti di proprietà intellettuale, effettuando audit tecnici per rivederne la corretta applicazione.

Il Gruppo MFE in Spagna è da sempre impegnata in prima fila in tutte le iniziative rivolte al contrasto della pirateria ed alla protezione della proprietà intellettuale. Evidenziamo la presenza della procedura di Property Management che stabilisce e regola i diritti e doveri in questo ambito.

La proprietà intellettuale è inoltre garantita in tutti i contratti con le figure (autori, artisti, presentatori ecc.) che partecipano ad una produzione televisiva.

Inoltre, MFE si è dotata di un **servizio esterno di monitoraggio dei contenuti su Youtube**, che tiene traccia e rimuove tutti i contenuti di proprietà del Gruppo da questo canale.

I diritti di proprietà intellettuale dei programmi trasmessi in diretta e on-demand sulle piattaforme online sono garantiti da appositi **sistemi di controllo interno** che l'azienda applica prima della trasmissione dei programmi in onda. Con il supporto dall'Ufficio Legale, il Gruppo esamina e definisce le diverse clausole contrattuali di tutti i contenuti prodotti e trasmessi sui diversi canali.

Inoltre, la **Direzione del Dipartimento Multiplatforma** garantisce che tutti i contenuti offerti attraverso i vari siti Web abbiano i diritti di trasmissione previsti nel contratto con il produttore corrispondente.

Nel caso dei film, prodotti da Telecinco Cinema, MFE ha adottato un **sistema di monitoraggio contrattuale** mediante il quale si combatte l'accesso illegittimo ai contenuti prodotti durante il periodo in cui il film viene trasmesso nelle sale cinematografiche (dall'uscita del film fino allo sfruttamento tramite DVD /Blu-Ray).

Si ricorda come anche il **Codice Etico** di MFE in Spagna regolamenti tutti gli aspetti relativi alla difesa della proprietà intellettuale

5.6 AUDIENCE INTERACTION E CUSTOMER SATISFACTION

TV FREE

Il Gruppo monitora costantemente la soddisfazione dei propri clienti, al fine di poter migliorare i propri servizi e permettere ai propri spettatori di poter godere di prodotti eccellenti. Per questo motivo, grazie al **panel Auditel**, il Gruppo MFE è a conoscenza del comportamento del pubblico televisivo in modo continuativo durante la giornata; è inoltre in grado di rilevare il numero di persone che guardano la televisione in ogni fascia oraria e quale canale/programma viene visto e per quanto tempo. Ogni spettatore è classificato sulla base di variabili socio demografiche quali il sesso, l'età, l'area geografica ed il titolo d'istruzione.

È noto di conseguenza il **gradimento** sia **quantitativo** che **qualitativo** di ogni singola trasmissione. Tale analisi consente anche di valutare dal punto di vista quantitativo i singoli contenuti proposti.

Inoltre, per creare engagement e mantenere un rapporto coi propri utenti ed utilizzatori finali, il Gruppo è attivo sui **Social Network**, attraverso le pagine **Facebook**, **Instagram**, **TikTok** ed **X** (ex Twitter) e nei **siti delle reti e dei programmi** Radio e TV, instaurando così un dialogo diretto con il pubblico per raccogliere commenti o segnalazioni anche in caso di repentine variazioni di palinsesto o improvvise cancellazioni.

NEWS

Per quanto riguarda il mondo delle News, ogni produzione ha un'**attività social** che viene gestita dalla **struttura aziendale dedicata**, la quale si interfaccia costantemente con le linee dei programmi per la condivisione dei contenuti da pubblicare. Ogni singolo programma di Videonews è fornito di una **casella mail** alla quale possono fare riferimento gli spettatori per eventuali segnalazioni.

Il **TGcom24** è in costante **potenziamento dell'attività** social della redazione. In particolare già dal 2022 il **TGcom24** ha consolidato la presenza sulle piattaforme social con i profili Instagram, Facebook, LinkedIn, X e alimentato costantemente il canale dedicato sulla piattaforma YouTube. Il Brand ha inoltre una casella attiva (**tgcom24@mediaset.it**) a disposizione di telespettatori e utenti per segnalazioni e richieste di chiarimenti. L'interazione con i lettori/telespettatori di **TGcom24** avviene su 2 livelli:

- **Sito internet:** quasi **22 milioni di utenti unici** e oltre **217 milioni di pagine viste** al mese nel 2023⁴¹. I lettori possono commentare le notizie pubblicate previa registrazione sulla Community Mediaset. I commenti sono moderati ed inseriti in calce agli articoli; i più interessanti vengono inseriti nella home page del sito.
- **Social Network:** i lettori possono commentare i post legati alle notizie, ai video e alle photogallery di **Tgcom24**; i commenti sono moderati dalla redazione. Dal 1 gennaio al 31 dicembre 2023 è stato registrato un notevole incremento dei contatti sulle piattaforme social del **Tgcom24**. In particolare la pagina ufficiale **Facebook** conta oltre **2,5 milioni di fan** (*Fonte dati Insight Facebook*), il profilo ufficiale **X** registra **1.5 milioni followers**, **Instagram** conta **più di 1,1 milione di followers** e il profilo **LinkedIn** totalizza **77.000 follower**. Infine nel 2023 sono stati aperti anche il canale **Whatsapp** e **Threads** che contano rispettivamente oltre **1,3 milioni** e **77.000 followers**
- Quotidianamente vengono analizzati i principali indici di ascolto televisivo per comprendere la visibilità dei prodotti di informazione ed il loro andamento. Grazie a strumenti di ricerca quantitativa si riescono ad elaborare delle **analisi sul gradimento**, ottimizzando il trattamento dei contenuti proposti e valutando, nel contempo, i diversi **scostamenti dagli obiettivi editoriali**. Le analisi quantitative vengono poi arricchite da valutazioni di tipo qualitativo e di scenario sul contesto competitivo, col fine di offrire il miglior prodotto al fruitore finale. La stessa reportistica è utilizzata anche a livello B2B, in quanto strumento valido per gli **investitori pubblicitari**; questi ultimi possono così comprendere le reali potenzialità di un prodotto e la sua capacità di parlare al pubblico che rappresenta il target degli inserzionisti.

RADIO

Per quanto riguarda le radio del Gruppo, esse raccolgono **feedback e commenti** degli ascoltatori tramite **messaggistica** (sms e WhatsApp, Facebook, Instagram, Twitter, segreteria telefonica, contatto diretto attraverso il numero radio dedicato) ed in alcuni casi l'utente viene ricontattato permettendogli di andare addirittura in onda ed esprimere le proprie opinioni. I feedback raccolti possono riguardare tematiche discusse in onda, la scelta di brani musicali, gli interventi di ospiti durante le trasmissioni. Per garantire la privacy degli utenti, i sistemi di messaggistica oscurano i numeri di cellulare degli ascoltatori che possono essere contattati solo da figure preposte in azienda.

Social manager e **moderatori monitorano** costantemente i contenuti pubblicati spontaneamente dagli utenti e **censurano** eventuale materiale discriminatorio, a rischio pedopornografico, lesivo della sensibilità del pubblico e che potrebbe essere dannoso per un pubblico di minori. Eventuali contenuti caricati sui siti dagli utenti sono soggetti a liberatorie, sempre a garanzia della privacy ed a tutela dei minori.

⁴¹ Media giornaliera su base mensile - fonte dati: Audiweb - (fino a novembre 2023).

Sempre per il settore radiofonico vengono inoltre svolte delle **indagini sul gradimento del pubblico**, attraverso **TER⁴² (Tavolo editori radio)** ed in collaborazione con **Gfk, Ipsos e Doxa**; tali indagini vengono effettuate attraverso l'acquisizione dei valori di ascolto (giorno medio, sette giorni e quarto d'ora medio).

CONCESSIONARIA PUBBLICITARIA

Sono molteplici le tipologie di indagini che Publitalia '80 e le altre concessionarie del Gruppo realizzano per monitorare la soddisfazione dei propri "clienti".

Tra le principali, è presente il **monitoraggio degli ascolti** che avviene tramite:

- ▣ L'invio quotidiano, a tutta la forza vendita, di una mail con i dati più significativi della giornata televisiva ed un riassunto degli ascolti settimanali;
- ▣ L'invio settimanale, a più di 10 mila clienti, con il Top of the week delle reti Mediaset, che raccoglie i migliori risultati di audience dei programmi trasmessi sulle emittenti del Gruppo.

L'**analisi dell'efficacia delle campagne pubblicitarie** viene svolta attraverso:

Analisi marketing con:

- ▣ Analisi degli investimenti
- ▣ Trend degli ascolti
- ▣ Post valutazione delle campagne

Analisi completa dell'offerta MFE con:

- ▣ Analisi del target
- ▣ Sviluppo di piani multimediali
- ▣ Misurazioni di Performance

Ricerche ad hoc, con:

- ▣ Efficienza ed efficacia dei mezzi
- ▣ Monitoraggio awareness: vengono eseguite indagini telefoniche per monitorare il ricordo, sia spontaneo che aiutato, della campagna/prodotto/azienda. Tali indagini vengono fatte pre-campagna e post-campagna.
- ▣ Valutazione qualitativa dell'audience

L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA PER L'INTERAZIONE CON I PROPRI UTENTI

Il Gruppo MFE è da sempre in linea con le più recenti evoluzioni tecnologiche; si è infatti dotato di alcuni tra i principali e più innovativi **strumenti di interazione B2C**, ovvero **Zendesk** e **Urban Airship** per la gestione delle comunicazioni verso l'esterno.

Tali strumenti consentono di instaurare un rapporto con gli utenti sia per migliorare l'esperienza d'uso dei servizi

⁴² L'indagine RADIO TER è un'indagine campionaria rappresentativa della popolazione italiana (di 14 anni e oltre) sull'ascolto delle emittenti radiofoniche pubbliche e private, nazionali e locali.

sia per la raccolta e la gestione delle segnalazioni per problematiche tecniche.

Sono attivi diversi **touch point** tra cui **mail, Live chat, WhatsApp o SMS**.

L'interazione con i clienti è uno strumento importante per garantire sempre una adeguata qualità del servizio informando gli utenti sui contenuti, sulle proposte editoriali nonché per assisterli in caso di problemi di accesso o di fruizione.

L'interazione con gli utenti avviene anche attraverso **moduli applicativi interni alle app** che consentono, ad esempio, di esprimere il gradimento verso i partecipanti a un programma o di tele votare in diretta.

La **direzione Business Digital** effettua un **monitoraggio dei comportamenti di consumo** degli utenti digitali per misurare le performance dei singoli contenuti e dei brand di riferimento, oltre che per migliorare l'usabilità delle destinazioni digitali. Questo monitoraggio avviene attraverso strumenti quali ad esempio **Webtrekk**.

L'ottimizzazione della presentazione dell'offerta delle property avviene anche attraverso l'utilizzo di **motori di raccomandazione** che hanno la capacità di offrire i contenuti più coerenti con gli interessi degli utenti ed indirizzare comunicazioni di marketing relative ai contenuti in maniera mirata.

Con particolare riferimento ai **servizi a pagamento**, MFE monitora costantemente il grado di soddisfazione dei clienti tramite strumenti quali l'**NPS (Net Promoter Score)** e **survey** sull'intero parco clienti ed ex-clienti, con l'obiettivo di identificare i principali interventi correttivi ed evolutivi del servizio, garantendo ai clienti i massimi standard qualitativi.

Il Gruppo MFE in Spagna è in costante contatto con i propri utenti, oltre attraverso le **metodologie standard di rilevazione "audiometrica"**, anche attraverso differenti applicazioni. In tal modo gli utenti possono partecipare ai programmi trasmessi e far sentire la loro voce, avendo la possibilità di influire e prendere decisioni importanti in programmi in prima serata. Inoltre, con l'utilizzo di spazi dedicati nella piattaforma web sono stati attivati **concorsi o iniziative** per raccogliere possibili proposte di contenuti da parte del pubblico come foto o video. Tutti i contenuti vengono comunque visionati prima della loro pubblicazione. Allo stesso modo, gli utenti possono inviare le loro opinioni, reclami, suggerimenti o domande attraverso i diversi **indirizzi di posta** del Gruppo MFE in Spagna. In ciascun sito web esiste poi un **"Contact form"** attraverso il quale gli utenti possono ulteriormente indicare le loro opinioni, reclami o suggerimenti. Un team di persone, della **Direzione dell'area multiplatforma**, valuta tutti i commenti ricevuti, le risposte ai sondaggi e le valutazioni espresse nei diversi canali. A seconda del tipo di commento, il team valuta le risposte ricevute in coordinamento con i produttori di ciascun contenuto.

Nel corso degli ultimi anni sono stati creati appositi **gruppi di lavoro**, sotto la supervisione del **Direttore di Antena**, in collaborazione con il **Dipartimento di Auto-promozione** e con il **Dipartimento di Marketing e Programmazione**, al fine di sviluppare strategie trasversali di promozione del prodotto su tutti i mezzi del Gruppo MFE in Spagna.

In particolare nel corso del 2023 sono stati effettuati **8 studi qualitativi** (5 Focus Groups ed 3 studi di Marketing online) sull'audience del Gruppo MFE in Spagna che hanno visto la partecipazione di **579 persone**.

WAVE

MEDIAFOREUROPE

6 - COMUNITÀ E TERRITORIO

6.1 GESTIONE RESPONSABILE DELLA CATENA DI FORNITURA



Il Gruppo nello svolgimento delle proprie attività caratteristiche si relaziona con una molteplicità di **fornitori** per l'acquisizione di **beni e servizi di natura corrente** nonché per **investimenti in beni materiali ed immateriali**, questi ultimi costituiti principalmente da diritti di sfruttamento pluriennale di contenuti audiovisivi.⁴³

Tutte le società del Gruppo si avvalgono, ove possibile, date le peculiarità dei prodotti e dei servizi, di fornitori presenti nelle aree geografiche Italia e Spagna, al fine di **promuovere un sostegno del tessuto imprenditoriale locale**.

PERCENTUALE DI SPESA PER CATEGORIA MERCEOLOGICA EFFETTUATA DA FORNITORI LOCALI (*)

ITALIA

	2023			2022		
	Totale	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero
Beni e prestazioni di servizi	1.140	1.006	134	1.137	1.011	126
Diritti TV (**)	249	153	96	229	136	93
Altre Immobilizzazioni (**)	73	71	1	45	44	1

SPAGNA

	2023			2022		
	Totale	Spagna	Estero	Totale	Spagna	Estero
Beni e prestazioni di servizi	377	358	20	361	334	26
Diritti TV (**)	134	99	35	109	68	41
Altre Immobilizzazioni (**)	10	10	-	6	6	-

(*) I fornitori considerati locali sono identificati sulla base del Paese di provenienza. Per rilevanza si differenzia la spesa da fornitori locali per le società del Gruppo che operano in Italia e per quelle spagnole.

(**) La voce si riferisce agli incrementi delle relative categorie di immobilizzazioni materiali ed immateriali.

⁴³ La voce si riferisce ai costi operativi (costi per acquisti, prestazioni di servizi, godimento beni di terzi ed altri oneri di gestione) iscritti per competenza nel conto economico al netto delle variazioni di magazzino, incremento per lavori interni ed accantonamento a fondi rischi.

Per quanto concerne l'**acquisto di diritti di sfruttamento pluriennale** occorre sottolineare l'elevata incidenza della spesa verso le principali **major americane** e verso i **detentori dei diritti sportivi** sul totale degli investimenti del Gruppo. Come si evince dalle tabelle, nel 2023 circa l'84% della spesa Gruppo MFE in Italia è relativo a fornitori italiani mentre l'86% della spesa del Gruppo MFE in Spagna è relativo a fornitori spagnoli.

LA CORRETTEZZA NEL RAPPORTO CON I FORNITORI

I contratti di collaborazione, di fornitura e, più in generale, aventi ad oggetto le relazioni d'affari di terzi con le società del Gruppo MFE contengono un esplicito riferimento (vedi anche paragrafi 1.3 e 3.2) al **Codice Etico** (nonché ai Modelli Organizzativi 231 delle Società) e prevedono che l'inosservanza delle norme in esso previste possa costituire inadempimento delle obbligazioni contrattuali assunte, con conseguente facoltà di risoluzione esercitabile dalle società del Gruppo.

Inoltre, il Gruppo ha sottoscritto l'iniziativa (estesa alle principali società italiane del Gruppo) di **Assolombarda**, partita il 27 maggio 2014, partecipando al **Codice Italiano Pagamenti Responsabili**, il primo Codice in Italia dedicato specificatamente al tema delle regolarità dei pagamenti. Con l'adesione al Codice, il Gruppo MFE si impegna a rispettare i tempi di pagamento pattuiti con i propri fornitori e più in generale vuole contribuire a diffondere una cultura in materia di pagamenti puntuali e trasparenti.

MFE ha fatto parte del primo gruppo di imprese italiane e multinazionali fondanti del Codice e in rispetto ai punti contenuti dichiara che i tempi medi di pagamento dei propri fornitori previsti contrattualmente anche per l'anno 2023 è di 60-90 giorni e che alle relative scadenze i pagamenti sono puntualmente eseguiti.

Si precisa che la **selezione⁴⁴ dei fornitori** e dei beni o servizi da acquisire, si basa sulla valutazione di diversi **parametri** quali la qualità, il prezzo del bene o servizio, le garanzie di assistenza nonché la tempestività ed efficienza. Ai fini della scelta dei fornitori viene posta una particolare attenzione alla verifica della loro affidabilità e serietà sotto il profilo del rispetto della normativa vigente e delle specifiche norme che disciplinano l'attività da loro svolta. I processi di certificazione dei fornitori e di acquisto sono disciplinati da apposite **procedure aziendali (LGO)**, che assicurano la puntuale identificazione dei fornitori e la tracciabilità dei canali di approvvigionamento, anche al fine di garantire la qualità e la legittimità dei beni e servizi acquistati.

Inoltre, tutti i processi di acquisto sono improntati alla **ricerca del massimo vantaggio competitivo** per il Gruppo MFE nonché all'**imparzialità** e alla **concessione delle pari opportunità** per ogni fornitore in possesso dei requisiti richiesti.

La predisposizione dei testi contrattuali standard o con specifiche problematiche giuridiche viene assicurata dalla **funzione legale di Gruppo** eventualmente supportata da legali esterni.

Il Gruppo MFE in Italia, al fine di rendere il processo di approvvigionamento più efficiente e standardizzato verso i soggetti terzi, opera attraverso **poli di acquisto specializzati** i cui processi sono descritti nei paragrafi seguenti.

⁴⁴ Art.19 del Codice Etico di Gruppo.

Inoltre, il Gruppo persegue l'obiettivo di gestire con un unico presidio organizzativo l'**attività di certificazione** delle diverse categorie di fornitori, così da rendere più semplice l'individuazione dei fattori che influenzano la selezione e la gestione del portafoglio.

Dato il particolare business delle società del Gruppo, le principali attività di acquisto delle diverse società ricadono su tre macro aree:

- ▣ Acquisto di **diritti** (film, serie ed eventi sportivi);
- ▣ Acquisti di **contenuti** (intrattenimento, news, fiction) per le diverse piattaforme distributive;
- ▣ Acquisti di **beni e servizi a supporto** delle attività di produzione televisive e trasversali.

Per ciascuna di tali aree di seguito sono descritti i relativi processi di approvvigionamento con evidenza dei rispettivi principali Poli di acquisto.

ACQUISTO DI DIRITTI

Il Gruppo MFE, attraverso **RTI S.p.A.**, sulla base dei fabbisogni di programmazione dell'offerta editoriale in chiaro ed a pagamento, acquista contenuti seriali (serie TV), cinematografici (anche tramite la controllata **Medusa**) nonché documentaristici e sportivi.

Tali acquisti vengono negoziati direttamente con i titolari dei contenuti o dei diritti di sfruttamento degli stessi.

Per la **selezione dei fornitori**, in ottemperanza alle linee guida organizzative aziendali, è predisposta e aggiornata l'apposita **vendor list**, sottoposta semestralmente al Comitato Controllo Rischi e Sostenibilità e annualmente al Comitato Esecutivo ed al Consiglio di Amministrazione di MFE.

Ai fini della valutazione viene inclusa la **verifica di eventuali procedimenti in corso** quali liquidazione, fallimento e fusioni nonché la trasparenza della catena societaria.

Inoltre ai fini di tale selezione non vengono considerati fornitori che siano residenti in Paesi a fiscalità privilegiata inseriti nella **Black List**.

La selezione dei fornitori di diritti avviene attraverso la copertura capillare del mercato nazionale ed internazionale della distribuzione dei contenuti - anche con la partecipazione ai principali eventi di settore - privilegiando, per gli acquisti più rilevanti, il presidio di **società di esperienza e competenza consolidate**: "major" e "minimajor" nordamericane, studios europei, principali distributori indipendenti italiani e internazionali.

L'attenzione riservata alle **opere di nazionalità italiana** è rivolta sia a quelle di realizzazione recente (cd. current) quanto a quelle di catalogo storico (cd. library); sia attraverso l'acquisto da società del Gruppo di opere cinematografiche realizzate da produttori indipendenti, sia attraverso accordi commerciali con società esterne al Gruppo specificamente vocate alla produzione nazionale.

La **Direzione Acquisti Diritti** intrattiene relazioni commerciali con tutti i principali distributori cinematografici italiani, sia nella modalità di accordi pluriennali di volume che in quella di acquisti puntuali.

Per quanto riguarda gli **accordi pluriennali**, la Direzione acquisti prevede l'acquisto non di singoli contenuti, ma stipula accordi "di volume" che comprendono diverse categorie di prodotto, sulla base della produzione annuale del fornitore. Per tale motivo, la selezione e l'acquisto dei singoli contenuti sono condizionati dai termini contrattuali dello stesso accordo pluriennale che definisce i volumi minimi per tipologia di prodotto e le modalità di selezione dello stesso. Attualmente sono attivi due accordi di volume deal, uno con Warner ed un secondo con Universal.

Per quanto riguarda gli **acquisti ad hoc**, la scelta viene effettuata in base al gradimento del prodotto da parte del mercato, ovvero sulla base dell'interesse suscitato dal contenuto nei paesi che sono stabilmente monitorati, attraverso le informazioni che gli stessi fornitori inviano all'Ufficio Acquisti e valutando direttamente il prodotto attraverso il monitoraggio delle performance di gradimento nelle sale cinematografiche, sui canali a pagamento e sulle reti di streaming.

Una volta stabilito l'interesse per quel determinato prodotto, l'eventuale acquisto avviene solitamente "**all rights**", in modo tale da garantire che questo sia disponibile su differenti piattaforme (ad es. Infinity, TV a pagamento e TV gratuita). Date le differenti esigenze delle piattaforme, una percentuale del budget viene comunque destinata ad acquisti esclusivi per ciascuna di esse.

Nel 2023 il **volume degli investimenti** è stato pari a **€ 274,1 milioni**, di cui il 62% per i diritti cinema/serie/doc ed il 38% per i diritti sportivi.

Per quanto riguarda il parco fornitori, l'84% dei licenzianti risulta essere italiano o europeo.

Nel corso dell'esercizio si segnalano i seguenti **eventi significativi**:

- ▣ Oltre al proseguimento degli accordi già siglati, che prevedevano l'annualità 2023 di Champions League, Coppa Italia, Internazionali di Tennis, Formula E ed Extreme E, Nation League e accordi di archivio vari, è stato finalizzato l'accordo per l'America's Cup
- ▣ per quanto riguarda **film e serie TV**, è stato consolidato il portafoglio dei partner fornitori di contenuti, sia sul fronte major USA che su quello degli operatori europei ed italiani;
- ▣ È stato chiuso un nuovo accordo **Paramount** relativamente alle annualità 2023-2024;
- ▣ È stato chiuso un nuovo accordo **Disney** relativamente alle annualità 2023-2024;
- ▣ Diritto di utilizzo dei contenuti, per il 2023, degli accordi **WarnerMedia** e **Universal**, entrambi già in essere;
- ▣ Sul fronte Infinity+, è stato esteso l'accordo "Premiere" con **WarnerMedia** e sono stati finalizzati accordi con distributori internazionali e italiani per l'approvvigionamento di prodotto cinematografico;
- ▣ Sul fronte della produzione europea sono stati consolidati i rapporti con i grandi player continentali, sia per asset strategici di daytime, come la nuova soap La Promesa acquisita da **StudioCanal**, sia per nuovi contenuti sempre per il day time come la continuing della soap Bitter Lands da **TIMS&B**, , che per contenuti evento per la prima serata come la terza stagione della miniserie Sissi da **Beta Film**, tutte in premiere assoluta;
- ▣ E' stato rafforzato l'impegno sui **documentari** con l'acquisto di 330 ore da una platea amplissima di quasi 40 fornitori;
- ▣ Sono stati negoziati differenti accordi per l'implementazione della serialità AVOD sulla piattaforma Mediaset Infinity, tra cui: licenza diritti reciproca tra RTI e Mediaset España, acquisti di serie turche quali la soap My Home My Destiny di **Eccho Rights** e titoli "anime", accordo con la piattaforma **Serially** per la distribuzione di una branded area dedicata;

- si conferma l'attenzione al **cinema italiano** recente, sia per quanto riguarda i film prodotti nell'ambito del Gruppo che per quelli realizzati da partner terzi; segnaliamo in particolare l'acquisizione dei diritti delle opere distribuite rispettivamente dalla controllata **Medusa Film** e da **Vision Distribution**;
- Confermata la relazione commerciale con i principali **distributori cinematografici e produttori indipendenti** italiani quali tra gli altri **Eagle Pictures, Lucky Red, Leone Film Group, Notorious**. Tale impegno a focalizzarsi sul prodotto locale è motivato dal fatto che oggi il cinema italiano, presenta un appeal superiore, in particolare nella fascia di prime time, rispetto alle serie ed ai film internazionali.

Come precedentemente sottolineato, una parte degli investimenti in opere cinematografiche sono effettuati dalla società controllata Medusa Film attraverso acquisti o coproduzioni al fine di fornire alla Società il "prodotto/film" con tutta la relativa catena dello sfruttamento dei diritti, a partire da quello inerente alla sala cinematografica.

Quest'ultimo costituisce il punto di partenza per lo sfruttamento del ciclo di vita del prodotto, nonché elemento base per la creazione del valore dello stesso attraverso gli sfruttamenti successivi che potranno essere gestiti dal Gruppo in "non esclusiva" (ad esempio da prassi di mercato lo sono la TV on demand, Pay Per View) o "in esclusiva" (SVOD, Free).

Anche per tali contenuti cinematografici, viene effettuato un **monitoraggio costante del mercato** per poter individuare i principali trend (a livello internazionale e locale) dei prodotti di interesse e, più in generale, per raccogliere informazioni utili ad orientare l'offerta editoriale.

I diritti cinematografici acquisiti nel 2023 provengono da produttori di nazionalità italiana, in quanto la linea editoriale stabilita dal Gruppo prevede, per Medusa, la focalizzazione sul cinema italiano, possibilmente di genere commedia. Nel 2023 si conferma, dato l'obiettivo strategico aziendale di Medusa, che i fornitori "core" siano prevalentemente nazionali. Questi stessi, in qualità di produttori esecutivi o produttori originari, hanno una catena di fornitori pressoché interamente nazionale. Le riprese cinematografiche, nonché tutti i successivi processi di post produzione, si svolgono infatti in Italia.

La correlazione diretta fra Medusa Film ed il cinema italiano, è garanzia per la selezione, produzione e diffusione del miglior prodotto, dato il costante impegno da parte di Medusa e dei suoi fornitori nella valorizzazione delle eccellenze artistiche e professionali locali. Impegno che, anche per poter fronteggiare la concorrenza dei prodotti stranieri, deve sempre essere assicurato ai massimi standard del settore.

Da ultimo si rileva che la **Linea Guida Organizzativa**, avente oggetto la "**Pianificazione, acquisizione e gestione dei diritti cinematografici**", prevede che, per l'acquisto di diritti cinematografici da controparti italiane, i contratti di fornitura, devono contenere clausole che prevedano l'obbligo, a carico del fornitore, di ottenere il nulla osta alla programmazione in pubblico. In caso di non adempimento è facoltà di Medusa Film di risolvere il contratto in essere con eventuale richiesta di risarcimento danni ovvero, in alternativa, di applicare ulteriori specifiche clausole (ad esempio la riduzione del corrispettivo).

Nel caso invece di acquisto di diritti cinematografici da controparti estere, i contratti predisposti devono contenere clausole che prevedano il diritto, in favore di Medusa Film, di apportare all'opera cinematografica i tagli necessari all'ottenimento del nulla osta alla programmazione in pubblico, previa approvazione della società fornitrice.

ACQUISTO DI CONTENUTI

Intrattenimento - L'attività di realizzazione dei programmi d'intrattenimento richiede l'acquisizione di **format**, la stipula di **contratti d'appalto esecutivi** e la contrattualizzazione di **risorse artistiche e collaboratori**.

I fornitori vengono selezionati in base alle linee editoriali televisive e del piano dei fabbisogni di acquisto definito dalla Direzione Generale Palinsesto e Distribuzione in collaborazione con la Direzione Intrattenimento.

La **Direzione Intrattenimento** seleziona i progetti editoriali di interesse e gestisce la trattativa con il fornitore. Al contempo la Direzione Affari Legali esegue verifiche preliminari volte ad accertare l'effettiva titolarità dei diritti ceduti (marchio/titoli) da parte del fornitore selezionato e l'utilizzabilità dei titoli proposti.

La Funzione Certificazione Fornitori della **Direzione Approvvigionamenti** è responsabile di effettuare l'accreditamento e la qualificazione preliminare dei fornitori.

La gestione del processo di appalto di produzioni televisive e di acquisto di format e licenze deve essere svolta nel rispetto di **norme e regolamenti** nazionali, comunitari e/o internazionali vigenti e applicabili, con particolare riferimento a reati astrattamente rilevanti ai fini del D. Lgs. 231/01.

La Direzione Intrattenimento nell'appalto di produzioni televisive e acquisto di format e licenze opera ispirandosi ai principi di legalità, lealtà e correttezza espressi nel **Codice Etico**, prestando attenzione, in particolare, alle prescrizioni in tema di conflitto di interesse in esso contenute.

Nel caso in cui si debba incominciare una collaborazione con un nuovo fornitore il processo di accreditamento e certificazione è gestito dalla Direzione Approvvigionamenti attraverso la funzione dedicata.

La Direzione Intrattenimento comunica al Polo di Acquisto di competenza gli obiettivi qualitativi e quantitativi del prodotto televisivo da acquisire/realizzare.

A livello contrattualistico:

- è presente una **specificata clausola** sulle garanzie e adesione al Codice Etico e al modello organizzativo;
- è generalmente imposto un **divieto di subappalto**, e nei casi in cui questo venga effettuato è richiesta la certificazione dei subappaltatori.

Sono previsti inoltre i seguenti obblighi in termini di **clausole contrattuali**:

- **rispetto delle disposizioni di Legge** vigenti in materia contributiva e in materia di salute e sicurezza sui luoghi di lavoro ex D. Lgs 81/2008, nonché una manleva in favore di RTI, in merito a tutti gli adempimenti a tal fine necessari;
- rispetto degli obblighi previsti dalla normativa vigente in materia di **assunzione di personale avente cittadinanza di Paesi Extra UE**;
- rispetto della normativa in essere a **tutela dell'ambiente**.

A partire dal 2021 è stata inoltre inserita una clausola mirata alla **verifica degli obblighi fiscali** e contributivi del fornitore.

Nella scelta dei fornitori viene sempre effettuata un'analisi dei **modelli di sourcing** che valorizzino le strutture e le competenze interne.

Circa la metà dei fornitori/collaboratori dedicati alla realizzazione del prodotto di intrattenimento è costituita da case di produzione e/o agenzie presenti su tutto il territorio nazionale, in particolare nelle aree di Roma e Milano, che consentono di assicurarsi la prestazione di attori, documentalisti, registi, costumisti, scenografi, direttori della fotografia, coreografi, ballerini, commentatori, conduttori o ospiti. La Direzione Business Affairs Intrattenimento e Musica (per le collaborazioni artistiche non vip) e la Direzione Risorse artistiche (per le collaborazioni artistiche VIP) provvedono alla ricerca e alla stipulazione di contratti con le diverse risorse artistiche impiegate nelle diverse società del Gruppo. Nel corso del 2023 evidenziamo che la Direzione Business Affairs Intrattenimento e Musica ha gestito circa **600** contratti relativi ad appalti, licenze e forniture di servizi. Relativamente alle collaborazioni artistiche in ambito intrattenimento ha finalizzato **16.481** contratti oltre a **868** afferenti il settore musicale.

La Direzione Risorse Artistiche, nel corso del 2023 ha stipulato **6.371** contratti per un totale di **947** collaboratori (tra conduttori, opinionisti, ospiti, inviati anche delle aree News, Sport, Digital e Radio), proseguendo nelle azioni di contenimento costi e di ottimizzazione delle prestazioni.

Di questi circa **35** contratti annuali e/o pluriennali sono relativi a risorse artistiche strategiche (i volti principali legati ai prodotti editoriali di maggiore importanza all'interno della programmazione del palinsesto).

NEWS

L'area relativa all'informazione giornalistica Hard news si basa su **Tg5** e **Tgcom24**, mentre le produzioni di infotainment sono a cura di **Videonews**.

La categoria di fornitori per i **Diritti News** (cessione o acquisizione diritti TV e internet) di materiale - video e foto - di cronaca regionale, notiziari, spettacolo, internazionale sono in maggioranza italiani e per il resto europei o extraeuropei. Si tratta di fornitori di piccola o media entità per la maggior parte dei casi ma anche di fornitori importanti (es. agenzie stampa e video nazionali e internazionali). Per quanto riguarda l'acquisto di **diritti sportivi strategici**, la direzione si avvale dei poli di acquisto in capo a Mediaset (*Direzione acquisizione diritti sport*) che partecipa ai bandi predisposti dai fornitori/organizzatori degli eventi. Gli altri acquisti vengono seguiti dalle medesime strutture e con le medesime logiche proprie della direzione news.

La catena di fornitura si sostanzia principalmente in collaborazioni riferite alle seguenti **professionalità**:

- ▣ Giornalisti;
- ▣ Documentalisti ;
- ▣ Registi e autori;
- ▣ Organizzatore casting;
- ▣ Costumisti, secondi costumisti, truccatori, parrucchieri;
- ▣ Grafici;
- ▣ Speaker, grafici e animatori di studio;
- ▣ Fornitura di pubblico, figuranti, hostess e steward;
- ▣ Contratti a società per varie forniture come supporto grafico, servizio di traduttori e sondaggi.

Oltre a tali collaborazioni, l'area News acquista **licenze per materiali tecnici** di diverso genere, così come sono presenti fornitori di **materiali a livello regionale** ed infine una parte degli acquisti è indirizzata verso le agenzie stampa e video.

La scelta dei fornitori, sia per i contenuti che per le collaborazioni, è determinata in base alle esigenze editoriali dei programmi, valutando le caratteristiche professionali e le esperienze dei collaboratori.

Fiction - Il prodotto fiction presente nell'offerta editoriale del Gruppo MFE è realizzato attraverso il ricorso a produzioni di terzi indipendenti; complessivamente, nel corso del 2023, tale attività ha generato circa **80 ore annue di prodotto finito**, destinate essenzialmente alla programmazione di prima serata di Canale 5.

La scelta dei produttori indipendenti si basa fondamentalmente sui progetti selezionati dall'editore. Quest'ultimo fa le sue scelte in base alle potenzialità editoriali del prodotto individuato, ovvero alla congruenza tra il progetto esaminato e la linea editoriale del Gruppo.

Storicamente le produzioni di fiction sono esclusivamente di **provenienza nazionale**.

Inoltre, sempre all'interno dei cambiamenti della catena di fornitura, si sottolinea come il modello contrattuale prevalentemente utilizzato in passato, ovvero il **modello d'appalto**, per effetto della nuova normativa in materia di tax credit alla produzione audiovisiva è stato progressivamente sostituito da **modelli di coproduzione** e preacquisto, rimanendo quindi una categoria residuale.

Digital - Gli acquisti e gli investimenti erogati dall'area Digital del Gruppo si focalizzano sulle seguenti **macro aree**:

- ▣ acquisti riguardanti lo **sviluppo dei prodotti tecnologici**;
- ▣ investimenti riguardanti la **produzione di contenuti**;
- ▣ investimenti per favorire la **distribuzione dei contenuti** prodotti internamente dalle redazioni e dalle produzioni di MFE.

Nel corso dell'anno, il numero totale dei fornitori coinvolti per le diverse attività è di circa **192**, principalmente residenti sul territorio italiano, mentre una parte minore proviene dagli Stati Uniti, UK e altri paesi EU.

La scelta dei fornitori, data la velocità dei cambiamenti che interessano in modo particolare il settore digitale, ricade sempre su quelle aziende partner che dimostrano una spiccata predisposizione all'innovazione tecnologica e di prodotto.

Radio - L'attività core del polo radiofonico del Gruppo MFE consiste nella produzione ed emissione di contenuti di intrattenimento e flussi musicali rivolti ai radioascoltatori nazionali.

Per lo svolgimento del proprio business si avvale principalmente del servizio prestato da **speaker, conduttori e autori** impiegati nella creazione e conduzione dei programmi in palinsesto sulle emittenti 105, Virgin Radio, R101, RMC e Radio Subasio.

Tra questi ci sono 160 **liberi professionisti italiani**, la maggior parte dei quali noti nel panorama radio televisivo.

La maggior parte dei collaboratori è di nazionalità italiana, ma marginalmente vengono anche contrattualizzate risorse straniere.

Il contenuto principale delle attività radiofoniche è la musica, italiana e straniera, che viene indirettamente acquisita dalle **Case discografiche** e remunerata mediante il pagamento dei relativi diritti di sfruttamento alle **società di "collecting"** appositamente delegate a tale scopo (Siae, SCF, etc.).

Il palinsesto prodotto e distribuito dagli editori viene "commercializzato" dalla **concessionaria pubblicitaria** Digitalia '08 S.p.A., incaricata, in virtù di specifici accordi di concessione pubblicitaria, in ambito nazionale, attraverso la cessione degli spazi (spot, citazioni, ecc.) ad investitori terzi.

La selezione vera e propria dei fornitori avviene, in primis, attraverso il **monitoraggio costante del mercato** ed all'attenta **valutazione dei fabbisogni aziendali** e la loro affidabilità è certificata da un continuo **processo di accreditamento**⁴⁵.

In base alle necessità emerse si valutano le offerte, si selezionano i fornitori e si contrattualizzano i servizi.

In ambito artistico (prevalentemente per speaker, conduttori ed ospiti), dove ogni emittente vede impiegate risorse differenti a seconda della specificità del business radiofonico, del target di ascolto e riscontro di pubblico, i fattori principali per la selezione sono le caratteristiche individuali di ciascun artista. Più in generale l'orientamento seguito è quello di effettuare le scelte, oltre che utilizzando i criteri legati alle dinamiche degli scenari competitivi in cui si muovono gli editori, anche attraverso parametri di adeguatezza e coerenza di retribuzione/contribuzione con i prezzi di mercato di quella particolare categoria professionale.

Alle **attività editoriali-creative** si affiancano le **attività di natura tecnica** (Bassa Frequenza e regia, svolte da personale dipendente) e di **distribuzione del segnale nazionale** (Alta Frequenza) mediante postazioni (apparati e tralicci) e ponti radio diffusi nella totalità delle regioni italiane. La manutenzione delle postazioni (1838 tra Radio Studio 105 S.p.A., Virgin Radio Italy S.p.A., RMC Italia S.p.A., Monradio Srl, Radio Subasio Srl e Radio Aut Srl) e degli impianti trasmissivi è affidata a manutentori professionisti esterni (fornitori locali), per un totale di n.

⁴⁵I fornitori vengono scelti tutti nel rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti, quali il D.Lgs. 231 e 81/08 e dei principi etici di Gruppo.

86 ditte di manutenzione. A questi fornitori di servizi manutentivi si affiancano i locatori che affittano le postazioni: complessivamente 265.

ACQUISTI DI BENI E SERVIZI

I processi di approvvigionamento di prodotti e servizi a supporto delle attività operative trasversali fanno riferimento alle seguenti **categorie di fornitura**:

▣ **Sistemi e tecnologie**

▣ **Servizi generali** – facility/trasversali

▣ **Produzioni TV**

Il Gruppo in Italia opera esclusivamente con fornitori terzi accreditati e censiti nella **Vendor list**, verificandone preliminarmente le informazioni di carattere anagrafico (ragione sociale, paese di residenza, indirizzo sede, ecc.), la totale trasparenza societaria (individuazione del final beneficial owner), il livello di concentrazione dei ricavi (monitorando il superamento della soglia del 50% verso un unico cliente) e l'assenza di pregiudizievoli sia sulla società sia sugli esponenti ad essa correlata.

Anche per l'anno 2023 - pur con le criticità e le difficoltà correlate alle ripercussioni economiche internazionali dovute alle guerre - è proseguito lo sforzo per efficientare il **processo di accreditamento dei fornitori**, che prevede maggiori e più approfondite verifiche sui fornitori attivi, quali, ad esempio, la somministrazione del questionario per la verifica del livello di sicurezza offerto dal fornitore nella gestione dei dati scambiati con il Gruppo (Cyber security, in collaborazione con Direzione Tecnologie)

Inoltre, si è consolidato l'utilizzo del **sistema di monitoraggio dei rischi associati ai fornitori** (Third Party Risk Management – TPRM) il quale, attraverso l'analisi di diversi *Key Performance Indicator – KPI*, raggruppati in modo omogeneo in diverse aree di rischio, consente a Certificazione e Rischio Fornitori, in collaborazione con i Category Manage, di mantenere costante nel tempo l'attenzione sui diversi rischi accesi a carico dei fornitori e di intraprendere le opportune azioni per la mitigazione del rischio stesso.

Il processo di **gestione strutturata dei subappalti** tracciati e gestiti nella piattaforma Synertrade si è ulteriormente consolidato ottimizzando la gestione documentale.

È continuata inoltre l'attività di **razionalizzazione della catena di fornitura** sulla base di criticità legate al livello di spesa, di complessità normativa del settore merceologico oggetto del rapporto commerciale (ad es. fornitori che prevedono adempimenti di legge aggiuntivi), del tipo di contratto (ad es. appalto) e in funzione dell'impiego di personale (dipendenti o collaboratori diretti del fornitore o personale di terzi cui viene subappaltata la prestazione).

A fronte dei positivi risultati ottenuti con il **progetto ESG** pilota (definizione del questionario di valutazione, progettazione del processo di somministrazione e valutazione dei risultati), attivato nella seconda metà del 2022, con le stesse premesse nel 2023 è stato ampliato il panel di fornitori soggetti valutazione ESG, coinvolgendo un centinaio di fornitori attivi, scelti tra quelli più rilevanti dal punto di vista business e con le categorie merceologiche

più a rischio.

L'analisi dei risultati ottenuti ha consentito di varare un ancora più ampio programma di valutazione e coinvolgimento dei fornitori, da porre in atto nel 2024, sia per i fornitori italiani che spagnoli di MFE.

L'obiettivo generale consiste nel **rendere consapevoli** i fornitori di MFE circa l'importanza che i temi ambientali, sociali e di governance rivestono per il Gruppo e, di conseguenza, per l'intera catena di fornitura (scope 3), per tendere nel tempo verso un ecosistema omogeneo, attraverso azioni comuni di miglioramento.

Si è consolidato l'utilizzo del **Vendor Rating** utilizzato anche per la scelta dei soggetti da invitare a gare e per i rinnovi di contratti di importo significativo.

In particolare per i contratti avente come oggetto prestazioni d'opera (appalti), oltre alla documentazione contrattualmente prevista, a richiesta ove necessario, MFE ha facoltà di richiedere al fornitore un'autocertificazione a firma del legale rappresentante, nella quale viene dichiarato che il personale impiegato nel rendere i servizi è regolarmente assunto, remunerato ed assicurato nonché esplicitato il rispetto ed il corretto adempimento ad ogni obbligo di legge in tema di tutela del lavoratore.

La gestione di tali processi persegue infine l'obiettivo di attuare un graduale **turnover dei fornitori** al fine di diversificare la spesa totale su più soggetti, riducendone la concentrazione e diversificandone i rischi.

MFE ha inoltre stabilito che tutti i fornitori, per potersi qualificare nel portale a loro dedicato, devono concludere tutte le fasi di registrazione che contemplano anche, l'accettazione dei termini e delle condizioni di utilizzo della piattaforma, le norme sulla privacy, del Codice Etico di Gruppo e il Modello organizzativo.

Il **Gruppo MFE in Spagna**, nella gestione della propria catena di fornitura, promuove **pratiche responsabili** all'interno della propria area di influenza trasmettendo **standard ambientali, sociali ed etici** alla propria catena di approvvigionamento. Dal 2010, i contratti con i fornitori del Gruppo MFE in Spagna contengono una clausola che sancisce il loro **impegno a rispettare principi base di sostenibilità**, ovvero: rispettare i diritti dei lavoratori e l'appartenenza sindacale, astenersi dall'utilizzare lavoro minorile, rifiutare ogni tipo di lavoro forzato, vietare qualsiasi tipo di discriminazione, rispettare la legislazione sulla prevenzione dei rischi sul lavoro, assicurare la sicurezza dei dipendenti durante l'orario di lavoro e vietare qualsiasi condotta che implichi corruzione, ricatto od estorsione.

I contraenti dichiarano inoltre che rispettano le normative ambientali e promuovono l'uso efficiente di risorse limitate come l'energia, l'acqua e le materie prime nel corso delle loro attività. In tal modo, i fornitori dichiarano il loro impegno per una gestione etica e responsabile.

Relativamente alle tipologie di fornitori ed alle principali voci di spesa inerenti il Gruppo MFE in Spagna, evidenziamo una maggiore concentrazione relativa agli **acquisti di diritti e contenuti televisivi** per il 26.6%, seguiti dai **servizi tecnologici, professionali e produttivi** che insieme rappresentano circa il 24.3%.

I servizi tecnologici contratti sono legati all'acquisto di materiali tecnici (essenzialmente hardware, software, telecamere, mixer, matrici, apparecchiature audio e video).

I servizi professionali consistono principalmente in manutenzione e sviluppo di applicazioni informatiche e servizi di consulenza e audit.

I servizi di produzione si riferiscono principalmente ai servizi relativi alla scenografia, all'illuminazione ed ai sottotitoli.

I contratti con i fornitori nazionali rappresentano la grande maggioranza del volume degli acquisti di beni e servizi, laddove i fornitori internazionali rispondono principalmente alla contrattazione di servizi tecnologici.

6.2 L'IMPATTO SOCIALE DEL GRUPPO

INIZIATIVE DI ALTA FORMAZIONE

Il Gruppo MFE ha continuato anche nel 2023 a proporre le proprie iniziative di formazione rivolte a persone all'esterno dell'Azienda, al fine di sviluppare competenze collegate con il mondo della televisione commerciale.

Si è consolidata la collaborazione tra l'**Università IULM** e Mediaset per l'organizzazione e la gestione del **Master in Giornalismo**.

Il Master, grazie ad una attenta selezione e ad una formazione di eccellenza, introduce alla carriera di giornalista professionista; IULM e Mediaset uniscono le rispettive competenze nel mondo della comunicazione e dell'informazione.

Il corso di studi professionalizzante è **riconosciuto dal Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti** ai fini dello svolgimento del praticantato (18 mesi).

Il Master ha l'obiettivo di dotare i giovani giornalisti delle competenze professionali che permettano loro di accedere a tutti i mercati editoriali e di produrre contenuti multimediali per le diverse piattaforme. L'efficacia dei corsi è validata dal **Comitato Scientifico paritetico** (IULM, Mediaset, Ordine dei Giornalisti).

Vi è inoltre, quale componente qualificante e unica nel panorama delle scuole di formazione in giornalismo italiane, il **laboratorio tecnologico**, che si avvale delle professionalità messe a disposizione dal Gruppo.

Nel 2023 gli studenti del Master in Giornalismo IULM ospitati in stage nelle redazioni Mediaset (tv, web, mobile) sono stati 6, nel periodo compreso tra settembre e ottobre.

Oltre agli **stage** effettuati nell'ambito del Master in Giornalismo IULM, l'azienda collabora con diverse **scuole di giornalismo** su tutto il territorio: Università Cattolica, Università Statale di Milano IFG, Università di Torino master Giorgio Bocca, Università di Bologna master in giornalismo, Università di Bari master in giornalismo, Lumsa, Luiss, Napoli Suor Orsola Benincasa) e nel 2023 ha offerto la possibilità di effettuare stage a 27 studenti.

Il Gruppo MFE mette a disposizione la propria esperienza e professionalità, anche attraverso il **Master in Marketing, Digital Communication e Sales Management**, istituito nel 1988 da **Publitalia'80**.

Il Master in Marketing, Digital Communication e Sales Management è un corso post-laurea, a numero chiuso, della

durata di tredici mesi tra lezioni e stage che si rivolge a laureati che abbiano deciso di avviare il loro futuro professionale verso il marketing, il trade marketing, il sales e la comunicazione digitale.

Attraverso le due edizioni attive nel corso del 2023 (gennaio-maggio e settembre-dicembre), il Master ha offerto, ai suoi **60** partecipanti, **170** giornate di corso per complessive **1.190** ore di formazione; con riferimento all'edizione gennaio-maggio 2023, i **28** partecipanti hanno potuto approcciare il mondo del lavoro attraverso la partecipazione a complessive **140** giornate di stage, per un totale di **1.120** ore, al termine delle quali la totalità dei diplomati ha potuto trovare una stabile collocazione lavorativa.

Le aziende che collaborano a questa iniziativa contribuiscono con docenze ed esercitazioni, offrendo un costante momento di confronto con il mercato del lavoro e fornendo elementi utili al continuo aggiornamento del programma didattico. In tal modo, il Master è sempre un "ponte" fra il mondo delle Università e quello delle Imprese.

Questo avviene grazie a **Docenti delle principali Università italiane e internazionali** ed al contributo di **Manager** che ricoprono ruoli chiave presso Aziende italiane e Multinazionali.

Il Master rappresenta l'esperienza più longeva di **collaborazione fra le Università Milanese**. Fin dalla fondazione hanno dato la loro adesione all'iniziativa, partecipando al Comitato di Presidenza, i Rettori di sei Università milanesi:

- ▣ Università Commerciale L. Bocconi
- ▣ Università Cattolica del Sacro Cuore
- ▣ IULM Libera Università di Lingue e Comunicazione
- ▣ Politecnico di Milano
- ▣ Università degli Studi di Milano
- ▣ Università degli Studi di Milano-Bicocca e con loro le principali Istituzioni associative locali e gli esponenti del mondo economico – imprenditoriale.

Il Master, giunto ormai alla sua **trentaseiesima edizione**, ha formato fino ad ora oltre 1.000 diplomati, molti dei quali ricoprono oggi ruoli di top management.

Il corso gode dell'**accreditamento ASFOR**, Associazione Italiana per la Formazione Manageriale, con la specifica di Master Specialistico.

Inoltre il Gruppo MFE, ormai da alcuni anni, **collabora con le principali università italiane** offrendo agli studenti delle principali facoltà opportunità di **stage curricolari** a integrazione e completamento del loro percorso di studi. Durante l'esperienza di stage i giovani laureandi hanno l'occasione di confrontarsi con il mondo del lavoro sperimentando relazioni professionali, interfacciandosi con le dinamiche organizzative dell'impresa e impiegando le conoscenze acquisite nel percorso di studi, in modo da sviluppare competenze ed esperienze che facilitino il loro ingresso sul mercato del lavoro.

Scuola dei mestieri

Nel 2023 è proseguito il progetto congiunto fra Direzione Operazioni e Direzione Risorse Umane avviato nel 2022, volto ad offrire un percorso formativo professionalizzante a giovani diplomati nel settore della produzione

televisiva.

Il progetto **"Scuola dei Mestieri"** è stato pensato come uno strumento per permettere la trasmissione di know-how professionale verso le future generazioni attraverso la valorizzazione di figure più senior coinvolte come "maestri di mestiere", in un momento che si caratterizza per un forte turn over anagrafico all'interno dell'Azienda, e in particolare delle aree tecniche e produttive.

Il progetto, che nel 2023 ha coinvolto **44 studenti**, si svolge presso i centri di produzione di Roma attraverso una convenzione con l'Istituto di Istruzione Superiore Cine Tv Roberto Rossellini, mentre a Cologno Monzese è in essere una collaborazione con la Scuola Civica di Cinema Luchino Visconti. Tali percorsi prevedono una fase di formazione frontale in aula per gli studenti degli istituti, a cui fa seguito un periodo di stage in azienda, che consente loro di conoscere sperimentare sul campo le diverse mansioni presenti all'interno dei centri di produzione (operatore di ripresa, videografico, mixer video, mixer audio, ottimizzatore di produzione).

Grazie a questo progetto l'azienda intende valorizzare l'esperienza maturata dalle proprie risorse, guardando al futuro investendo sui giovani che, a seguito del percorso di stage, potranno anche essere un importante bacino di risorse per supportare il ricambio generazionale.

INIZIATIVE RIVOLTE ALLA COMUNITA'

Il Gruppo MFE riceve quotidianamente, presso le proprie testate giornalistiche, da Enti no-profit e associazioni di beneficenza, informazioni su attività, eventi ed iniziative di carattere filantropico e legate al mondo della beneficenza, per tutelare e supportare minoranze etniche, gruppi di volontariato, istituti di ricerca medica.

Oltre a questo, nell'ottica della volontà del Gruppo di mettere al servizio della comunità la propria forza comunicativa e le competenze dei propri collaboratori, nel settembre 2019 è stata creata l'iniziativa **"Mediaset ha a cuore il futuro"**: attraverso campagne di comunicazione, declinate secondo una logica integrata multimediale su tv e radio e di copertura digital e social, viene data visibilità a temi di rilevanza nazionale.

**Mediaset ha a cuore
il futuro**



Le numerose campagne di sensibilizzazione e denuncia hanno un forte riscontro mediatico su tutte le reti generaliste e tematiche del Gruppo: agli spot autoprodotti si affiancano i servizi da parte dei telegiornali, gli spazi all'interno delle trasmissioni di informazione, infotainment e intrattenimento, gli appuntamenti nei palinsesti di tv e radio, le citazioni e gli approfondimenti sui siti internet e sui canali social, assieme ad altre iniziative sociali.

Nel corso del 2023, si sono succedute otto campagne:



Invito alla lettura (dal 19 al 26 febbraio). La campagna è un invito alle famiglie affinché promuovano la lettura come buona abitudine di crescita personale per i più piccoli, perché diventino adulti più felici e preparati al domani. Lo spot è stato ripreso il 24 marzo, in occasione della Giornata internazionale della Lettura.



Siamo fatti di acqua. Diamole ogni goccia d'amore (21 e 22 marzo). In occasione della Giornata mondiale dell'Acqua, evento istituito dalle Nazioni Unite nel 1992, Mediaset celebra la ricorrenza con uno spot che invita il pubblico a prendersi cura di una risorsa essenziale, che tende ad essere sprecata.



La terra dei nostri figli è nelle nostre mani. Trattiamola con cura (21 e 22 aprile). Mediaset sostiene la Giornata Mondiale della Terra con una campagna crossmediale che invita a trattare con cura le risorse del pianeta, che lasceremo alle prossime generazioni, con piccoli gesti quotidiani improntati al riciclo, al risparmio ed alla mobilità sostenibile.



Viaggiare in Italia, un segno d'amore (dal 7 al 13 maggio). L'Azienda firma una campagna per invitare il pubblico a valorizzare il territorio italiano ed a visitare il Paese consapevolmente, lasciando una traccia positiva del proprio passaggio.



Occhio ai dati, ragazzi! (dal 16 luglio al 7 agosto). La campagna, nata nel segno dell'impegno preso nel 2022, con la firma sul Manifesto di Pietrarsa, si compone di tre differenti spot per sensibilizzare il pubblico dei più giovani e le loro famiglie sul valore dei dati diffusi in Rete. Protagonisti dello spot sono i ragazzi, dai 7 ai 13 anni, che hanno partecipato a un focus group sul significato di privacy, dati personali e sicurezza in Rete.



Prenditi un momento, fai prevenzione (dal 22 al 29 ottobre). La campagna, giunta alla sua quinta edizione, conclude il mese di ottobre, da sempre dedicato alla prevenzione del tumore al seno. Si compone di uno spot, che mette in luce l'importanza della diagnosi precoce, per contrastare efficacemente gli esiti della malattia. Come nelle precedenti edizioni, la Torre Mediaset si è tinta di rosa, a simboleggiare l'impegno aziendale per la prevenzione del carcinoma mammario.





La campagna a sostegno della giornata Mondiale per l'eliminazione della violenza sulle donne (dal 23 al 26 novembre). La campagna, realizzata in tre diversi spot, invita il pubblico a farsi partecipe del problema della violenza di genere e a denunciare le violenze di cui si è vittime, o testimoni, al numero antiviolenza e antistalking 1522. A supporto di questa edizione, inoltre, è stata data visibilità a progetti artistici che esplorano l'emergenza della violenza di genere, realizzati da fotografe italiane.



Le persone non sono la loro disabilità. Cambiamo punto di vista sulle differenze (dal 2 al 7 dicembre). L'iniziativa, realizzata per celebrare la giornata internazionale delle persone con disabilità, vuole mostrare come potrebbe essere la giornata dei disabili senza i condizionamenti legati ai loro deficit.



Per quanto riguarda il **web**, all'interno del sito **MediasetInfinity**, è stata sviluppata una pagina appositamente dedicata a questi progetti. Oltre a raccogliere in ordine cronologico tutti i materiali prodotti per le campagne, lo spazio dedicato è destinato alla pubblicazione di approfondimenti e contributi inediti realizzati ad hoc per ogni tema oggetto di attenzione: un vero e proprio archivio sempre aggiornato e costantemente consultabile, per mantenere viva l'attualità dei problemi affrontati.

Parallelamente, a partire dal gennaio 2023 è stata attivata sui social **Facebook** e **Instagram** una pagina dedicata al claim "Mediaset ha a cuore il futuro", che sostiene e amplifica il messaggio veicolato, in virtù della forza comunicativa dei social. Su tali pagine sono pubblicati contenuti specifici e trovano spazio campagne esclusive, tra cui "La giornata Mondiale del benessere mentale", che è stata realizzata per celebrare la ricorrenza del 10 ottobre e stigmatizzare i pregiudizi legati alla psicoterapia e ha raggiunto risultati interessanti in termini di visibilità.

Ma "Mediaset ha a cuore il futuro" non è solo un sistema capace di sensibilizzare su macro-temi nazionali: prevede anche l'attuazione di gesti concreti all'interno dell'Azienda nella logica della sostenibilità. Per esempio, sensibilizzando i dipendenti verso un più attento risparmio energetico a casa e in ufficio tramite consigli pubblicati nella homepage della Intranet aziendale e diffusi sui videowall disposti negli spazi comuni del Campus.

Perché "avere a cuore il futuro" non è solo un modo di dire, ma un modo di essere, pensare e comportarsi.

Nell'ambito delle iniziative sociali rivolte alla comunità, è necessario citare il programma satirico *Striscia la Notizia*, che segue sempre con attenzione il tema della sostenibilità.

Il programma assume una funzione di promozione delle iniziative di salvaguardia ambientale, tramite i servizi della rubrica **Ambiente Giovani** (in cui giovanissimi 'consulenti scientifici' si occupano di attività o associazioni dedite alla tutela dell'ambiente) e della produzione alimentare, artigianale e biologica, nelle rubriche "**Paesi, paesaggi...**" di Davide Rampello e **Speranza Verde** di Luca Sardella. La trasmissione svolge da sempre un'azione di denuncia, come, ad esempio, nelle inchieste di Stefania Petyx sulle discariche a cielo aperto o sugli incendi dolosi in Sicilia; e ancora, nell'appuntamento settimanale con il tour antispreco di Luca Galtieri, in cui l'inviato coinvolge studenti e docenti degli istituti alberghieri di tutta l'Italia nella preparazione di piatti realizzati con gli scarti alimentari.

Infine, è estremamente rilevante il consolidato sodalizio tra *Striscia la Notizia* e il **F.A.I.** (Fondo Ambiente Italiano) nella tutela, salvaguardia e valorizzazione del patrimonio artistico e naturale italiano.

Anche la radio ha un ruolo importante nelle iniziative sociali rivolte alla Comunità.

Nel 2023 Radio 105 ha sostenuto, insieme al Regionale di Trenitalia, le attività di Plastic Free Onlus. 184 cleanup, da Nord a Sud, promossi on air, on line a bordo dei regionali di Trenitalia, con la campagna di sensibilizzazione "105 Save the Sea". Per cinque domeniche di luglio cinque speaker di Radio 105 hanno partecipato in prima persona ai cleanup, raccontando attraverso i canali social, radio e tv la loro esperienza insieme alla passione e alla determinazione dei volontari plastic free. Durante tutto il mese di luglio hanno partecipato 4.520 persone rimuovendo dall'ambiente 35.277 Kg di plastica e rifiuti. Un impegno importante a promozione dell'inclusività degli insediamenti umani, della tutela dell'ambiente, della biodiversità e degli ecosistemi presenti sul territorio.

R101 invece nel 2023 è stata Radio Partner della "Pigiama Run", la corsa della Lega Italiana per la Lotta contro i Tumori che mette tutti in pigiama per mostrare solidarietà a chi il pigiama è costretto ad indossarlo tutti i giorni a causa di lunghe degenze ospedaliere, ossia i piccoli pazienti oncologici.

Per quanto riguarda il **web**, all'interno del sito *Mediaset Infinity*, è stata sviluppata una pagina appositamente dedicata a questi progetti. Oltre a raccogliere in ordine cronologico tutti i materiali prodotti per le campagne, lo spazio dedicato è destinato alla pubblicazione di approfondimenti e contributi inediti realizzati ad hoc per ogni tema oggetto di attenzione: un vero e proprio archivio sempre aggiornato e costantemente consultabile, per mantenere sempre viva l'attualità dei problemi affrontati.

Per quanto riguarda la sponsorizzazione di **raccolte fondi per enti pubblici e privati** (riconosciuti dallo Stato) sottolineiamo come il tutto venga certificato da associazioni governative (Protezione Civile per l'Italia e AGIRE per il mondo). Molte di queste attività si concretizzano anche attraverso il supporto di *Mediafriends*, onlus fondata nel 2003 come espressione concreta del concetto di responsabilità sociale di Impresa.

È in tale scenario che il Gruppo, attraverso le proprie testate giornalistiche, scende in campo al fianco di **Mediafriends** e della **Fabbrica del Sorriso**, come ad esempio nei contenitori in daytime sulle reti generaliste o su *TGCom24*. In particolare viene data visibilità ai progetti a cui si dedica la Fabbrica del Sorriso, non solo in fase di presentazione e raccolta fondi, ma anche durante l'implementazione del progetto e del bilancio di fine iniziativa.

Il "**Tg dei Ragazzi**", in collaborazione con "**la Città dei Bambini e dei Ragazzi**" di Genova, è un'altra iniziativa di partnership del **TGCom24**, con finalità educational a cui è stata data visibilità.

Publitalia '80 contribuisce alle attività sociali del Gruppo MFE, attraverso Mediafriends, mettendo a disposizione spazi pubblicitari che vengono utilizzati per promuovere prevalentemente raccolte fondi volte a sostenere le iniziative solidali individuate. Oltre a questo, Publitalia'80 riserva alcuni spazi pubblicitari per dare voce ad iniziative che supportano la ricerca scientifica, la formazione e le attività culturali.

Nel corso dell'anno sono stati trasmessi circa **5.642 spot** relativamente alle Campagne Sociali.

Publitalia '80 è, insieme ai maggiori attori della comunicazione in Italia, socio fondatore della **Fondazione Pubblicità Progresso**, che ha lo scopo di contribuire alla soluzione di problemi civili, educativi e morali della comunità, ponendo la comunicazione al servizio della società.

I soci promotori oltre a corrispondere una quota associativa mettono a disposizione la propria opera gratuitamente per la realizzazione delle attività della Fondazione.

Pubblicità Progresso promuove iniziative di formazione sulla comunicazione sociale nelle principali Università Italiane; promuove eventi, mostre e iniziative dedicate ad importanti temi sociali; patrocina campagne di comunicazione sociale realizzate da soggetti no profit e realizza il festival della comunicazione sociale a scopo formativo e divulgativo.

Ogni anno Pubblicità Progresso richiama l'attenzione delle autorità e dell'opinione pubblica per creare maggiore consapevolezza su un tema specifico realizzando delle campagne di comunicazione con il contributo dei soci promotori: campagna contro il fumo, per la donazione degli organi, a favore della parità di genere, contro il razzismo, sulla sostenibilità, a difesa del volontariato etc..

Per quanto riguarda le Radio del Gruppo si segnala la messa in onda di spot a sfondo sociale in onda sulle emittenti radiofoniche che vengono concessi a titolo gratuito. Tale attività rientra nel contratto di subconcessione pubblicitaria esistente tra Radiomediaset, Monradio e Subasio e la concessionaria Mediamond.

Attività di sostegno all'imprenditoria giovanile

Anche per l'anno 2023 **AD4Ventures**, il **venture capital di MFE**, conferma il suo impegno a favore dell'imprenditoria giovanile italiana e, più in generale, nella scelta di società a forte focus sostenibilità.

L'investment model prevede l'ingresso tramite quote in startup digital in area consumer e retail, di medie dimensioni e ad alto potenziale di crescita, tramite campagne di comunicazione pubblicitaria in Italia ed in Spagna su tutti i mezzi del Gruppo, TV, radio e digital properties.

Il portafoglio di investimenti si estende anche oltre i confini nazionali purché le società abbiano operations nel territorio nazionale.

Con la crescita reputazionale costruita durante gli anni, AD4Ventures è diventata un punto di riferimento importante per tutte quelle realtà imprenditoriali giovanili non ancora in grado di sviluppare campagne marketing

dal forte impegno economico. Non solo, la collaborazione con soggetti istituzionali quali Fondo Italiano d'Investimento e CDP, pienamente avviata a partire dal 2022, costituisce ad oggi una forte legittimazione della sua attività all'interno dell'ecosistema imprenditoriale italiano.

Nel difficile anno 2023 caratterizzato da una forte contrazione negli investimenti a livello europeo, la strategia di **AD4Ventures**, è stata quella di rafforzare il proprio portfolio grazie a una serie di importanti investimenti follow-on: tra questi vanno segnalati per il loro peso gli ulteriori interventi nelle società Therapyside (rebranding di TherapyChat), Impress e Pascol volti ad accelerarne ulteriormente la crescita.

Tuttavia, anche in un anno particolarmente complicato per il mondo venture, non mancano i nuovi progetti: a fine 2023 Ad4Ventures ha investito in **Faba**, un dispositivo audio che permette ai bambini di ascoltare storie, canzoni, favole e filastrocche. Si tratta di un vero e proprio strumento educativo capace di avvicinare i bambini alla lettura e all'ascolto. La società, fondata nel 2019 è presente in 8 paesi con 1.500 punti vendita attivi in Europa ed ha già avuto una forte crescita nel nostro Paese dopo la prima tranche di campagna TV e radio sui canali Mediaset.

L'ingresso in Faba è in linea con la grande attenzione che Ad4Ventures mette da sempre in ambito ESG nella scelta dei progetti sui quali investire: in questo caso l'ambito di riferimento è quello della Quality Education per una migliore e più sana formazione educativa del bambino.

Più in generale, il portfolio a fine 2023 conta **9 start-up** tutte con attività in Italia, fondate in un arco temporale compreso tra il 2010 ed il 2019 e con un management che si conferma giovane (appena sopra i trent'anni).

Ad4Ventures con il suo modello di business (pubblicità in cambio di quote di minoranza) anno dopo anno, è diventata un punto di riferimento obbligato per tutte quelle realtà imprenditoriali giovanili per le quali l'accesso ai grandi mezzi di comunicazione (TV ma anche radio) risulta difficile o fuori portata. Un modo concreto di utilizzare la grande forza comunicativa della galassia Mediaset per fare da amplificatore a realtà giovani, indipendenti e dal grande potenziale.

PORTAFOGLIO INVESTIMENTI AD4VENTURES AL 31 DICEMBRE 2023

 Piattaforma leader per i pagamenti mobile	 Consegna fiori online	 Griglie a gas e accessori per grill	 Carne sostenibile da allevamenti estensivi	 Servizio online di psicoterapia	 Raccontastorie interattivo per bambini	 Noleggio di tecnologie	 E-platform per la presentazione della dichiarazione dei redditi	 Flash sale di arredamento	 Servizio di assistenza domiciliare di cura
 Società leader dell'industria ortodontica	 Prenotazione hotel a ore nel mondo	 Piattaforma digitale leader del HVAC	 Esperienze di viaggio personalizzate	 E-commerce con servizi su misura	 Noleggio motocicli	 Social App			

Exit

 E-shop di articoli sportivi	 Flash sale di arredamento (solo Italia)	 Marketplace di prodotti di lusso di seconda mano	 Online games	 Comparatore di assicurazioni sulla salute	 E-platform per l'ordinazione di cibo	 Farmacia online	 Consegna di cibo a domicilio
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

L'impegno di MFE in Spagna nel sociale, è riassumibile nelle iniziative del progetto di **12 Meses** che nel corso del 2023 ha visto principalmente attività indirizzate a quelle componenti della popolazione più fragili (vd. i bambini), all'eguaglianza in ogni settore della società nonché alla difesa dell'ambiente.

Evidenziamo inoltre iniziative in tema di promozione dell'economia circolare e di diritti delle donne oltre ad aiuti alla popolazione Ucraina rifugiata ed al supporto delle attività della Federazione delle Banche Spagnole per gli alimenti.

Quest'attività di prevenzione ed informazione è stata resa possibile anche grazie al continuo interscambio di idee ed opinioni con varie associazioni ed enti no-profit.

Evidenziamo inoltre, nel corso del 2020, era stato creato il brand "**Valor Mediaset**" che ha come obiettivo di coinvolgere gli investitori pubblicitari piu' importanti in campagne di "Corporate Social Responsibility". Tali iniziative sono continuate anche nel 2023.

Nel corso del 2023 il Gruppo MFE in Spagna ha supportato e "coperto" mediaticamente le seguenti iniziative:

- ▣ Giornata mondiale per la ricerca contro il cancro
- ▣ Giornata mondiale contro il cancro alla vescica
- ▣ Giornata mondiale a favore della ricerca contro il cancro infantile
- ▣ Giornata mondiale contro il cancro al seno.

Da ultimo, nel corso del 2023 Mediaset España ha garantito **spazi pubblicitari gratuiti per le ONG** per un valore stimabile di **5,6 milioni di euro**.

MEDIAFRIENDS

Mediafriends Onlus, Organizzazione non lucrativa di utilità sociale (ONLUS), è un'associazione costituita in data 18 giugno 2003 dalle società Reti Televisive italiane S.p.A., Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. e Medusa Film S.p.A..

Evidenziamo che in ottemperanza al D.Lgs. 3 luglio 2017, n. 117, e successive modifiche e integrazioni, (di seguito Codice del Terzo Settore o CTS) che attua la delega per la riforma del terzo settore contenuta nella legge 6 giugno 2016, n. 106, Mediafriends ha in corso e provvederà alle operazioni di revisione del proprio statuto al fine di recepire quanto previsto dal Codice del Terzo settore aggiornato con le modifiche apportate dal Dlgs correttivo 105/2018.



Mediafriends in ossequio alle, e sulla base delle, previsioni del Codice del Terzo Settore e decreti e disposizioni in esecuzione ad esso emanati, ha modificato il proprio statuto con assemblea straordinaria del 30 giugno 2022. Il nuovo statuto prevede anche il mutamento di denominazione da "Mediafriends Onlus" in " Mediafriends Ente Filantropico" (una delle figure tipiche degli enti del terzo settore previste dal CTS): esso, come anche la nuova denominazione, avranno vigore a decorrere dalla iscrizione di Mediafriends al **Registro Unico del terzo Settore (RUNTS)**. Come consentito per le onlus dal CTS e dalla normativa vigente, Mediafriends si iscriverà al RUNTS con i predetti nuovo statuto e nuova denominazione entro il 31 marzo successivo all'anno fiscale in cui avverrà l'autorizzazione CE ex art.101 comma 10 del CTS e con effetto dall'anno fiscale immediatamente successivo a tale

anno, con mantenimento sin ad allora della iscrizione al registro delle onlus e delle conseguenze fiscali relative.

Mediafriends rappresenta l'espressione concreta di come il Gruppo MFE intenda la Responsabilità Sociale di Impresa. L'associazione infatti persegue esclusivamente **finalità di solidarietà sociale** e non distribuisce, anche in modo indiretto, utili e avanzi di gestione nonché fondi, riserve o capitale durante la sua esistenza, a meno che la destinazione o la distribuzione non siano imposte per legge o si tratti di devoluzioni di fondi effettuate da Mediafriends a favore di altre organizzazioni non lucrative di utilità sociale che, per legge statuto o regolamento, fanno parte della medesima ed unitaria struttura; impiega gli utili o gli avanzi di gestione per la realizzazione delle attività istituzionali e di quelle ad esse direttamente connesse.

In particolare Mediafriends Onlus svolge l'attività di ideazione, **progettazione, realizzazione e promozione di eventi**, per raccogliere risorse con scopo finale il **finanziamento di progetti** mirati nei seguenti settori:

- ▣ Assistenza sociale, sanitaria e socio-sanitaria;
- ▣ Beneficienza;
- ▣ Istruzione e formazione;
- ▣ Tutela, promozione e valorizzazione della cultura, dell'arte e delle cose di interesse artistico e storico;
- ▣ Tutela e valorizzazione della natura dell'ambiente;
- ▣ Cooperazione internazionale.

A Mediafriends spetta dunque il compito di **individuare e promuovere occasioni di incontro tra il mondo delle imprese e il terzo settore**, al fine di favorire la reciproca crescita e il benessere collettivo. Tutto ciò cercando di coordinare al meglio la capacità di comunicazione ed i rapporti profondi e continui con il mondo dello spettacolo e della cultura al fine di sensibilizzare l'opinione pubblica e sollecitare donazioni da destinare al finanziamento di progetti mirati di Onlus terze.

Il processo di identificazione delle Associazioni e dei progetti da sostenere con un'attività di raccolta fondi, prevede una serie di **passaggi** che partono dall'**identificazione di un tema** scelto tra quelli previsti dallo Statuto e di una o più Associazioni che rispetto a quel tema abbiano progetti in essere e posseggano requisiti di bilancio, serietà e trasparenza, verificati attraverso l'Ufficio Certificazione Fornitori di MFE.

Il secondo passaggio prevede l'**analisi dei preventivi** del progetto fornito dall'Associazione attraverso analisi di congruità sui costi esposti. A questo punto se i criteri di valutazione sono positivi, segue la **stesura di un contratto tra l'Associazione e Mediafriends**, che regola gli obblighi reciproci nel periodo di raccolta fondi e successivamente nell'azione di verifica da parte di Mediafriends della realizzazione del progetto, secondo quanto stabilito dal contratto stesso. A partire dal 2018, con l'avvento del nuovo **"Codice di autoregolamentazione per la gestione delle numerazioni utilizzate per le raccolte fondi telefoniche per fini benefici di utilità sociale"**, che prevede dei costi fissi e dei costi variabili per ogni campagna, Mediafriends ha ridisegnato le modalità di intervento per quanto attiene alle campagne di raccolta fondi ed ha introdotto una nuova modalità, che si aggiunge a quella appena descritta, e che prevede che nelle raccolte fondi a favore di una Associazione, sia quest'ultima direttamente a raccogliere il denaro, fornendo invece Mediafriends soltanto supporto e campagna

di comunicazione.

L'Associazione è comunque obbligata a fornire a Mediafriends debita comunicazione e rendicontazione dell'incassato.

Nel primo caso, usualmente seguito negli anni, lo statuto prevede che il denaro raccolto da Mediafriends, sia destinato all'Associazione attraverso il **Comitato Consultivo** di Mediafriends composto da tre cariche espresse dai Soci di Mediafriends, da Mediafriends e da un rappresentante dell'Associazione. Il Comitato Consultivo autorizza l'erogazione dei fondi raccolti indicandone tempi e modalità.

Segue poi da parte di Mediafriends la **verifica dei rendiconti** dell'Associazione ed il **monitoraggio dello stato di avanzamento del progetto finanziato**. Secondo invece la predetta nuova modalità, Mediafriends mantiene comunque gli obblighi da parte dell'Associazione beneficiaria di rendicontazione dell'incassato come sopra descritti.

Nel corso degli anni Mediafriends ha promosso numerosi eventi, televisivi e non, finalizzati alla raccolta di fondi per finanziare i progetti di associazioni non profit. Il più noto tra questi è **la Fabbrica del sorriso**. Al 31 dicembre 2023 sono stati raccolti e distribuiti oltre **80 milioni di euro** che hanno consentito a **185 associazioni** di realizzare **312 progetti di solidarietà** in Italia e nel mondo.

Per fare ciò Mediafriends si è avvalsa della stretta collaborazione col Gruppo MFE. Si avvale inoltre dell'attività lavorativa continuativa di 5 persone, dipendenti del Gruppo, grazie alle quali è possibile l'ideazione di eventi, il coordinamento con realtà esterne (Terzo Settore, Istituzioni, ecc.) e con le strutture interne dell'azienda.

Le iniziative e le attività di raccolta fondi si susseguono nel corso dell'intero anno: momenti di raccolta fondi, iniziative sul territorio in collaborazione con le associazioni beneficiarie e eventi editoriali.

Questi eventi sono stati promossi in televisione e sul web, con la collaborazione delle diverse strutture del Gruppo: presentazione dei progetti nei programmi con servizi realizzati da giornalisti della Direzione News, spazi di raccolta fondi con spot realizzati dalla Direzione Creativa, presenza nei programmi con la collaborazione delle strutture produttive delle Direzioni Intrattenimento, News, Sport e Publitalia'80.

Da ultimo, il **sito di Mediafriends**, che nel corso del 2022 ha subito una profonda operazione di restyling grafico e di aggiornamento nei contenuti, la rubrica di Mediafriends inserita all'interno del **sito TGC24** e la **pagina Facebook di Fabbrica del Sorriso**, ospitano le campagne delle associazioni e numerosi video, realizzati sui più importanti temi sociali.



Il 2023 è iniziato con la raccolta fondi **Per i bambini Ucraini**, lanciata da Mediafriends il 25 dicembre 2022 con due ONG, Intersos e Soletterre, che da anni sono presenti su quel territorio per aiutare i minori che, nel primo anno di guerra hanno dovuto affrontare l'inverno in mancanza di cibo, acqua, riscaldamento e riparo. L'iniziativa di Mediafriends che si è conclusa il 25 febbraio ha beneficiato di una campagna di 240 spot, coinvolto molte produzioni televisive con appelli dedicati all'interno delle trasmissioni Mediaset e ha avuto il sostegno delle radio del Gruppo. Sono stati raccolti **180.000€** con i quali è stato possibile fornire ai bambini sfollati, malati e in difficoltà,

cure mediche, trasporti sicuri in ospedale, farmaci salva-vita, supporto psicologico, cibo, riscaldamento e indumenti pesanti.

Oltre a causare terribili danni alle abitazioni e a vari settori economici, l'alluvione dell'Emilia-Romagna ha colpito in modo particolare le fasce più deboli della popolazione, tra cui persone con disabilità e anziani che vivono in strutture dedicate rimaste prive dei servizi essenziali.

Il 18 giugno, attraverso le reti televisive, le radio, i Tg, i siti internet e i social del Gruppo, Mediafriends con Mediaset, ha lanciato una grande campagna di raccolta fondi destinata a cinque progetti specifici rivolti alle persone più fragili curate da **Anffas Faenza, Casa Della Carità Lugo, Comunità Montepaolo, Fondazione Opera Don Baronio Onlus Cesena e Genitori Ragazzi Disabili**. Oltre alla campagna spot è stata organizzata a Rimini il 20 luglio la **"Partita del Cuore per la Romagna"**, trasmessa in prime time su Italia 1, nel corso della quale si sono sfidate la Nazionale Cantanti e il Golden Team per la Romagna. L'incasso della partita è stato destinato ai 5 progetti. A settembre poi nel super torneo televisivo **"Caduta Libera - I Migliori"**, condotto da Gerry Scotti su Canale 5, i concorrenti hanno gareggiato per sostenere i cinque progetti. Sono stati raccolti complessivamente e interamente distribuiti ai 5 progetti **225.000 €**.



#IOLEGGOPERCHÉ
DONIAMO UN LIBRO ALLE SCUOLE

Dal 4 al 12 novembre, Mediafriends ha sostenuto la campagna 2023 dell'Associazione Italiana Editori **"#Io leggo perché"** che punta a donare libri alle biblioteche scolastiche per rafforzare nella quotidianità dei ragazzi l'abitudine ai libri e alla lettura. Sono stati donati in totale **582.749 libri** (482.749 dai cittadini e 100.000 dagli editori) nelle 3.609 librerie aderenti per le 25.394 scuole e i 330 nidi iscritti al progetto.

L'iniziativa **"A Regola d'Arte" (ARdA)**, rivolto ai ragazzi italiani e stranieri che vivono situazioni di disagio nei quartieri periferici delle città italiane e che mira a favorire l'integrazione e la crescita sociale attraverso la musica e il rugby ha registrato nel corso del 2023 l'apertura di tre nuovi centri (uno a Roma e due a Milano). Il progetto "A regola d'Arte", oltre ai nuclei presenti nella capitale (quattro), si sviluppa su 7 centri nell'area metropolitana milanese, e con un nucleo, a Napoli, Catania, Lecce, Forlì, per un totale di 15 nuclei sul territorio nazionale con il coinvolgimento di circa 650 ragazzi. Nel corso dell'estate è stato sviluppato un campus a Napoli, dove sono continuate le attività sportive e musicali. Per promuovere e sviluppare le attività di **"A Regola d'Arte"**, Mediafriends ha individuato dei partner, attivi sui singoli territori nazionali, che presidiano localmente il progetto e si assicurano che ogni ragazzo o ragazza che ne prende parte possa beneficiarne al meglio.





Anche per il 2023 è stata riconfermata la collaborazione tra Mediafriends e la **Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì**, nel segno di arte e solidarietà. Una partnership che nel tempo ha permesso di sviluppare sul territorio nazionale 16 progetti in favore dei più deboli, dei malati, delle donne e delle madri che hanno bisogno di protezione, dei giovani che vivono in contesti difficili e in periferie dimenticate.

In particolare, presso i Musei di San Domenico di Forlì, dal 18 marzo al 2 luglio, si è svolta la mostra **“L'arte della moda. L'età dei sogni e delle rivoluzioni”**. Una parte del biglietto di ingresso è stato devoluto a sostegno del progetto **“Scuola di Vita”**, ideato da Mediafriends nel 2021 per offrire a ragazze e ragazzi in difficoltà l'opportunità di intraprendere percorsi formativi non tradizionali con l'aiuto di artigiani capaci di trasmettere grande passione per il lavoro, oltre alle proprie competenze tecniche e creative.



È proseguito il progetto **“Scuola di vita”**, che si rivolge a ragazzi in difficoltà che vivono una situazione di stallo dovuta a fallimenti scolastici, scelte di vita sbagliate o contesti familiari difficili. L'obiettivo è quello di offrire una reale possibilità di inserimento non solo nel mondo del lavoro, ma di valorizzare i propri interessi e scoprire il proprio talento. Il progetto prevede che ragazze e ragazzi individuati in base ai loro bisogni, caratteristiche e motivazioni, vadano **“a bottega”** per un periodo di 6 mesi presso un maestro di mestieri, un artigiano in senso ampio, individuato

sulla base delle proprie capacità di trasmettere, oltre a competenze tecniche, anche passione per il lavoro e uno stile di vita. È previsto un riconoscimento economico per lo sforzo formativo al Maestro di mestieri e un tirocinio remunerato per ciascun ragazzo, della durata di 6 mesi. Nel corso del 2023 sono stati sviluppati quattro nuovi percorsi, dopo aver individuato nuovi artigiani nell'ambito dell'automotive, dell'abbigliamento sartoriale, della meccanica.

Il progetto, alla sua terza annualità, ideato, sostenuto e promosso da Mediafriends in partnership con **Comunità Nuova Onlus** e **Soletterre Onlus** sarà prossimamente corredato da un'analisi qualitativa dei risultati ottenuti, iniziata nel mese di marzo con l'analisi del progetto nelle sue diverse componenti e proseguita nell'autunno con una serie di interviste agli artigiani e ai ragazzi che hanno completato il percorso è condotta da un esperto in campo sociologico ed educativo. Il lavoro di analisi e ricerca sarà completato nel corso del 2024 e permetterà di valutare, nel complesso, punti di forza e aree di miglioramento di questo particolare progetto.

Avviato nel settembre 2020 con l'obiettivo di realizzare in un quadriennio un'orchestra che aggregi giovani in un territorio difficile, è proseguito il progetto **“Orchestra giovanile 4/8”** dove 4 è il nome della zona di Milano in cui si svolge l'attività del complesso e 8 (di quattro ottavi) riconduce alla Scuola di Musica **“Ottava nota”** che insieme a Mediafriends anima questo progetto. Indubbiamente questo progetto è, tra quelli sviluppati sul territorio in questi anni, il più complesso dal

punto di vista organizzativo. Nell'anno appena trascorso il progetto ha coinvolto 43 ragazzi, di cui 8 disabili, 8 insegnanti, un direttore artistico e un direttore d'orchestra. Sempre nel corso del 2023 l'Orchestra 4/8 ha programmato ed eseguito 5 concerti pubblici di cui due nelle RSA della Fondazione Don Gnocchi. Uno degli



ORCHESTRA

obiettivi che Mediafriends si è proposta con questo progetto è la ricerca di strumenti per i ragazzi le cui famiglie non possiedono la capacità economica per acquistarli. Grazie alla **“Casa dello Spirito e delle Arti”** sono stati donati all’orchestra cinque violini realizzati a mano nel **Laboratorio di Liuteria e Falegnameria del carcere di Opera**. A questi si sono aggiunti prima della fine dell’anno un violoncello, due flauti dolci e un metallofono.



Nella primavera del 2023 è ripresa l’iniziativa “Obiettivo Alberi” sviluppata da Mediafriends con Fondazione Alberitalia e con la collaborazione del Servizio Foreste della Provincia Autonoma di Trento per il recupero di quattro ettari del bosco di Paneveggio pesantemente colpito della terribile **“tempesta Vaia”**. In aprile, grazie ai fondi raccolti nel 2022, sono state messe a dimora le prime 6000 piantine e l’operazione è stata in parte documentata nel corso di una puntata di *Mattino 5*, condotta da Francesco Vecchi.

Con la campagna di raccolta fondi che è ripartita nel mese di ottobre, l’iniziativa è entrata nella fase finale e si è conclusa il 31 ottobre. Poiché la messa a dimora delle piantine può avvenire soltanto in primavera, l’iniziativa concretamente si concluderà nel primo semestre 2024, ma i dati relativi alla raccolta fondi ci permettono di poter affermare che l’iniziativa ha raggiunto l’obiettivo di **90.000€**. Per garantire alla foresta una maggiore resilienza rispetto al cambiamento climatico, nella scelta delle specie da piantare sono state e saranno privilegiate le varietà spontanee dell’area di Paneveggio, più adatte al suolo e al clima locali: sorbo, pino cembro, abete rosso, larice e acero montano.

Mediafriends sostiene e partecipa da anni all’organizzazione del **Festival del Cinema Nuovo**, concorso internazionale di cortometraggi interpretati da disabili, iniziativa dell’Associazione Romeo Della Bella e lo promuove con campagne di comunicazione realizzate in collaborazione con la Direzione Creativa di Mediaset. Il 10 ed 11 ottobre a Bergamo, con Brescia Capitale della Cultura 2023, sono stati proiettati i dieci film della rassegna “Questa storia continua” dedicati al tema della disabilità e selezionati con il contributo del Giffoni Film Festival. In programma nel pomeriggio del 12 ottobre il convegno dal titolo “La Disabilità è un film” e a conclusione delle tre giornate la proiezione del film del 2023 *“Campioni”* che racconta le sorti di una squadra di giocatori con disabilità intellettive, doppiati nella versione italiana da ragazzi con le stesse disabilità dei personaggi a cui hanno prestato la voce.



Dal 2023 la rassegna cinematografica che si è sempre svolta con frequenza biennale è diventata annuale ma con la specificità che nell’anno “dispari” sia presentata al pubblico una rassegna internazionale di film che affrontano il tema della disabilità, ma interpretati da attori professionisti. Questo permette di offrire al pubblico due punti di vista differenti sullo stesso tema e crea una continuità all’attività del Festival del Cinema Nuovo. Inoltre dalla fine di dicembre è in onda sulle Reti Mediaset lo spot che invita ad iscrivere il proprio corto alla tredicesima edizione del concorso internazionale di cortometraggi interpretati da persone con disabilità che si svolgerà nell’autunno 2024. Al concorso potranno partecipare come sempre tutte le opere realizzate in Comunità, Centri Socio-Educativi, Centri Diurni o Residenziali, Enti e strutture per persone con disabilità.

Grazie all’impegno dimostrato nel promuovere la diversità e l’inclusione a livello internazionale dando voce a

storie e prospettive diverse, il Festival ha ricevuto una menzione speciale durante la XVª edizione di “Nostalgia di futuro”, l’evento organizzato da Osservatorio TuttiMedia che si è svolto a Roma il 13 dicembre 2023



Ogni anno in Italia vengono distrutti migliaia di ettari di superfici boscate e non: le statistiche ufficiali hanno evidenziato come quasi il 25% di questi episodi, concentrati soprattutto nei mesi estivi, sia stato causato da incendi colposi che hanno avuto origine dall’uso superficiale del fuoco e di oggetti che possono causarne l’innesco. Per questo motivo, al fine di prevenire gli incendi boschivi nel nostro Paese, Mediafriends con **Fondazione Alberitalia** e con il patrocinio della Conferenza delle Regioni e delle Province Autonome, ha ritenuto importante affrontare questo fenomeno promuovendo una campagna di sensibilizzazione. L’iniziativa, attiva dal 23 luglio al 2 settembre si è articolata in due diversi spot televisivi in onda sulle Reti Mediaset e si è posta l’obiettivo di rendere consapevoli le persone che determinati comportamenti dettati dalla poca attenzione o dallo scarso senso civico possono causare pericolosi incendi.

Insieme a Publitalia’80, Mediafriends gestisce un bacino di **spazi di “comunicazione sociale”**, Nel corso del 2023, più di cento associazioni hanno usufruito di una campagna spot gratuita e grazie al lavoro e alla disponibilità della Direzione Creativa di Mediaset, sono stati prodotti 11 spot da 30” per le Associazioni del Terzo Settore.

Al fine di rafforzare il sistema di controllo interno del processo di gestione dei progetti di utilità sociale, Mediafriends ha ritenuto opportuno individuare un Revisore Legale iscritto all’albo al quale assegnare i servizi relativi alle verifiche contabili.

Mediafriends ha sempre svolto questa attività di rendicontazione dapprima affidandosi a personale interno a Mediaset poi a collaboratori esterni di diversa estrazione professionale. L’importanza dell’attività di rendicontazione è così centrale nell’attività della Onlus di Mediaset, Mondadori e Medusa, che si è sentita la necessità di individuare un libero professionista al quale affidare la rendicontazione dei progetti sostenuti da Mediafriends verificando con visite in loco e/o per via telematica, l’effettiva e corretta allocazione dei fondi erogati alla associazione beneficiaria.

Tale verifica si sviluppa attraverso l’analisi dei documenti contabili predisposti dalla associazione beneficiaria: lista spese sostenute con specifica dello strumento finanziario utilizzato per il pagamento e verifica, anche a campione, dei giustificativi e quant’altro il revisore riterrà opportuno esaminare.

Questo processo di verifica darà luogo ad una relazione finale sullo stato di attuazione dei progetti e sull’utilizzo dei finanziamenti erogati da parte di Mediafriends.

WORLD

MEDIAFOREUROPE

7 - L'AMBIENTE

7.1 L'IMPEGNO PER LA TUTELA DELL'AMBIENTE



L'impegno del Gruppo verso l'ambiente è richiamato anche all'interno del **Codice Etico**⁴⁶, con uno specifico riferimento ai comportamenti ed alle disposizioni in materia di tutela ambientale, che evidenziano la centralità della tutela ambientale quale fattore chiave dell'attività d'impresa.

Il Gruppo MFE si ispira ai principi di rispetto e salvaguardia dell'ambiente e del territorio anche in relazione alla loro incidenza sulla salute dell'uomo e delle altre specie viventi. Per raggiungere questo obiettivo, l'attività d'impresa di MFE, in qualsiasi settore sia espletata, risulta **conforme ai più elevati standard di compatibilità e sicurezza ambientale**.

A prova di tale impegno, il Gruppo si è dotato di una specifica Linea Guida Organizzativa aziendale (**L.G.O. "Adempimenti per la tutela dell'ambiente"**) che descrive, ad esempio, le attività dedicate alla raccolta ed allo smaltimento dei rifiuti prodotti, i quali – ove possibile – vengono trattati in base ai principi di differenziazione e riciclo, secondo quanto previsto dalla normativa vigente e dalle migliori prassi operative.

7.2 TASSONOMIA UE

CONTESTO NORMATIVO

Il **Regolamento 2020/852** del Parlamento Europeo e del Consiglio del **18 giugno 2020**⁴⁷ ha introdotto il sistema di classificazione e rendicontazione della Tassonomia Europea per indirizzare gli investimenti verso **attività ecosostenibili** in un linguaggio comune ai principali attori del mercato, agevolando la transizione verso un'economia **Net 0 Emissions**, più resiliente agli effetti del cambiamento climatico e attenta all'uso delle risorse.

Ai fini di tale normativa è definita come "ecosostenibile" un'attività che contribuisce in modo sostanziale al raggiungimento di uno o più dei **6 obiettivi ambientali** senza produrre un danno significativo a nessuno degli altri. Tali obiettivi si sostanziano in:

1. Mitigazione dei cambiamenti climatici
2. Adattamento ai cambiamenti climatici

⁴⁶ Nel nuovo Codice Etico, adottato dal Gruppo, e dalle sue controllate nel corso del 2019, è stata confermata la presenza di una previsione ad hoc: Art. 26 (Tutela dell'ambiente) "1. Il Gruppo MFE considera la tutela dell'ambiente come un fattore chiave dell'attività d'impresa e si ispira ai principi di rispetto e salvaguardia dell'ambiente e del territorio, considerati di massima rilevanza sia per il loro valore intrinseco sia in relazione alla loro incidenza sulla salute dell'uomo e delle altre specie viventi. A tal fine il Gruppo MFE si impegna al rispetto della normativa vigente e si adopera affinché la propria attività d'impresa, in qualsiasi settore sia espletata, risulti conforme ai più elevati standard di compatibilità e sicurezza ambientale.

Particolare attenzione viene dedicata alla raccolta e allo smaltimento dei rifiuti prodotti dalle attività aziendali, che – ove possibile – vengono trattati in base ai principi di differenziazione e riciclo, nell'ottica di ridurre al minimo l'impatto ambientale, secondo quanto previsto dalla normativa vigente e dalle migliori prassi operative."

⁴⁷ Parlamento Europeo e Consiglio, REGOLAMENTO (UE) 2020/852 DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO del 18 giugno 2020 relativo all'istituzione di un quadro che favorisce gli investimenti sostenibili e recante modifica del regolamento (UE) 2019/2088.

3. Uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine
4. Transizione verso un'economia circolare
5. Prevenzione e riduzione dell'inquinamento
6. Protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi

Nello specifico, ai fini di tale Regolamento, un'attività economica per qualificarsi come eco-sostenibile ed essere considerata **Taxonomy-aligned**, deve soddisfare in modo congiunto una serie di **condizioni**:

- ▣ contribuire sostanzialmente ad uno o più dei sei obiettivi ambientali di cui all'articolo 9 del Regolamento;
- ▣ risultare conforme ai criteri di vaglio tecnici fissati dalla Commissione e previsti per ogni obiettivo ambientale;
- ▣ non arrecare danni significativi agli altri obiettivi ambientali (principio "Do Not Significantly Harm");
- ▣ essere svolta nel rispetto delle **garanzie minime di salvaguardia** (in linea con le linee guida OCSE e ai principi guida delle Nazioni Unite/ILO su attività economiche e diritti umani).

Ai sensi dei requisiti normativi declinati nell'Atto Delegato relativo all'articolo 8 del Regolamento UE 2020/852, il Gruppo MFE è tenuto a includere nella propria "Non-financial Disclosure" informazioni su come e in quale misura le proprie attività sono definibili eco-sostenibili ai sensi della Tassonomia UE.

Per questo terzo anno di applicazione il Gruppo MFE ha predisposto un'informativa che include la quota delle **attività economiche ammissibili (o «Taxonomy-Eligible»)** e non ammissibili alla tassonomia, relativamente al proprio fatturato, alle spese in conto capitale e alle spese operative.

Il Gruppo MFE ha successivamente analizzato i criteri riportati nel regolamento e negli allegati tecnici per tutte le attività ammissibili individuate (o «Taxonomy-Alignment»). Gli indicatori riportati sono stati calcolati sulla base delle indicazioni contenute nell'Allegato 1 al Regolamento (UE) 2021/2178, si basano sui dati attualmente disponibili e sull'attuale interpretazione della normativa per i primi due dei sei obiettivi ambientali e potranno pertanto essere soggetti a future modifiche.

L'APPROCCIO DEL GRUPPO MFE

In linea con quanto richiesto dalla normativa, per determinare l'ammissibilità delle attività economiche sono state analizzate sia la "classificazione statistica delle attività economiche nelle Comunità europee" (NACE) che le descrizioni delle attività riportate all'interno degli Annex I e Annex II dell'Atto Delegato del Clima 2021/4987, indipendentemente dal fatto che vengano soddisfatti uno o tutti i criteri di vaglio tecnico.

Il Gruppo ha predisposto un'ulteriore analisi, in seguito alla pubblicazione il **27 giugno 2023**, da parte della Commissione Europea, di ulteriori allegati che fissano i criteri di vaglio tecnici al fine di individuare e determinare le attività ecosostenibili sugli obiettivi che riferiscono a:

- ▣ Uso sostenibile e protezione delle acque e delle risorse marine

- ▣ Transizione verso un'economia circolare
- ▣ Prevenzione e riduzione dell'inquinamento
- ▣ Protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi

La tipologia delle attività del Gruppo è stata confrontata con l'elenco delle nuove attività eco sostenibili definite dalla Commissione Europea. Da questa analisi interna non sono risultate attività eleggibili rispetto a tali obiettivi. Sono invece risultate **ammissibili** per l'obiettivo di **adattamento al cambiamento climatico** solamente le attività di broadcasting (TV e Radio) e di produzione e distribuzione cinematografica. Le attività di adattamento possono essere rendicontate come "eleggibili" solo nell'ambito di Capex e Opex e devono superare i criteri di contributo sostanziale all'adattamento ai cambiamenti climatici per essere eleggibili. Le attività economiche "Taxonomy-eligible" identificate sono:

▣ **8.3** - Attività di programmazione e trasmissione

▣ **13.3** - Attività di produzione cinematografica, video e programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore

La principale attività generatrice di ricavi del Gruppo, la vendita di spazi pubblicitari, non è tra quelle identificate nella tassonomia come Taxonomy-eligible.

Su questa base, sono state predisposte anche per il 2023 le opportune analisi per rilevare le informazioni finanziarie richieste dalla Tassonomia e produrre i KPI economici dei ricavi, delle spese in conto capitale e di quelle operative.

Anche nel 2023 infine, come richiesto dal Regolamento UE, MFE ha effettuato la valutazione dell'allineamento delle attività sopra menzionate, attraverso analisi specifiche finalizzate a verificare: i) criteri tecnici di contributo sostanziale all'adattamento ai cambiamenti climatici; ii) l'insussistenza di fattori in grado di causare danni significativi al resto degli obiettivi ambientali (DNSH) e iii) il rispetto delle salvaguardie minime previste ai sensi dell'art. 18 del Regolamento Delegato 2020/852.

CRITERI DI CONTRIBUTO SOSTANZIALE

Nell'ambito dell'analisi dei criteri tecnici di contributo sostanziale all'adattamento ai cambiamenti climatici, sono stati analizzati per la prima volta i rischi fisici del clima allineati con le specifiche descritte nell'Appendice A della Tassonomia. Tali analisi sono state condotte con l'obiettivo di verificare il grado di resilienza in ottica di continuità di funzionamento delle strutture operative delle attività eleggibili del Gruppo sia in Italia che in Spagna, le principali aree geografiche in cui il Gruppo opera, in relazione ad alcune categorie di rischi rilevanti identificati tra quelli previsti dall'appendice del Regolamento che possono nei prossimi anni compromettere significativamente l'agibilità di strutture fisiche e tecnologiche e compromettere la business continuity delle attività del Gruppo. Tali analisi sono state condotte attraverso uno *risk and vulnerability climate change assessment*, al fine di identificare i possibili rischi fisici applicabili all'organizzazione e la relativa esposizione. Attraverso l'utilizzo di specifici tool sono stati declinati scenari di cambiamento climatico previsionali tra 10 e 30 anni. L'analisi ha identificato, nei casi più pessimistici in presenza di ulteriori rialzi delle temperature medie, un elevato rischio di fenomeni idrogeologici in prossimità delle aree dove sono ubicati i siti operativi del Gruppo, ed ha analizzato come il Gruppo già disponga di adeguate soluzioni fisiche.

GARANZIE MINIME DI SALVAGUARDIA

L'analisi del rispetto delle salvaguardie minime, è stata condotta con l'obiettivo di verificare alla data di riferimento della presente rendicontazione, l'assenza di casi di violazione/controversie, l'esistenza e l'effettiva applicazione di modelli di governance e procedure in linea con quelli richiesti dalle best practice e i framework internazionali di riferimento, in materia di: i) tutela e rispetto dei diritti umani, ii) prevenzione dei reati di corruzione, governance e compliance fiscale, iii) rispetto delle norme di concorrenza leale.

Le analisi condotte non hanno identificato alcun caso di violazione o di controversie significative rispetto agli ambiti oggetto di analisi. Inoltre, le attività hanno in generale attestato un adeguato livello di presidio del Gruppo (governance e linee guida) che opera in contesti normativi e giuslavoristici caratterizzati da un elevato livello di regolamentazione.

In particolare:

Diritti Umani: il Gruppo MFE opera da sempre con un fermo impegno per la tutela dei Diritti Umani, con azioni e presidi organizzativi che garantiscono all'interno della propria organizzazione, nei confronti di dipendenti e collaboratori, il pieno rispetto e la tutela dei diritti fondamentali degli individui in conformità con i valori e i principi come espresso nel proprio Codice Etico. Nel corso del 2023 Il Gruppo ha avviato un processo di analisi del posizionamento ESG di alcune categorie rappresentative del proprio portafoglio fornitori, con l'obiettivo di attuare un processo di graduale adozione dei criteri ESG a integrazione dei propri modelli di valutazione e selezione dei fornitori, valutando anche l'adozione di idonee e funzionali procedure di **due diligence** in materia di diritti umani, al fine di identificare, valutare e gestire i potenziali impatti negativi causati dal normale sviluppo della sua attività lungo l'intera catena del valore. In funzione dell'avanzamento di tali attività nel corso del prossimo anno, e con in previsione dell'ampliamento del perimetro di stakeholder coinvolti, il Gruppo valuterà la finalizzazione di una Policy strutturata in linea con le best practices e gli standard internazionali di riferimento nel quale verrà formalizzato l'impegno del Gruppo al rispetto dei diritti umani.

Corruzione: l'azienda dispone di politiche e procedure rigorose per la prevenzione dei reati di corruzione con particolare riferimento in Italia ai Modelli Organizzativi ex D. Lgs. 231/01

Fiscalità: MFE gestisce gli aspetti legati alla governance e alla compliance fiscale come elementi fondamentali per lo sviluppo del proprio business con un approccio di supervisione continua.

Concorrenza leale: il Gruppo MFE opera nel pieno rispetto delle leggi e dei regolamenti vigenti e dei principi etici comunemente riconosciuti come descritto negli articoli 2, 20 e 23 del proprio Codice Etico. Dal 2019, ha inoltre avviato un processo finalizzato all'adozione di uno specifico **Programma di Compliance Antitrust** - inteso come complesso di regole aventi una funzione prevalentemente preventiva di condotte potenzialmente rilevanti in termini di illeciti antitrust. Tale attività a seguito dell'emanazione da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) delle "*Linee Guida in materia di compliance antitrust*", ha portato alla predisposizione nel 2022 di uno specifico *Programma di Compliance Antitrust* adottato da MFE all'inizio del 2023.

Nel corso del 2023, il Gruppo coerentemente alle linee di indirizzo assunte in materia di sviluppo di contenuti editoriali sostenibili ha proseguito lo sviluppo di un modello condiviso di correlazione dei contenuti autoprodotti e presenti nella propria offerta multimediale rispetto ai 17 obiettivi di sviluppo sostenibile presenti nell'**Agenda**

2030 dell'ONU.

Tale analisi è stata declinata anche per rispondere alla richiesta normativa della tassonomia europea al fine di identificare i propri prodotti e contenuti editoriali in grado di incrementare il livello di resilienza o di contribuire agli sforzi di adattamento della collettività. Ad oggi gli indicatori, determinati unicamente dai contenuti editoriali «prevalentemente» focalizzati sui temi ambientali e legati al «climate change» non sarebbero comunque pienamente rappresentativi della complessa attività di promozione e diffusione di tali contenuti che il Gruppo, nel proprio ruolo di editore responsabile e pluralista, propone soprattutto all'interno di altre fasce dell'offerta (principalmente news e infotainment) che per loro natura possono essere difficilmente isolabili e misurabili.

Il Gruppo proseguirà in questo percorso al fine di definire misure e indicatori rappresentativi del proprio contributo sociale ed ambientale erogato sulla base delle quote della propria programmazione.

Nonostante ciò, considerato che una policy sui diritti umani (in fase di definizione) non è stata ancora finalizzata alla data di riferimento di questo report, il Gruppo non può confermare (come già riportato nel report 2022) il rispetto delle salvaguardie minime all'interno del proprio perimetro.

INDICATORI DI PERFORMANCE

Metodologia di calcolo dei KPI

In linea con le richieste del Regolamento Tassonomia, il Gruppo MFE ha effettuato l'analisi del fatturato, degli investimenti e delle spese operative riferite all'esercizio 2023, per il calcolo dei KPI richiesti e degli ulteriori riferimenti normativi applicabili⁴⁸, così come descritto di seguito. Eventuali casi di doppi conteggi nel calcolo dei KPI (Turnover, CapEx e OpEx) sono stati evitati avendo utilizzato i dati e le informazioni incluse nel Annual Report al 31.12.2023.

Turnover⁴⁹ KPI

Per il calcolo dell'indicatore sul fatturato, al denominatore è stato considerato il fatturato netto consolidato in conformità allo IAS 1.82(a). Per quanto riguarda il numeratore, sulla base delle considerazioni sopra citate e sulla base dell'interpretazione del Regolamento Tassonomia, sono stati considerati come ammissibili i fatturati delle sole società con attività di broadcasting (TV e Radio) e di produzione e distribuzione cinematografica, attività economiche considerate ammissibili.

CapEx⁵⁰ KPI

Per il calcolo del KPI del Capital Expenditure (CapEx), al denominatore, in linea con quanto previsto dalla normativa applicabile, sono stati considerati gli investimenti in diritti televisivi e cinematografici, la variazione degli anticipi sui diritti, gli incrementi sugli stessi diritti e le immobilizzazioni materiali ed immateriali così come

⁴⁸ L'analisi e la metodologia di calcolo dei KPI sono state svolte con particolare riferimento all'interpretazione delle informazioni definite dall'Allegato I del "Regolamento Delegato (Ue) 2021/2178 della Commissione europea del 6 luglio 2021 che integra l'art 8 del Regolamento (UE) 2020/852) e del documento "Draft Commission notice on the interpretation of certain legal provisions of the Disclosures Delegated Act under Article 8 of the EU Taxonomy Regulation on the reporting of eligible economic activities and assets" pubblicato il 2 febbraio 2022.

⁴⁹ I dati finanziari inclusi in questo KPI corrispondono ai ricavi netti del Gruppo inclusi nel Annual Report al 31 dicembre 2023: Paragrafi 6.1 e 6.2

⁵⁰ I dati finanziari inclusi in questo KPI corrispondono agli incrementi in immobilizzazioni inclusi nel Annual Report 2023: Paragrafo del Rendiconto Finanziario

dettagliato all'interno della relazione della gestione.

Il denominatore include, i movimenti afferenti a tutte le legal entity consolidate integralmente e incluse nel perimetro di consolidamento del Gruppo MFE, in particolare, le eventuali acquisizioni di immobilizzazioni materiali (IAS 16), immobilizzazioni immateriali (IAS 38), e attività per diritti d'uso (IFRS 16).

Per quanto riguarda il numeratore, sono stati considerati ammissibili solamente i movimenti descritti in precedente afferenti alle legal entity eligible. Non sono stati considerati pertanto come non ammissibili la restante parte di incrementi in immobilizzazioni materiali, immateriali e diritti d'uso considerati nel denominatore.

OpEx⁵¹ KPI

Per il calcolo del KPI del Operating Expenditure (OpEx), al denominatore, in linea con quanto previsto dalla normativa applicabile, è stata considerata la totalità dei costi diretti non capitalizzati legati a misure di ristrutturazione di edifici, locazione a breve termine e canoni di locazione variabili, manutenzione e riparazione nonché a qualsiasi altra spesa diretta connessa alla manutenzione quotidiana di immobili, impianti e macchinari, a opera dell'impresa o di terzi cui sono esternalizzate tali mansioni, necessaria per garantire il funzionamento continuo ed efficace di tali attivi. Non sono state inclusi tutti i costi operativi che non afferiscono alle categorie sopra menzionate.

Per quanto riguarda il numeratore, sono stati considerati ammissibili i costi inclusi nel denominatore relativi alle società delle legal entity considerate eligible. Nel denominatore, non sono stati pertanto considerati come non ammissibili la restante parte di costi operativi delle legal entity.

Sulla base dei criteri sopra definiti, viene mostrata la proporzione di attività ammissibili e non ammissibili per l'anno 2023. Per quanto riguarda l'indicatore del volume d'affari in termini di eleggibilità, l'analisi è risultata pari al 7%, in relazione a CAPEX, 99%, e OPEX, 59%⁵². In relazione all'allineamento, date le circostanze sopra descritte, questi tre indicatori hanno un valore pari a 0% (si veda le tabelle seguenti per ulteriori dettagli).

⁵¹ I dati finanziari inclusi in questo KPI sono inclusi nei costi operativi consolidati inclusi nel Annual Report 2023: Paragrafo 6.4, tale valore non è direttamente derivabile all'interno del breakdown utilizzato dal Gruppo MFE in quanto le singole nature non hanno tutte lo stesso grado di significatività.

⁵² I valori economici alla base del calcolo dei KPI della tassonomia sono stati ricavati dal bilancio consolidato del Gruppo MFE al 31/12/2023 redatto in conformità agli IAS/IFRS. Per ulteriori informazioni sulle procedure contabili adottate dal Gruppo, si rimanda al Capitolo 2 ("Basi di presentazione e principi contabili per la redazione del bilancio") della Nota Integrativa del suddetto documento.

Attività economiche (1)	Codice/ (a) (2)	Fatturato assoluto (3)	Quota del fatturato (4)	Criteri per il contributo sostanziale						Criteri per «non arrecare un danno significativo» (h)						Garanzie minime di salvaguardia (17)	Quota di fatturato allineato (A.1) o eleggibile (A.2) alla tassonomia, anno N-1 (18)	Attività abilitante (19)	Attività di transizione (20)	
				Mitigazione dei cambiamenti climatici (6)	Adattamento ai cambiamenti climatici (8)	Acque e risorse marine (7)	Economia circolare (8)	Inquinamento (9)	Biodiversità ed ecosistemi (10)	Mitigazione dei cambiamenti climatici (11)	Adattamento ai cambiamenti climatici (12)	Acque e risorse marine (13)	Economia circolare (14)	Inquinamento (15)	Biodiversità ed ecosistemi (16)					
				S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	A	T		
A. ATTIVITA' AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA %																				
A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																				
Fatturato delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1) (d)			0	0%	-	N	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	A	-
<i>di cui abilitanti</i>			0	0%	-	N	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	A	-
<i>di cui di transizione</i>			0	0%	-	-	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	-	T
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (g)																				
Fatturato delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)																				
<i>Attività di programmazione e trasmissione (e)</i>			CCM 8.3	92,1														6%		
<i>Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore</i>			CCM 13.3	98,0														1%		
Totale (A.1 + A.2)				190,1														7%		
B. ATTIVITA' NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																				
Fatturato delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)				2620,8																93%
Totale (A + B)				2.810,8																100%

Le attività non ammissibili alla tassonomia (B) includono, tra le altre, attività legate alla vendita degli spazi pubblicitari ed alla gestione degli apparati di trasmissione televisiva e radiofonica in Italia.

Attività economiche (1)	Codice/i (2)	Spese in conto capitale assolute (3)	Quota delle spese in conto capitale (4)	Criteri per il contributo sostanziale						Criteri per «non arrecare un danno significativo» (h)						Garanzie minime di salvaguardia (17)	Quota delle spese in conto capitale allineate (A.1) o eleggibili (A.2) alla tassonomia, anno N-1 (18)	Attività abilitante (19)	Attività di transizione (20)		
				Mitigazione dei cambiamenti climatici (5)	Adattamento ai cambiamenti climatici (6)	Acque e risorse marine (7)	Economia circolare (8)	Inquinamento (9)	Biodiversità ed ecosistemi (10)	Mitigazione dei cambiamenti climatici (11)	Adattamento ai cambiamenti climatici (12)	Acque e risorse marine (13)	Economia circolare (14)	Inquinamento (15)	Biodiversità ed ecosistemi (16)						
				S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	A	T		
A. ATTIVITA' AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA %																					
A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)																					
Spese in conto capitale delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1) (d)				0	0%	-	N	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	A	-
<i>di cui abilitanti</i>				0	0%	-	N	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	A	-
<i>di cui di transizione</i>				0	0%	-	-	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	-	T
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (g)																					
Spese in conto capitale delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)																					
<i>Attività di programmazione e trasmissione (e)</i>				CCM 8.3	308,3	66%													90%		
<i>Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore</i>				CCM 13.3	152,0	33%													7%		
Totale (A.1 + A.2)				460,3	99%														97%		
B. ATTIVITA' NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																					
Spese in conto capitale delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)				6,1	1%																
Totale (A + B)				466,4	100%																

Le attività non ammissibili alla tassonomia (B) includono, tra le altre, attività legate alla vendita degli spazi pubblicitari ed alla gestione degli apparati di trasmissione televisiva e radiofonica in Italia.

Attività economiche (1)	Codici/ (2) (2)	Spese operative assolute (3)	Quota delle spese operative (4)	Criteri per il contributo sostanziale						Criteri per «non arrecare un danno significativo» (h)						Garanzie minime di salvaguardia (17)	Quota delle spese operative allineate (A.1) o eleggibili (A.2) alla tassonomia, anno N-1 (18)	Attività abilitante (19)	Attività di transizione (20)
				Mitigazione dei cambiamenti climatici (5)	Adattamento ai cambiamenti climatici (6)	Acque e risorse marine (7)	Economia circolare (8)	Inquinamento (9)	Biodiversità ed ecosistemi (10)	Mitigazione dei cambiamenti climatici (11)	Adattamento ai cambiamenti climatici (12)	Acque e risorse marine (13)	Economia circolare (14)	Inquinamento (15)	Biodiversità ed ecosistemi (16)				
		€ mio	%	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S; N; N/AM; (b)(c)(f)	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	%	A	T

A. ATTIVITA' AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA %

A.1. Attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia)

Spese operative delle attività ecosostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1) (d)	0	0%	-	N	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	A	-
di cui abilitanti	0	0%	-	N	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	A	-
di cui di transizione	0	0%							S	-	S	S	S	S	N	0%		T

A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (g)

Spese operative delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)

Attività di programmazione e trasmissione (e)	CCM 8.3	55,9	45%													54%		
Attività di produzione cinematografica, di video e di programmi televisivi, di registrazioni musicali e sonore	CCM 13.3	18,5	15%													0%		
Totale (A.1 + A.2)		74,4	59%													55%		

B. ATTIVITA' NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA

Spese operative delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)	50,9	41%																
Totale (A + B)	125,3	100%																

Le attività non ammissibili alla tassonomia (B) includono, tra le altre, attività legate alla vendita degli spazi pubblicitari ed alla gestione degli apparati di trasmissione televisiva e radiofonica in Italia.

NOTE DI COMMENTO AGLI SCHEMI

(a) Il codice contiene l'abbreviazione dell'obiettivo al quale l'attività economica può apportare un contributo sostanziale, e il numero della sezione dell'attività nel corrispondente allegato dell'obiettivo, vale a dire:

- mitigazione dei cambiamenti climatici: CCM
- adattamento ai cambiamenti climatici: CCA
- acque e risorse marine: WTR
- economia circolare: CE
- prevenzione e riduzione dell'inquinamento: PPC
- biodiversità ed ecosistemi: BIO.

(b) S – L'attività è ammissibile alla tassonomia e allineata alla tassonomia riguardo all'obiettivo ambientale pertinente

N – L'attività è ammissibile alla tassonomia ma non è allineata alla tassonomia riguardo all'obiettivo ambientale pertinente

N/AM – Non ammissibile; l'attività non è ammissibile alla tassonomia per l'obiettivo pertinente.

(c) evitando il doppio conteggio. Se non è noto l'uso dei proventi del finanziamento, le imprese finanziarie calcolano nei rispettivi KPI il finanziamento delle attività economiche che contribuiscono a più obiettivi ambientali nell'ambito dell'obiettivo ambientale più importante indicato in grassetto nel presente modello dalle imprese non finanziarie. Un obiettivo ambientale può essere indicato in grassetto una sola volta in una riga per evitare il doppio conteggio delle attività economiche nei KPI delle imprese finanziarie. Ciò non si applica al calcolo delle attività economiche allineate alla tassonomia per i prodotti finanziari definiti all'articolo 2, punto 12), del regolamento (UE) 2019/2088. Le imprese non finanziarie comunicano anche il grado di ammissibilità e allineamento per obiettivo ambientale, compreso l'allineamento a ciascun obiettivo ambientale delle attività che contribuiscono in modo sostanziale a vari obiettivi, utilizzando il modello seguente:

	Quota di Ricavi/ Ricavi Totali		Quota di Spese in conto capitale/ Spese in conto capitale Totali		Quota di Spese operative/ Spese operative Totali	
	Allineata alla tassonomia per obiettivo	Ammissibile alla tassonomia per obiettivo	Allineata alla tassonomia per obiettivo	Ammissibile alla tassonomia per obiettivo	Allineata alla tassonomia per obiettivo	Ammissibile alla tassonomia per obiettivo
CCM						
CCA		7%		99%		59%
WTR						
CE						
PPC						
BIO						

(d) Un'attività può essere allineata a uno o più obiettivi ambientali per la quale è ammissibile.

(e) Un'attività può essere ammissibile e non allineata agli obiettivi ambientali pertinenti.

(f) AM – Attività ammissibile alla tassonomia per l'obiettivo pertinente

N/AM – Attività non ammissibile alla tassonomia per l'obiettivo pertinente.

(g) Le attività sono indicate nella sezione A.2 del presente modello solo se non sono allineate ad alcun obiettivo ambientale per il quale sono ammissibili. Le attività che si allineano ad almeno un obiettivo ambientale sono indicate nella sezione A.1 del presente modello.

(h) Per poter inserire un'attività nella sezione A.1 questa deve rispettare tutti i criteri DNSH e le relative garanzie minime di salvaguardia. Per le attività elencate nella sezione A.2 le imprese non finanziarie possono compilare su base volontaria le colonne da 5 a 17. Le imprese non finanziarie possono indicare nella sezione A.2 il contributo sostanziale e i criteri DNSH soddisfatti o non soddisfatti, utilizzando: a) per il contributo sostanziale – codici S/N e N/AM anziché AM e N/AM e b) per DNSH – codici S/N.

7.3 GESTIONE DELLE EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE

Per quanto riguarda il tema dei campi elettromagnetici, il Gruppo MFE in Italia⁵³ è da sempre impegnato a **rispettare la normativa di settore**.

Elettronica Industriale S.p.A., società controllata dal Gruppo MFE, al fine di ottenere l'autorizzazione all'installazione di nuovi impianti o alla modifica di impianti esistenti, è tenuta a presentare alle amministrazioni locali la documentazione che attesta il rispetto dei limiti di campo degli impianti per cui viene chiesta l'autorizzazione.

Nel corso del **2023** sono state presentate **352** richieste di modifica di impianti, conformi alle normative vigenti anche per quanto riguarda il rispetto dei limiti di esposizione della popolazione ai campi elettromagnetici.

Attraverso queste attività, il Gruppo è in grado di monitorare l'impatto generato da qualsiasi modifica effettuata sugli impianti distribuiti sul territorio garantendo nel contempo l'assenza di effetti negativi derivanti dall'attività di emissione del segnale radio-televisivo. Le istanze, infatti, devono obbligatoriamente contenere le valutazioni di impatto elettromagnetico degli impianti oggetto di richiesta autorizzativa.

Le **Analisi di Impatto Elettromagnetico (AIE)** relative ad impianti di grande potenza sono estremamente approfondite e comprendono, oltre all'impatto del singolo impianto, anche i livelli del "fondo elettromagnetico preesistente". Gli standard di riferimento per le Analisi di Impatto Elettromagnetico sono quelli riportati nella Legge 36/2001 e riguardano i livelli massimi consentiti a cui la popolazione può essere sottoposta⁵⁴.

Inoltre, Elettronica Industriale S.p.A., sempre nel rispetto dei limiti normativi, valuta costantemente eventuali specifiche disposizioni previste dai singoli comuni nonché indicazioni dei piani di localizzazione provinciali, statali e internazionali per i siti di trasmissione.

Per quel che riguarda la valutazione di impatto complessiva dei siti di trasmissione (all'interno del quale operano anche gli impianti di Elettronica Industriale S.p.A.) occorre considerare anche il ruolo delle **agenzie dipartimentali dell'ARPA (Agenzia regionale per la Protezione dell'Ambiente)** alle quali, nell'ambito della loro attività istituzionale, spetta un compito di vigilanza attraverso analisi periodiche e a campione degli impianti, con particolare attenzione alle realtà più sensibili.

Elettronica Industriale S.p.A., nell'ambito della gestione dei rapporti con gli Enti pubblici, fornisce sempre completa disponibilità per i sopralluoghi e collabora con l'ARPA, anche in maniera preventiva, tramite attività di confronto durante gli incontri con gli stessi Enti.

Gli impianti più sensibili sono stati oggetto di monitoraggio in questi anni da parte delle Agenzie Regionali (ARPA) senza che siano state comminate sanzioni per mancato rispetto dei limiti a carico di Mediaset.

⁵³ Il tema dell'elettromagnetismo viene preso in considerazione solamente in Italia in quanto il Gruppo MFE in Spagna non gestisce direttamente la rete di diffusione del segnale.

⁵⁴ I limiti massimi di esposizione consentiti dalla normativa vigente sono di 20 V/m nei luoghi di pubblico accesso. (vedi anche paragrafo 3.3) con un valore di cautela di 6 V/m nei pressi delle abitazioni e dei luoghi frequentati con continuità (almeno 4 ore giornaliere).

Nel corso del 2023 le Agenzie Regionali per la Protezione Ambientale hanno effettuato 6 controlli di cui un controllo su postazione critica per le alte potenze trasmesse o per la vicinanza di abitazioni agli impianti di trasmissione. In tutti i casi gli impianti del Gruppo sono risultati conformi alle normative vigenti in materia di protezione della popolazione dai campi elettromagnetici.

Gli impianti gestiti dalla società **RadioMediaset** sono generalmente ospitati presso postazioni non di proprietà.

L'Ufficio di RadioMediaset preposto provvede in autonomia, o avvalendosi del supporto di ditte specializzate e/o dello stesso Tower Operator, cui vengono fornite indicazioni e documentazione tecnica necessaria, alla redazione delle istanze, da presentare alle Amministrazioni locali, al fine di ottenere l'autorizzazione alla modifica di impianti esistenti e /o all'attivazione nuovi impianti.

La procedura adottata dal Gruppo per il polo radiofonico, al fine di monitorare l'inquinamento elettromagnetico e salvaguardare la comunità, si articola nelle seguenti attività:

- ▣ Effettuazione di un'Analisi di Impatto Elettromagnetico (AIE) per ogni impianto che si intenda installare ex novo o di cui si vogliono modificare le caratteristiche di emissione, a cura di società terze specializzate e di personale in possesso dei titoli previsti dalla normativa vigente, al fine di garantire il rispetto dei limiti di esposizione, dei valori di attenzione e degli obiettivi di qualità relativi alle emissioni elettromagnetiche previsti dalla normativa vigente;
- ▣ Selezione e contrattualizzazione delle suddette controparti in linea con quanto previsto dalle Linee Guida vigenti;
- ▣ Sottoposizione della richiesta di installazione ed esercizio di impianti radiofonici (inclusiva della suddetta AIE) allo Sportello Unico delle Attività Produttive (SUAP) del Comune competente per territorio, a cura di un procuratore aziendale o da parte della società/professionista che ha svolto la suddetta analisi, su delega di un procuratore aziendale;
- ▣ Valutazione dell'AIE da parte dell'Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente (ARPA) competente per territorio. Rilascio dell'autorizzazione all'installazione ed esercizio di impianti radiofonici da parte del Comune competente, previo ottenimento di parere favorevole da parte dell'ARPA di riferimento;
- ▣ Monitoraggio continuo del funzionamento degli impianti radiofonici del Gruppo da parte della funzione dedicata, attraverso la verifica dei dati acquisiti dagli impianti stessi attraverso telemetria. Laddove vengano rilevate anomalie che possono comportare il funzionamento degli impianti a livelli di energia più alti rispetto a quelli previsti, la funzione provvede ad attivare in modo tempestivo le società di manutenzione competenti, al fine di risolvere le anomalie riscontrate;
- ▣ Verifica periodica del funzionamento degli impianti da parte di società di manutenzione appositamente contrattualizzate;
- ▣ Svolgimento, nel corso degli ultimi anni, di una mappatura completa di tutti gli impianti radiofonici gestiti dal Gruppo MFE in Italia, a cura di una società terza specializzata, finalizzata a valutare i rischi afferenti i singoli impianti ed a predisporre i relativi DVR (Documento di Valutazione dei Rischi). In questo ambito sono state effettuate misurazioni sul livello complessivo di emissioni elettromagnetiche delle postazioni dove sono installati impianti radiofonici gestiti dal Gruppo in Italia (c.d. misurazioni in "banda larga", in considerazione del fatto che presso una singola postazione vi possono essere più impianti facenti capo a diverse società radiofoniche) e, laddove necessario, misurazioni sul livello di emissione degli impianti del Gruppo (c.d. "misurazioni in "banda stretta"), al fine di garantire il rispetto dei limiti di emissione elettromagnetica previsti

dalla normativa vigente. Laddove siano state rilevate anomalie, sono stati prontamente attivati gli installatori/manutentori al fine di risolvere le stesse.

Nel corso dell'esercizio **2023** sono state presentate all'A.R.P.A. n° **13 comunicazioni SCIA** per impianti da attivare presso strutture/antenne esistenti o impianti inferiori a 20 W e n° **7 istanze** di autorizzazione per impianti superiori a 20 W, per un totale di n° **20 valutazioni (AIE)**, alle quali si aggiunge n° **1 relazione di collaudo** (verifiche post attivazione richieste dall'Ente).

Durante l'anno di riferimento l'**A.R.P.A.** ha effettuato n° **2 monitoraggi** (verifiche periodiche sul territorio effettuate dall'Ente preposto) che hanno coinvolto 2 siti, per un totale di 7 impianti. Dall'esito del monitoraggio, l'A.R.P.A. ha riscontrato **presso 1 sito la non conformità al limite previsto dovuta ad esposizioni multiple**, coinvolgendo n. 3 impianti in gestione e altri di terzi, per la quale sono ancora in corso valutazioni al fine di risanamento complessivo congiunto.

Nel 2023 è stata comminata **1 sanzione pecuniaria per concorso con terzi al superamento dei limiti e valori** di cui al DPCM 08.07.2003 relativa all'anno **2021**, l'Ufficio ha provveduto a presentare istanza di delocalizzazione per gli impianti coinvolti, e **1 ordinanza-ingiunzione** di pagamento di sanzione amministrativa pecuniaria **relativa a un verbale di contestazione del 2020 per mancata comunicazione nel 2012 di detenzione impianto LR 29/93 Veneto**. L'Ufficio provvede anche alla raccolta dei dati utili all'elaborazione del Documento Valutazione Rischi, tra cui delle misure dei livelli di campo elettromagnetico che consentono eventualmente di individuare ed elaborare anche interventi atti a sanare le criticità maggiori, per un totale nel 2023 di **603 verifiche con misurazioni, 540 predisposizioni Documento Valutazione Rischi impianti**, di cui **344 aggiornamenti**.

Per quanto riguarda gli eventuali rischi in cui potrebbero incorrere i lavoratori addetti alle postazioni, si rileva l'assenza di tali fattispecie, in quanto i livelli elettromagnetici riscontrati rientrano totalmente nei limiti prescritti dalla normativa.

In ogni caso, al fine di ridurre ulteriormente tale rischio, durante le attività di lavoro in quota sul traliccio/palo, viene ridotta la potenza degli impianti trasmettenti portando quindi al minimo l'esposizione dei lavoratori ai campi elettromagnetici.

7.4 GESTIONE DEI RIFIUTI

Il Gruppo MFE, ivi incluse le Società partecipate estere, al fine di minimizzare il proprio impatto sul territorio, monitora costantemente i propri consumi di materie prime ed i rifiuti prodotti dalle proprie attività.

Nelle attività del Gruppo vengono prodotti rifiuti che prevalentemente appartengono alla sua attività specifica, come imballaggi in materiali misti, toner, apparecchiature elettriche ed elettroniche e rifiuti ingombranti (ad es. scenografie), e rifiuti pericolosi che sono composti da materiali che derivano dalle attività di manutenzione ordinaria (ad es. neon e batterie). Si segnala infine la possibile produzione di rifiuti pericolosi a causa del servizio di infermeria.

TIPOLOGIA DI RIFIUTO (Tonnellate)	2023	2022
Rifiuti Ingombranti	332	483
Imballaggi in Materiali Misti	493	424
Plastica	6	17
Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13	129	134
Imballaggi In Carta e Cartone	61	69
Altro (Pericolosi)	9	5
Altro (Non Pericolosi)	141	125
Totale	1.171	1.256

Tutti i rifiuti prodotti vengono gestiti in ottemperanza alle vigenti normative italiane in campo ambientale, ed il processo di raccolta viene gestito per mezzo di appositi contenitori omologati per singola specificità di rifiuto.

Il Gruppo MFE adotta attività di controllo anche rispetto alla gestione amministrativa dei rifiuti, attraverso la **supervisione del processo di trasporto e smaltimento**, coordinandosi con le società fornitrici in ottemperanza a quelli che sono i termini previsti dalla legge.

La verifica delle autorizzazioni e della gestione amministrativa dei rifiuti ai sensi di legge per le sedi italiane è espletata attraverso una società terza di consulenza specialistica che effettua, oltre alle attività di audit sulla gestione dei rifiuti, anche la compilazione dei registri obbligatori.

Si segnala inoltre che, all'interno dell'azienda, è da sempre presente la **raccolta differenziata dei rifiuti urbani**.

Nel corso del 2023 il Gruppo ha prodotto circa 1.171 tonnellate di rifiuti, in riduzione rispetto al 2022 in correlazione con la composizione tecnologica dei set cinematografici. In particolare, i rifiuti pericolosi costituiscono una parte minima (circa il 2% del totale dei rifiuti prodotti), gestiti secondo protocollo ADR (Accord Dangereuses Route).

Si evidenzia che nel corso del 2023 nelle aree break aziendali sono stati eliminati i bicchieri e gli accessori in plastica sostituendoli con paritetici articoli ecosostenibili. Il progetto di riduzione della plastica prevede ulteriori fasi nei prossimi anni.

RIFIUTI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA E METODO DI SMALTIMENTO (TONNELLATE) DEL GRUPPO MFE

	2023			2022		
	Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
Riciclo	18	30	49	7	47	54
Compostaggio	-	-	-	-	-	-
Recupero[*]	8	1.114	1.121	4	1.195	1.199
Discarica[**]	-	-	-	-	3	3
Altro	-	-	-	-	-	-
Totale	26	1.144	1.171	11	1.244	1.256

[*] Incluso il recupero attraverso produzione di energia R-13 – R-5.

[**] Deposito preliminare prima di una delle operazioni di cui ai punti da D1 a D14 (escluso il deposito temporaneo, prima della raccolta, nel luogo in cui sono prodotti)

Il **Gruppo MFE in Spagna** monitora il consumo di carta, cd e toner di tutte le proprie sedi. Tale monitoraggio riguarda in particolare le sedi di Fuencarral e Villaviciosa di Madrid, dove sono concentrate tutte le attività relative alla produzione audiovisiva nonché circa il 94% della forza lavoro.

Nel 2023 tutti i rifiuti generati dal Gruppo MFE in Spagna, sono stati gestiti in modo adeguato, privilegiando l'attività di riciclaggio secondo i dettami della normativa nazionale.

Nel corso del 2023 MFE Spagna ha proseguito l'attività di eliminazione dei rifiuti plastici non biodegradabili presenti nella sala mensa e nel Bar attiguo continuando ad operare la raccolta differenziata, così come nel resto dell'azienda.

Sempre in conformità alla normativa che regola i rifiuti pericolosi e non pericolosi, il Gruppo si è affidato, per la gestione degli stessi, ad una società terza specializzata.

I rifiuti delle apparecchiature elettriche ed elettroniche vengono gestiti dagli addetti del magazzino tecnico, mentre i rifiuti organici che vengono prodotti dalla mensa, sono raccolti e separati, in base alla tipologia di materiale, dal personale della stessa.

Tra i rifiuti pericolosi si annoverano batterie, tubi fluorescenti e materiale per stampanti.

7.5 GESTIONE DEI CONSUMI ENERGETICI ED EMISSIONI

Le principali fonti energetiche utilizzate dal Gruppo MFE, sia in Italia che in Spagna e nelle altre partecipate estere, per lo svolgimento delle proprie attività si suddividono in quattro tipologie: energia elettrica, gas naturale, gasolio e benzina.

La quota percentuale più consistente dei consumi energetici è dovuta all'**energia elettrica**, utilizzata principalmente per l'alimentazione ed il funzionamento delle sedi, degli studi e delle postazioni radio, ivi compresi server, data center e tecnologie per la continuità delle apparecchiature tecniche, nonché climatizzazione e illuminazione degli stabilimenti del Gruppo.

Nel corso del 2023 sono stati consumati complessivamente circa 283 TJ di energia elettrica, circa il 9% in meno rispetto al 2022. Le emissioni di energia elettrica e gas 2023, in riduzione rispetto al 2022, evidenziano i risultati delle azioni di razionalizzazione dei consumi messe in atto principalmente sul network delle radio e sugli edifici aziendali. Inoltre, parte di queste riduzioni sono riconducibili a stagioni climatiche di maggior favore.

In Spagna, così come in Italia, i consumi sono dovuti principalmente all'equipaggiamento tecnico degli studi, comprese le apparecchiature di registrazione, trasmissione e post-produzione, nonché le apparecchiature informatiche e l'aria condizionata delle sale computer.

Nel corso del 2023, relativamente ai consumi sopra descritti, è continuata l'attività volta a raggiungere una maggiore efficienza soprattutto attraverso la sostituzione delle apparecchiature energeticamente inefficienti.

In particolare:

- ▣ sostituzione delle luci ad alto consumo con parchi luci a led maggiormente efficienti per gli studi televisivi;
- ▣ sostituzione computers e parco stampanti obsolete privilegiando nuovi modelli a minor impatto ambientale;
- ▣ installazione di nuovi pannelli solari sugli edifici.

Un progetto di realizzazione di **impianti fotovoltaici** per auto-produzione è stato avviato anche in Italia nella sede principale del Gruppo a **Cologno Monzese**, che inizierà a produrre energia entro la fine del 2024.

Il consumo di combustibile (benzina e gasolio) del Gruppo MFE, nel 2023, ammonta a 25 TJ, principalmente attribuibile al parco macchine aziendale e ad alcuni gruppi elettrogeni. La flotta aziendale del Gruppo MFE in Italia è composta da autovetture in noleggio a lungo termine e un parco auto di proprietà specifico in Spagna.

Il Gas naturale è utilizzato per il riscaldamento di alcuni uffici, aree produttive e studi laboratori e magazzini e rappresenta l'8,3% del totale dell'energia consumata.

Al fine di ridurre al massimo le emissioni e sensibilizzare i propri dipendenti, il Gruppo MFE in Italia e Spagna offre al proprio personale un **servizio navetta** che collega le strutture dell'azienda con stazioni della metropolitana, in un ampio intervallo di ore, al fine di incoraggiare un maggiore uso dei mezzi di trasporto collettivi.

Per quanto attiene le iniziative sul parco auto, in Italia prosegue l'impegno del Gruppo per la sostenibilità della flotta attraverso la progressiva sostituzione di mezzi endotermici con nuove auto elettrificate (ibride plug-in o full electric) e la realizzazione di infrastrutture di ricarica nelle sedi.

A questo proposito evidenziamo che il parco vetture detenuto dal Gruppo MFE in Spagna comprende 1 minibus per il trasporto dei dipendenti ed un parco auto di vetture a noleggio a lungo termine, ad esclusivo utilizzo dei dirigenti del gruppo, composto da 21 autovetture diesel, 13 a benzina e 21 ibride.

CONSUMI ENERGETICI INTERNI AL GRUPPO PER FONTE (TJ)*]

	2023	2022
Energia Elettrica acquistata	283	311
Gas Naturale	28	30
Gasolio	21	23
Benzina	4	4
Totale	336	368

[*] Fonte: Potere Calorifico Inferiore del gas naturale pari a 0,034 GJ/m³, Potere Calorifico Inferiore del gasolio pari a 42,85 GJ/ton, densità media del gasolio 0,84 kg/litro, Potere Calorifico Inferiore della benzina pari a 43,13 GJ/ton, densità media della benzina 0,74 kg/litro (Fonti: NIR: Italian Greenhouse Gas Inventory 1990-2017 - National Inventory Report 2022).

EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA (TON DI CO₂) DEL GRUPPO[*]

	2023	2022
Scope 1[*]	3.743	3.824
Scope 2[**] - Location-based	24.183	26.398
Scope 2[**] - Market-based	1,39	0,59

[*] Le emissioni dello Scope 1 sono espresse in tonnellate di CO₂ equivalenti. Le emissioni dello Scope 2 sono espresse in tonnellate di CO₂, tuttavia la percentuale di metano e protossido di azoto ha un effetto trascurabile sulle emissioni totali di gas serra (CO₂equivalenti) come desumibile dalla letteratura tecnica di riferimento.

Per fornire una rappresentazione più significativa delle emissioni Scope 1 del Gruppo MFE, nel corso dell'anno è stata aggiornata la fonte dei coefficienti di emissione utilizzati per il calcolo. Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2022, pubblicato nella sezione "Sostenibilità" del sito mfemediaforeurope.com.

[**] Dati 2023: Coefficiente di emissione del gas naturale pari a 2,03839 kgCO₂e/Sm³, coefficiente di emissione del gasolio pari a 2,51206kgCO₂e/l, coefficiente di emissione della benzina pari a 2,09747 kgCO₂e/l (fonte: DEFRA 2023. UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting).

Dati 2022: Coefficiente di emissione del gas naturale pari a 2,01574 kgCO₂e/Sm³, coefficiente di emissione del gasolio pari a 2,55784 kgCO₂e/l, coefficiente di emissione della benzina pari a 2,16185 kgCO₂e/l (fonte: DEFRA 2022. UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting).

Durante il 2023, le attività del Gruppo MFE hanno generato emissioni di gas a effetto serra dovute ai consumi energetici diretti (gas naturale, gasolio e benzina) e indiretti (energia elettrica) del Gruppo stesso. In particolare, una quota maggiore di emissioni di gas a effetto serra è rappresentata dalle Emissioni di **Scope 2**, per le quali MFE è indirettamente responsabile, poiché derivanti dalla fornitura elettrica acquistata dall'esterno. Si segnala

tuttavia l'apporto nullo del Gruppo a questa tipologia di emissioni (approccio Market-based), in quanto la fornitura elettrica del Gruppo è coperta da certificati di Garanzia d'Origine ossia proveniente da fonti rinnovabili.

Lo standard di rendicontazione utilizzato (GRI Sustainability Reporting Standards 2016) prevede due diversi approcci di calcolo delle emissioni di Scope 2: "Location-based" e "Market-based". L'approccio "Location-based" prevede l'utilizzo di un fattore di emissione medio nazionale relativo allo specifico mix energetico nazionale per la produzione di energia elettrica (coefficiente di emissione utilizzato per l'Italia pari a 315 gCO₂/kWh, per la Francia pari a 56 gCO₂/kWh - Fonte: Terna, Confronti Internazionali 2023). L'approccio "Market-based" prevede l'utilizzo di un fattore di emissione definito su base contrattuale con il fornitore di energia elettrica. Vista l'assenza di specifici accordi contrattuali tra le società del Gruppo MFE in Francia ed il fornitore di energia elettrica (ad es. acquisto di Garanzie di Origine), per questo approccio è stato utilizzato il fattore di emissione relativo al "residual mix" nazionale (coefficiente di emissione utilizzato pari a 125 gCO₂/kWh - Fonte: Association of Issuing Bodies, European Residual Mixes 2021, 2022).

Le Emissioni dirette di **Scope 1** sono pari a circa 3.743 tCO₂eq, generate direttamente all'interno del Gruppo per l'utilizzo di combustibili per il riscaldamento dei locali, i gruppi elettrogeni e la flotta auto.

Dal 2023 in Italia le emissioni vengono monitorate e rendicontate secondo gli **standard GHG Protocol**, la cui conformità viene validata da un ente certificatore terzo.

Nell'ambito della gestione sostenibile delle emissioni di gas a effetto serra, si segnala che il **Gruppo MFE in Spagna** identifica, misura e gestisce le proprie emissioni e stabilisce misure idonee per la loro riduzione. Oltre a quantificare le emissioni generate, l'azienda rende pubbliche tali informazioni, dimostrando il suo grado di consapevolezza e trasparenza in questo settore. Riflette questo impegno alla trasparenza la partecipazione del Gruppo MFE in Spagna, dal 2009, all'iniziativa **Carbon Disclosure Project (CDP)**, tramite la quale il Gruppo si impegna a rendere pubblici i propri obiettivi nonché le metodologie implementate al fine di ridurre le emissioni di gas serra.

WAF

MEDIAFOREUROPE

GRI CONTENT INDEX

DICHIARAZIONE D'USO	MFE ha riportato in conformità con gli standard GRI per il periodo 01/01/23 – 31/12/23.
GRI 1	GRI 1: Foundation 2021
GRI SECTOR STANDARD(S) APPLICATI	[N.A.]

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMESSO	RAGIONE	MOTIVAZIONE	
INFORMATIVE GENERALI						
GRI 2: Informative generali 2021	2-1 Dettagli organizzativi	10;46				
	2-2 Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	6-7				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	6-7				
	2-4 Revisione delle informazioni	6-7; 200				
	2-5 Assurance esterna	218-221				
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	6-7 10-19; 41-44; 78;156-169				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMESSO	RAGIONE	MOTIVAZIONE	
	2-7 Dipendenti	78-104				
	2-8 Lavoratori non dipendenti	78-104				
	2-9 Struttura e composizione della Governance	46-48				
	2-10 Nomina e selezione del massimo organo di governo	Corporate Governance Report, Board of Directors Nomination and composition (Annual Report)				
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Corporate Governance Report, Board of Directors Nomination and composition (Annual Report)				
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	6-7; 29-35; 47-48; 56-61				
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	6-7; 29-35; 47-48; 56-61				
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2-7; 47-48				
	2-15 Conflitti d'interesse	Corporate Governance Report, Board of Directors Nomination and composition (Annual Report)				
	2-16 Comunicazione delle criticità	48-65				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMESSO	RAGIONE	MOTIVAZIONE	
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Corporate Governance Report, Board of Directors Nomination and composition (Annual Report)				
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	Remuneration Policy, (Annual Report); Remuneration Report (Annual Report)				
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	88; Remuneration Policy, (Annual Report); Remuneration Report (Annual Report)				
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	88; Remuneration Policy, (Annual Report); Remuneration Report (Annual Report)				
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	88				
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	2-4; 26-29				
	2-23 Policy commitments	56-61; 70-72; 94; 184-189				
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di Policy	6-7; 19-20; 48-65; 70-72; 184-189				
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	25-37; 48-56; 70-72				
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	50-65; Corporate Governance Report, (Annual Report)				
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso del 2023 non si sono riscontrati casi significati di non conformità a leggi e regolamenti.				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
	2-28 Appartenenza ad associazioni	51-52				
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	29-37; 43-44; 150-153				
	2-30 Contratti collettivi	100-101				
TEMI MATERIALI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	25-37				
	3-2 Elenco di temi materiali	25-37				
PERFORMANCE ECONOMICA						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 40-42; 66-75				
GRI 201: Performance economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	40-42				
	201-4 Supporto finanziario ricevuto dalla Pubblica Amministrazione	66-69				
IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 167-182				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-2 Impatti economici indiretti significativi	156; 167-182				
PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 156-166				
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento 2016	204-1 Spesa concentrate sui fornitori locali	156				
ANTI-CORRUZIONE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 48-52; 70-72; 94				
GRI 205: Anti-corruzione 2016	205-3 Incidenti confermati di corruzione ed azioni intraprese	Nel corso del 2023 non sono stati registrati casi di azioni legali subite o incidenti confermati di corruzione.				
COMPORAMENTO ANTI-COMPETITIVO						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	19; 29-37; 48-56; 70-72				
GRI 206: Comportamento Anti-competitivo 2016	206-1 Azioni legali per comportamenti anti-competitivi, anti-trust, e pratiche monopolistiche	Nel corso del 2023 non stati registrati casi di comportamento anti-competitivo, pratiche monopolistiche e violazione della legge antitrust.				
IMPOSTE						

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 72-75				
GRI 207: Imposte 2019	207-1 Approccio alla fiscalità	72-75				
	207-2 governance fiscal, controllo e gestione del rischio	72-75				
	207-3 Coinvolgimento degli stakeholder e gestione delle preoccupazioni in materia fiscale	72-75				
	207-4 Rendicontazione Paese per Paese	74				
ENERGIA						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 184; 199-201				
GRI 302: Energia 2016	302-1 Energia consumata all'interno dell'Organizzazione	200				
EMISSIONI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 184; 199-201				
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni GHG dirette (Scope 1)	200				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
	305-2 Emissioni GHG indirette (Scope 2)	200				
WASTE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 184; 197-198;				
GRI 306: Waste 2020	306-3 Rifiuti Generati	197-198				
OCCUPAZIONE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	78-79; 81-87				
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuovi dipendenti assunti e turnover	84-87				
	401-2 Benefit previsti per lavoratori a tempo indeterminato, ma non per i lavoratori part-time o a tempo determinato	88; 98-99				
RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 99-101				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
GRI 402: Rapporti di lavoro/gestione 2016	402-1 Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi	157				
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 102-104				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	102-104				
	403-2 Identificazione del pericolo, misurazione del rischio, indagine sugli incidenti	102-104				
	403-3 Servizi di salute e sicurezza sul lavoro	102-104				
	403-4 Partecipazione dei lavoratori, consultazione e comunicazione sulla salute e sicurezza sul lavoro	102-104				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza professionale	91-92; 102-104				
	403-6 Promozione della salute lavorativa	102-104				
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti diretti sulla salute e sicurezza sul lavoro collegati alle relazioni commerciali	102-104				
	403-8 Lavoratori coperti dal sistema di gestione di salute e sicurezza sul lavoro collegati alle relazioni commerciali	102-104				
	403-9 Infortuni sul lavoro	102-104				
	403-10 Malattie professionali	102-104				
FORMAZIONE E ISTRUZIONE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 88-95				
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annue per dipendente	93				
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ						

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 79-80				
GRI 405: Diversità e pari opportunità 2016	405-1 Diversità nel corpo di governo e nella composizione dell'organico	47; 79-80				
NON DISCRIMINAZIONE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 50-51; 80				
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Indicenti di discriminazione e azioni correttive intraprese	Nel corso del 2023 si sono verificati due casi di discriminazione, con riferimento ai quali la società, dopo accurate indagini, ha assunto gli opportuni provvedimenti disciplinari				
LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 100-101; 157-158				
GRI 407: Libertà di associazione e contrattazione collettiva 2016	407-1 Operations e fornitori in cui il diritto di esercitare la libertà di associazione e contrattazione collettiva può essere considerato a rischio e misure adottate	Durante l'anno 2023 non sono state identificate attività e fornitori per i quali si è registrata una limitazione del diritto di esercitare la libertà di associazione e contrattazione collettiva.				
MARKETING ED ETICHETTATURA						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 142-145				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2 Casi di non conformità riguardanti informazioni sui prodotti e sui servizi e l'etichettatura	142-145				
	417-3 Casi di non conformità riguardanti la comunicazione marketing	142-145				
PRIVACY DEL CLIENTE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 61-65				
GRI 418: Privacy del cliente 2016	418-1 Reclami documentati relative a violazioni della privacy e perdite di dati del cliente	Nel corso del 2023 il Garante per la Protezione dei Dati Personali ha avviato 6 procedimenti a seguito di reclami. Inoltre, sono stati gestiti 2 incidenti che hanno coinvolto dati personali, con livelli di gravità "basso/trascurabile".				
EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 194-196				
LIBERTÀ DI ESPRESSIONE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 106-149				
PROPRIETÀ INTELLETTUALE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 148-149				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
CREAZIONE DEI CONTENUTI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	20-24; 29-37; 106-149				
DIFFUSIONE DEI CONTENUTI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 106-153				
AUDIENCE INTERACTION						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 150-153				
CORPORATE GOVERNANCE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 46-48				

WAF

MEDIAFOREUROPE

**RELAZIONE
DELLA
SOCIETÀ DI
REVISIONE**

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SUL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ

Al Consiglio di Amministrazione di MFE - MEDIAFOREUROPE N.V.

Siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato (*"limited assurance engagement"*) del Bilancio di Sostenibilità di MFE – MEDIAFOREUROPE N.V. e sue controllate (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023.

L'esame limitato da noi svolto non si estende alle informazioni contenute nel paragrafo "Tassonomia UE" riportato volontariamente nel Bilancio di Sostenibilità sulla base delle richieste del Regolamento europeo 2020/852.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio di Sostenibilità

Gli Amministratori di MFE - MEDIAFOREUROPE N.V. sono responsabili per la redazione del Bilancio di Sostenibilità in conformità ai *"Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards"* definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* (*"GRI Standards"*), come descritto nella sezione *"Nota metodologica"* del Bilancio di Sostenibilità.

Gli Amministratori sono altresì responsabili per quella parte del controllo interno da essi ritenuta necessaria al fine di consentire la redazione di un Bilancio di Sostenibilità che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo in relazione alla performance di sostenibilità, nonché per l'identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Siamo indipendenti in conformità ai principi in materia di etica e di indipendenza dell'*International Code of Ethics for Professional Accountants (including International Independence Standards)* (IESBA Code) emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Management 1* in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive e procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità rispetto a quanto richiesto dai GRI Standards. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel *“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 di *limited assurance*. Tale principio richiede la pianificazione e lo svolgimento di procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che il Bilancio di Sostenibilità 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 sul Bilancio di Sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio di Sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all’acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti procedure:

1. analisi delle ragioni della compresenza della DNF (Dichiarazione consolidata di carattere Non Finanziario) prevista ai sensi della normativa olandese (*Besluit bekendmaking niet-financiële informatie*) in recepimento alla Direttiva 2014/95/UE e del Bilancio di Sostenibilità e dei profili che differenziano i due documenti;
2. analisi del processo di definizione dei temi rilevanti rendicontati nel Bilancio di Sostenibilità, con riferimento alle modalità di identificazione in termini di loro priorità per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
3. comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel Bilancio di Sostenibilità e i dati e le informazioni incluse nel bilancio consolidato del Gruppo;
4. comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative significative incluse nel Bilancio di Sostenibilità.

In particolare, abbiamo svolto interviste e discussioni con il personale della Direzione di R.T.I S.p.A., Publitalia ’80 S.p.A., Digitalia ’08 S.r.l., Monradio S.r.l., Radio Subasio S.r.l., Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación S.A.U. 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 del Bilancio di Sostenibilità.

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

- a livello di Gruppo:
 - a) con riferimento alle informazioni qualitative contenute nel Bilancio di Sostenibilità abbiamo effettuato interviste e acquisito documentazione di supporto per verificarne la coerenza con le evidenze disponibili;
 - b) con riferimento alle informazioni quantitative, abbiamo svolto sia procedure analitiche che limitate verifiche per accertare su base campionaria la corretta aggregazione dei dati.
- per le seguenti società, R.T.I. S.p.A., Grupo Audiovisual Mediaset España Comunicación S.A.U. 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 su base campionaria 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 il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo relativo all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2023 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità a quanto richiesto dai GRI Standards come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio di Sostenibilità.

Le nostre conclusioni sul Bilancio di Sostenibilità del Gruppo non si estendono alle informazioni contenute nel paragrafo "Tassonomia UE" dello stesso, sulla base delle richieste del Regolamento europeo 2020/852.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

Firmato da
Stefano Marnati
Socio

Milano, 17 aprile 2024

Questa relazione è stata tradotta in lingua italiana a beneficio dei lettori italiani.