



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2022

Indice

Lettera agli Stakeholder	1
Nota metodologica	5
1 - Il Gruppo MFE.....	9
1.1 Profilo e attività	10
1.2 La Storia.....	13
1.3 I Valori del Gruppo MFE.....	20
1.4 Guardando al futuro: MFE per le nuove generazioni.....	21
1.5 Il Gruppo MFE, il contesto di riferimento e la sostenibilità.....	26
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	54
3.4 La protezione e tutela dei dati.....	60
3.5 I rapporti con la Pubblica Amministrazione.....	64
3.6 Compliance Fiscale	72
4 - Le Persone	77
4.1 Le persone del Gruppo MFE.....	78
4.2 Gestione Emergenza Covid.....	79
4.3 Diversità e pari opportunità	80
4.4 Gestione, attrazione e sviluppo delle persone	82
4.5 Welfare e well-being.....	95

4.6	Relazioni sindacali	98
4.7	Salute e sicurezza dei lavoratori	100
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	141
5.4	La tutela dei minori.....	144
5.5	La tutela della proprietà intellettuale.....	147
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
6.3	Iniziative di utilità sociale	177
7	L'ambiente.....	185
7.1	L'impegno per la tutela dell'ambiente	186
7.2	Tassonomia UE.....	186
7.3	Gestione delle emissioni elettromagnetiche	195
7.4	Gestione dei rifiuti	198
7.5	Gestione dei consumi energetici ed emissioni	200
GRI Content Index	203	
Relazione della Società di Revisione	219	



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Signori Stakeholder,

nel corso dell'esercizio, in un contesto generale finalmente in ripresa post pandemia è intervenuta la gravissima crisi geo-politica internazionale innescata dall'intervento russo in Ucraina. Tale crisi, oltre all'emergenza umanitaria, ha ulteriormente rallentato la fase di lento riavvio del ciclo economico, provocando eccezionali rincari dei prezzi delle materie prime energetiche e un forte rialzo dell'inflazione. Tale scenario ha progressivamente determinato anche una contrazione del mercato pubblicitario che tuttavia si è riflessa in termini contenuti sulla raccolta pubblicitaria del Gruppo.

Nonostante il contesto, MFE ha continuato a perseguire con determinazione le linee di indirizzo strategico focalizzate sul presidio e il rafforzamento del modello di editore di tv commerciale. Un modello che evolve verso il digitale sia in Italia che in Spagna e sullo sviluppo paneuropeo con l'obiettivo di raggiungere dimensioni adeguate per competere nel nuovo scenario di concorrenza globale.

In tale ottica è stato avviato il processo di integrazione con la controllata spagnola Mediaset España, portando attraverso l'OPAS promossa a marzo 2022 la propria quota di partecipazione all'82,92%, processo che si completerà nella prima parte dell'esercizio in corso con il perfezionamento della fusione tra MFE e Mediaset España e con il consolidamento ulteriore del ruolo di principale azionista in ProSiebenSat1 Media SE.

Il Gruppo nel 2022 ha anche migliorato le proprie quote sul mercato pubblicitario grazie alla propria rafforzata leadership televisiva sul target commerciale e registrato una forte reattività gestionale sul fronte del contenimento dei costi nonostante i rincari delle componenti energetiche che hanno caratterizzato soprattutto la parte centrale dell'anno.

Sempre nel 2022 è divenuta pienamente operativa la strategia di sostenibilità di MFE, basata sulle **linee di indirizzo** definite 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.

Su questi obiettivi sono stati avviati nel 2022 e individuati per il 2023 precise linee di azione.

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 con particolare riferimento alla riqualificazione "green" della flotta dei veicoli in dotazione al personal. Nel 2022 a tal fine è stata completata l'elettrificazione dei parcheggi della sede di Cologno Monzese, funzionale alla conversione della flotta aziendale verso modelli ibridi o Full Electric.

Con riferimento alla propria **offerta editoriale** e quindi al proprio impatto **sociale**, MFE intensifica il proprio ruolo nella diffusione della cultura della sostenibilità nel Paese per aumentare sempre più la sensibilità del pubblico sulle tematiche ESG attraverso i contenuti distribuiti su tutte le piattaforme a disposizione.

A tal fine MFE è impegnata in prima linea nella sfida internazionale contro la disinformazione e le fake news, un fattore ormai distintivo sia dei nostri contenuti di informazione sia della comunicazione sociale denominata “Mediaset ha a cuore il futuro”.

In concreto, sono anche stati strutturati processi di mappatura per identificare i programmi a tema ESG dell’offerta televisiva, digital e radio. Anche nella rendicontazione di quest’anno diamo quindi spazio ai contenuti che all’interno della programmazione di Mediaset e Mediaset España risultano correlabili agli obiettivi di sviluppo sostenibile dell’Agenda ONU 2030.

Nel 2022 si sono moltiplicate inoltre le iniziative e i progetti sostenuti da Mediafriends per fronteggiare l’emergenza umanitaria legata alla guerra in Ucraina, sia attraverso campagne di raccolta fondi sia attraverso iniziative focalizzate sul territorio che hanno valso a Mediaset una menzione speciale da parte della Regione Lombardia per il Progetto ComHousing con Fondazione Arché.

E anche quest’anno al centro del Bilancio di Sostenibilità poniamo grande attenzione alle **persone**, il fattore 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 per assicurare le migliori condizioni in termini di salute, sicurezza, welfare e benessere. 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 nel 2022 sono stati proposti ai dipendenti percorsi di formazione, laboratori, servizi innovativi di wellbeing e diverse iniziative di comunicazione interna tra cui i cicli “Dialoghi sulla Sostenibilità” e “Diversità ed Inclusione” con l’obiettivo di diffondere, stimolare e promuovere ulteriormente una cultura sostenibile.

E’ stato anche avviato un percorso 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.

Tutti ciò dotandosi di un **sistema di indirizzo e controllo** delle iniziative ESG e di meccanismi che orientino l’azione manageriale, attraverso l’introduzione di obiettivi ESG fra i parametri dei sistemi di incentivazione.

In sintesi, il 2022 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 ancor 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



IMFE
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 2022 (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 l’attenzione verso iniziative di **sviluppo in ambito Risorse Umane** (formazione, pari opportunità, welfare, salute e sicurezza), il monitoraggio dell’**offerta editoriale** complessiva, anche in relazione ad una maggiore sensibilità degli utenti finali e investitori pubblicitari alle tematiche ESG ed il consolidamento di progetti e di iniziative finalizzate all’ottimizzazione dei consumi ed alla riduzione delle emissioni dirette.

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, 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 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 2021.

Inoltre, per una corretta rappresentazione delle attività del Gruppo, sono altresì incluse informazioni relative ad **azioni intraprese negli anni precedenti** che trovano applicazione nelle politiche attualmente praticate dal Gruppo.

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 18 aprile 2023.

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.

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 2022 del bilancio consolidato al 31 Dicembre 2022 del Gruppo MFE.

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:

corporateaffairs@mfediaforeurope.eu

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



MFE
MEDIAFOREUROPE

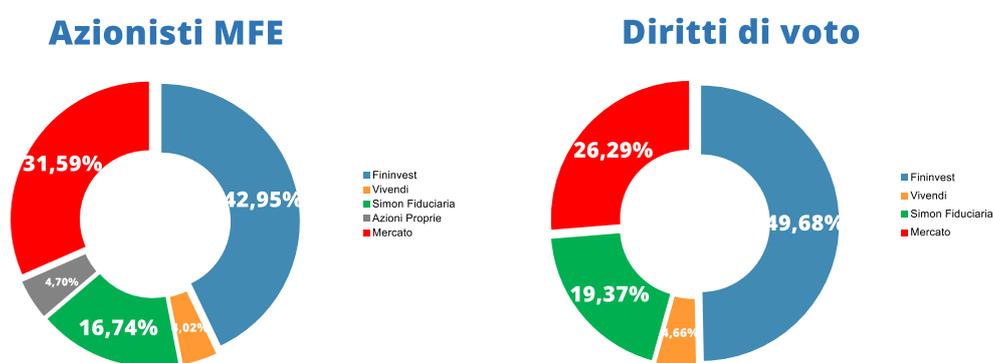
**1 - IL GRUPPO
MFE**

1.1 PROFILO E ATTIVITÀ

L'ASSETTO AZIONARIO

MFE - MEDIAFOREUROPE N.V², 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 2022³ l'azionariato del Gruppo è così composto:



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.

LE ATTIVITÀ DEL GRUPPO MFE

In Italia il Gruppo MFE opera nel settore di attività denominato **attività televisive integrate** che comprendono il **broadcasting di TV commerciale** con tre delle maggiori reti generaliste italiane ed un esteso portafoglio di **canali tematici** gratuiti ed a pagamento, sia in modalità lineare, che non lineare e OTTV, con un'ampia gamma di contenuti anche esclusivi dedicati a cinema, serie TV, documentari e canali bambini. Nel corso dell'ultimo triennio Mediaset ha costituito anche un comparto di **attività radiofoniche** che riunisce alcune tra le maggiori emittenti nazionali.

Il Gruppo si avvale delle competenze sviluppate dalle controllate Medusa e Taodue, nella **distribuzione cinematografica** e nella **produzione di film e fiction televisive**, integrando anche l'attività di **acquisizione, da terzi, di contenuti sportivi, cinematografici e seriali**.



Inoltre, al fine di presidiare in ottica cross-mediale i mercati di riferimento, sono state implementate le **attività web**, orientate al video free online a vocazione televisiva con capacità di alimentazione e lancio di prodotti originali ed all'offerta di video-streaming a pagamento in modalità on demand.

Da un punto di vista commerciale il Gruppo MFE, inoltre, 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 sulla piattaforma distributiva Pay.

Le concessioni pubblicitarie estere sono inoltre gestite attraverso la controllata **Publieurope**.

Il Gruppo, infine, partecipa con Mondadori alla joint-venture **Mediamond**, concessionaria dedicata alla raccolta pubblicitaria sui mezzi Internet e radio del Gruppo MFE e sui siti delle testate del Gruppo Mondadori nonché di editori terzi.

In **Spagna** MFE è il principale azionista di Mediaset España con una quota al 31 dicembre 2022 del 82,92%. Mediaset España è l'operatore leader nella televisione commerciale spagnola con due dei principali canali generalisti (Telecinco e Cuatro) e un'offerta di canali tematici gratuiti.

La società è quotata nelle borse di Madrid, Barcellona, Bilbao e Valencia ed è stata inserita dal 3 gennaio 2005 nell'Ibex 35, l'indice delle maggiori trentacinque società spagnole per capitalizzazione e volumi medi trattati. A partire dal 22 giugno 2020 a seguito del venir meno dei requisiti di ammissione, principalmente a causa dell'impatto sulla capitalizzazione intervenuta nella fase più acuta della pandemia, il titolo è uscito dall'Ibex 35 ed è stato ammesso nell'indice IBEX Medium Cap.

MFE è inoltre il principale azionista del broadcaster tedesco ProSiebenSat.1 Media SE con una quota aggregata al 31 dicembre 2022 pari al 25,01% del capitale (25,74% dei diritti di voto).

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 Debuttera 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 Cyrt 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 le performance della precedente pellicola in termini di presenze ed incassi al box office.

2013 Il 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 El 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 El 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 ProSiebenSat.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 Espana** 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.

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.

Nel corso del 2019 è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione di Mediaset S.p.A. e dalle altre società italiane facenti parte del medesimo Gruppo l'attuale versione del Codice Etico.

Nel settembre del 2021 anche la *holding* di diritto olandese MFE-Mediaforeurope N.V. si è dotata di un proprio "*Code of Ethics*".

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 appartenenza⁴.

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. . L'azienda, infatti,

⁴In questo senso in Spagna Mediaset España Comunicación S.A. si è dotata di un proprio "*Código Etico*", ispirato a quella della Capogruppo, la cui ultima versione è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione il 24 luglio 2019.

si è dotata di rigorose politiche e procedure per la prevenzione dei reati di corruzione, con particolare riferimento in Italia ai Programmi di Compliance ex D.Lgs. 231/01.

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 GUARDANDO AL FUTURO: MFE PER LE NUOVE GENERAZIONI

Anche per il 2022, MFE rimane punto di riferimento importante per i giovani nel panorama televisivo italiano e questo nonostante uno scenario competitivo sempre più articolato e complesso.

In particolare, rispetto al 2021, si registra un netto miglioramento degli ascolti su questo target specifico. Ciò è da mettere in relazione anche al nuovo rilevamento audience: a partire dal primo maggio 2022 infatti, è stato modificato il rilevamento Auditel scorponando dal Totale ascolto TV il consumo non riconosciuto.

Viene ancora una volta ribadita la **leadership italiana di MFE sul target 15-34 anni** in tutte le fasce orarie: prime time (al 43,0% in crescita di 5.9 punti rispetto all'anno precedente, dieci punti sopra il competitor diretto RAI), day time (al 43,4% +6.1 punti rispetto al 2021 e ben 15 punti sopra RAI) e totale giornata (pure al 43,4% stesso incremento del daytime e 14 punti sopra RAI).

Questo è il risultato frutto di un lavoro di squadra da parte di tutte le reti del Gruppo, sia quelle storiche (32,5% sui 15-34 in Prime Time) che tematiche e profilate (10,5% sul medesimo target e fascia).

Per quanto riguarda le singole reti: **Canale 5** si conferma leader in Italia sui giovani tra i 15 e 34 anni in tutte le fasce: Prime Time (21,0% di share), totale giornata (20,8%) e Day Time (21,1%).

Rilevante come sempre il seguito del pubblico femminile giovane: in Prime Time *Amici di Maria de Filippi* mantiene saldamente il record di share sulle donne giovanissime tra i 15 e i 19 anni (58,6%); numeri molto forti anche sul target 20-24 (47,1%) e 25-34 (49,8%). *C'è Posta per te* rappresenta un altro appuntamento irrinunciabile per il pubblico femminile con picchi sul target delle giovanissime: 43,3% sulle 15-19enni, 44,5% sulle donne 20-24 e 49,3% sulle 25-34enni.

Ottimi dati anche per il *Grande Fratello Vip* (41,4% sulle donne 20-24 anni e 40,0% su quelle 25-34) ed ennesima conferma per il fenomeno mediatico di *Tu si que vales* con il 41,0% di share sulle donne 20-24 anni e 38,3% sulle 25-34enni.

Altri appuntamenti molto seguiti sono *Zelig* (28,9% sulle donne 20-24 e 25-34) e *Paperissima Sprint* (19,7% sulle 15-19enni).

Tra le novità va segnalata *Emigratis* per la prima volta sulla rete ammiraglia con il 28,2% sulle donne 20-24 e il 36% sulle 25-34enni.

Infine, la fiction autoprodotta, un genere sul quale MFE ha focalizzato l'attenzione in questi ultimi anni, con nuovi titoli pensati proprio per il pubblico femminile: *Giustizia per tutti* con Raul Bova al 26,1% sulle donne giovanissime 15-19 e il 23,3% su quelle 20-24; *Viola come il mare* con Can Yaman al 27,6% sulle donne 20-24 anni e il 29,7% su quelle 25-34. Infine, *Fosca Innocenti* con Vanessa Incontrada (23,7% sulle donne 15-19 e 24,6% su quelle 20-24).

In Daytime, irrinunciabili per il target femminile giovane gli appuntamenti con *Verissimo* (29,4% sulle donne 15-19 e quasi il 23% su quelle 20-24) e *Uomini e Donne* al 33,8% sulle donne 15-19 e al 34,6% su quelle 25-34.

In ambito maschile, si rinnova la grande centralità della *Champions League*, l'appuntamento più seguito dai giovanissimi con il 37,4% di share sui 15-19enni e oltre il 35% sugli uomini 25-34. Le partite più importanti hanno toccato come sempre picchi d'ascolto notevoli: *Paris Saint Germain-Juventus* il 52,2% sugli uomini 15-19 e il 55,8% su quelli 20-24; *Inter-Barcellona* rispettivamente il 47,8% e il 37,8% sui medesimi target. In ambito sportivo, il 2022 ha presentato una grande novità volta ad allargare l'offerta sul pubblico maschile giovane: la *Coppa Italia*, in esclusiva in chiaro sulle reti Mediaset. Gli ascolti hanno premiato la scelta con il 41,2% di share sugli uomini 15-19 e il 42,6% sugli uomini 20-24. Tra le partite più seguite, la finale *Inter-Juventus* con picchi al 63,5% sugli uomini 15-19, 62% sugli uomini 20-24 e 63,6% sui 25-34. Quindi *Inter-Milan* (49,2% sugli uomini 15-19 e 50,8% sugli uomini 20-24).

Per quanto riguarda le produzioni, *Zelig* migliora la sua presa sul pubblico maschile raggiungendo il 34,2% sugli uomini 15-19enni (era al 22% nel 2021) e il 35,7% sui 20-24enni. Tra le altre produzioni citiamo: *Emigratis* (33,7% sugli uomini 15-19, 32,7% sugli uomini 25-34), *Il Grande Fratello Vip* (29,5% sugli uomini 25-34), *Striscia la Notizia* (23,2% sul target uomini 15-19 e 23,8% su quello uomini 20-24) e *Paperissima Sprint* (22,7% uomini 15-19).

All'interno del palinsesto infine, un posto importante riguardante la sostenibilità, spetta a *Melaverde*. Il programma è dedicato alle diverse tradizioni enogastronomiche italiane e presenta una spiccata sensibilità ai temi di sostenibilità ambientale: focus su produzioni a km zero rispettose della natura ma anche su attività meno conosciute sempre con ambiti di sostenibilità (nella puntata del 27 giugno 2022 dedicata a Livigno, in Valtellina, si è parlato di 'plogging' particolare attività sportiva che unisce sport e tutela dell'ambiente, una pratica di origine svedese che consiste nel raccogliere i rifiuti che si trovano per strada mentre si fa jogging). Il programma raggiunge il 18,9% sugli uomini 20-24 e il 17,1% sui giovanissimi tra i 15 e i 19 anni.

Italia 1 (all'8,5% di share sui 15-34 in Prime Time e all'8,8% in Day Time) è come sempre il presidio specifico di MFE sul pubblico giovane e terza forza in Italia su questo target. Accanto a storici programmi come *Le Iene* (20,4% di share sugli uomini 25-34 anni) e *Speciale Iene* (al 16,4% sugli uomini 20-24) si affiancano novità come *La Pupa e il secchione* (20,1% sugli uomini 25-34) e *Back to school* (15,3% sugli uomini 20-24). Di grande richiamo la lunga serialità come *N.C.I.S.* al 10,7% sugli uomini 20-24. Anche Italia1 ha beneficiato della *Coppa Italia* con le partite che in Prime Time hanno toccato l'11,5% sugli uomini 20-24.

In Day Time, si conferma il ruolo sempre importante di *Studio Aperto* nel raccontare ai giovani le principali notizie del giorno: l'edizione del pranzo raggiunge il 19% sugli uomini 15-19 e il 26,2% sui 20-24enni. Sempre in questa rete, da segnalare un programma dal forte impegno in ambito sostenibilità, *E-Planet* (6,3% sugli uomini 20-24) con focus specifico su lifestyle green e sguardo sulle ultime novità nel campo della mobilità elettrica.

Forte presidio come sempre è quello dato da *I Simpson* al 18,8% % sugli uomini 20-24 e al 17,9% su quelli 25-34. Nella fascia pomeridiana *N.C.I.S. Los Angeles* raggiunge il 10,4% (uomini 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 3.8 miliardi, in crescita del 2% verso l'anno precedente ed hanno generato 478 milioni di ore di video complessive in crescita del 3% rispetto al 2021 (Fonte Webtrekk).
- ▣ L'audience del polo Informazione ha fatto registrare durante l'anno un'importante crescita raggiungendo complessivamente nel corso del 2022 una Total Audience media giornaliera pari a 3,3 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 2022 circa 14,7 milioni di download, in crescita del 6% rispetto al parco di fine 2021. In quest'ambito, l'App del TGCOM24 ha raggiunto i 3,9 milioni di download complessivi, con un incremento del parco installato del 6% rispetto all'anno prima (dato aggiornato a dicembre 2022); nel solo anno 2022 i download sono stati 226 mila. Il servizio di previsioni meteo (Meteo.it) ha raggiunto 6,9 milioni di download con una crescita del 4%. I download dell'app SportMediaset sono arrivati a 2,6 milioni (+5% rispetto al 2021); nel solo anno 2022 i download sono stati 123 mila. L'App del TG5 ha raggiunto nel 2022 1,5 milioni di download, in crescita del 13%. (Fonte dati: App Annie al 31 dicembre 2022; 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 2022 circa 1,8 milioni di download in crescita del 17% rispetto al parco di fine 2021.

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 **9 milioni** i followers sui profili **Twitter** e **22,5 milioni** di followers sui profili **Instagram**.

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 29,6% nel 2022 attraverso un'offerta editoriale mirata alle nuove generazioni; citiamo a titolo di esempio *La Isla de las tentaciones* (29% di share nel target commerciale), *Secret Story* (12.5% di share nella stessa fascia) o *Got Talent* (13.6% di share) o Eventi musicali come *Mediafest* (10.9%).

In tema di offerta digital sottolineiamo la performance del sito Yasss, (sito web di intrattenimento di riferimento per i *centennials* e i *millennials*) che celebra, attraverso i suoi contenuti, la diversità e l'uguaglianza e raccoglie i migliori e più virali meme oltre a concentrarsi sui profili piu' rilevanti nella musica, nella TV e sugli influencer dei social media. Rispetto allo scorso anno tale mezzo è cresciuto del 34%, raggiungendo una media mensile di 1,6 milioni di utenti unici.

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 2022, è stato ulteriormente esteso l'utilizzo dello Smart Working, già sperimentato con successo nel corso del 2020-2021, a causa della situazione pandemica.

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, inoltre, le attività formative, più rilevanti in Spagna, nel corso del 2022:

- 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 2022 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 "Airalzh", impegnata nella sensibilizzazione contro gli effetti devastanti dell'Alzheimer promuovendo la prevenzione e la ricerca. Nel giugno del 2022 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 2022 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 2022 sono stati raccolti e distribuiti oltre **78 milioni di euro** che hanno consentito a **181 associazioni** di realizzare **302 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 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. 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 (approvata e pubblicata nel 2025) e richiederà da tale data l'emissione di relazione di certificazione limitata da parte della Società di revisione. 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) che saranno emessi dall'European Financial Reporting Advisory Group (EFRAG). L'EFRAG ha pubblicato il Report sulla standardizzazione europea dell'informazione non finanziaria e la relativa roadmap e sottoposto nello scorso mese di Novembre 2022 alla Commissione Europea un primo set di 12 ESRS. La Commissione Europea dovrebbe adottare gli standard definitivi ESRS entro la metà del 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 delle tematiche ambientali sull'azienda. Rispetto a tali evoluzioni normative il Gruppo sta avviando le necessarie attività di gap analysis.

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**, contribuendo agli obiettivi stabiliti dell'Accordo di Parigi sui cambiamenti climatici (COP21).
- 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 pertanto 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 sempre più 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 nelle 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 2022 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 e legati alla sostenibilità, ha progettando e strutturato processi di mappatura per identificare i programmi a tema ESG presenti nell'offerta TV, Digital e Radio e dotarsi di indicatori correlati ai volumi di prodotto e fruizione, adottando un processo di tracciamento e gestione di metadati correlati ai contenuti televisivi.

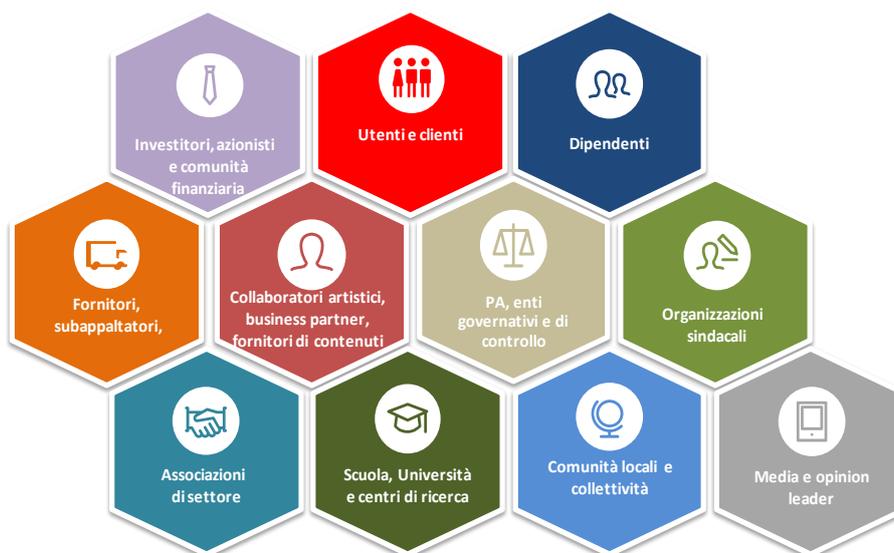
In ambito **Governance** infine sono stati introdotti obiettivi ESG fra i parametri dei sistemi di incentivazione di breve termine dei Dirigenti. Per un'analisi più dettagliata, si rimanda alla Relazione di Remunerazione inclusa all'interno del Bilancio Consolidato 2022.

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 perioda revisione ed aggiornamento.

MAPPA DEGLI STAKEHOLDER



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

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

Nello specifico, al fine della realizzazione della lista di materialità 2022 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 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	
		Aumento del benessere dei dipendenti grazie all'implementazione di benefit, work-life balance e piani di sviluppo carriera			Positivo	
		Miglioramento delle pratiche lavorative attraverso un sistema di welfare adatto alle esigenze dei dipendenti e delle loro famiglie			Positivo	
		Salute e sicurezza sul lavoro				

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
		<i>Formazione e istruzione</i>			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	<i>Diversità e pari opportunità</i>	Dipendenti	Generato dal Gruppo	Discriminazioni nella remunerazione tra uomini e donne	Negativo
		<i>Non discriminazioni</i>			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
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

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
		<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
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>				Negativo

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
					Incidenti ed episodi di corruzione	
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, pluralistiche, imparziali e corrette	Negativo
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

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
					Supporto ad imprese e startup e a programmi di sviluppo ed innovazione	Positivo
Responsabilità ambientale	Gestione dell'impatto ambientale	Energia	Gruppo MFE	Generato e connesso alle attività del Gruppo	Utilizzo di fonti di energia non rinnovabili e rinnovabili	Negativo
		Emissioni			Uso inefficiente delle materie prime e delle risorse idriche sfavorendo l'utilizzo di materiali provenienti da processi di riuso e di riciclo	Negativo
		Rifiuti			Contributo al cambiamento climatico attraverso le emissioni dirette/indirette di gas a effetto serra	Negativo
Responsabilità di prodotto	Protezione della proprietà intellettuale	Proprietà intellettuale	Gruppo MFE	Generato dal Gruppo	Furto e diffusione illecita della proprietà intellettuale con danno alle risorse artistiche	Negativo
Responsabilità ambientale	Emissioni Elettromagnetiche	n/a	Gruppo MFE	Generato e connesso alle attività del Gruppo	Presenza di emissioni elettromagnetiche non ionizzanti superiori al valore di conformità ed attenzione previsti	Negativo
Responsabilità sociale: comunità	Rispetto dei diritti umani	Non discriminazione	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	Privacy del cliente	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

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
		<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	Publicità 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 ottica di responsabilità sociale	Positivo
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

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
		<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
Responsabilità verso i dipendenti	Relazioni sindacali e industriali	<i>Rapporti di lavoro e gestione</i>	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

MACRO TEMATICA	TEMATICA MATERIALE	ASPECT GRI	PERIMETRO DELL'IMPATTO	COINVOLGIMENTO DEL GRUPPO	IMPATTO	NATURA IMPATTO
		<i>Libertà di associazione e contrattazione collettiva</i>				

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:





2 - PERFORMANCE ECONOMICA E RAPPORTI CON GLI INVESTITORI



2.1 DATI ECONOMICO PATRIMONIALI DI SINTESI

	milioni €	2022	%	2021	%
Ricavi Consolidati Netti		2.801,2		2.914,3	
Italia		1.937,7	69%	2.038,4	70%
Spagna		865,3	31%	876,3	30%
Risultato Operativo		280,1		418,0	
Italia		88,5		192,1	
Spagna		192,4		225,3	
Risultato Netto		216,9		374,1	
Capitale Investito Netto		3.766,9		4.099,5	
Patrimonio Netto di Gruppo e di Terzi		2.893,6		3.230,3	
Patrimonio Netto di Gruppo		2.667,9		2.661,8	
Patrimonio Netto di Terzi		225,7		568,5	
Posizione Finanziaria Netta		(873,3)		(869,2)	
Italia		(1.351,2)		(1.135,5)	
Spagna		477,9		266,3	

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	2022		2021	
	Dal Bilancio consolidato (milioni di euro)	% distribuito	Dal Bilancio consolidato (milioni di euro)	% distribuito
Valore economico caratteristico generato dal Gruppo	2.886,7		2.986,2	
Risultato netto attività discontinue				
Valore economico generato dal Gruppo (A)	2.886,7	100%	2.986,2	100%
Valore economico distribuito dal Gruppo (B)	2.650,5		2.643,1	
Remunerazione dei fornitori	1.983,5	69%	1.908,3	64%
Remunerazione del sistema finanziario	57,8	2%	52,8	2%
Remunerazione del personale	478,7	17%	499,0	17%
Remunerazione della comunità	0,9	0%	0,5	0%
Remunerazione della Pubblica Amministrazione	71,4	2%	101,8	3%
Remunerazione azionisti terzi	58,1	2%	80,7	3%
Differenza tra generato e distribuito (A)-(B)	236,2		343,1	
Altre componenti economiche (*)	(19,3)	1%	31,0	1%
Valore aggiunto trattenuto dall'impresa	216,9		374,1	

(*) 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)

	2022 Classe A	2022 Classe B
Prezzo massimo (euro)	0,9 3 00	1,3 4 00
Prezzo minimo (euro)	0,3 29 00	0,4 29 00
Prezzo apertura 1/1 (euro)	0,9	1,3
Prezzo chiusura 31/12 (euro)	0,4	0,6
Volumi medi giornalieri (ml.)	3,1	2,7
Volumi max giornalieri (ml.)	14,4 28 00	8,4 25 00
Volumi min giornalieri (ml.)	0,4 25 00	0,5 20 00
Numero azioni ordinarie (ml.) *	1.137,6	1.142,6
Capitalizzazione al 31/12 (ml/euro)	575,0	685,6

* Sono escluse dal calcolo le azioni proprie.

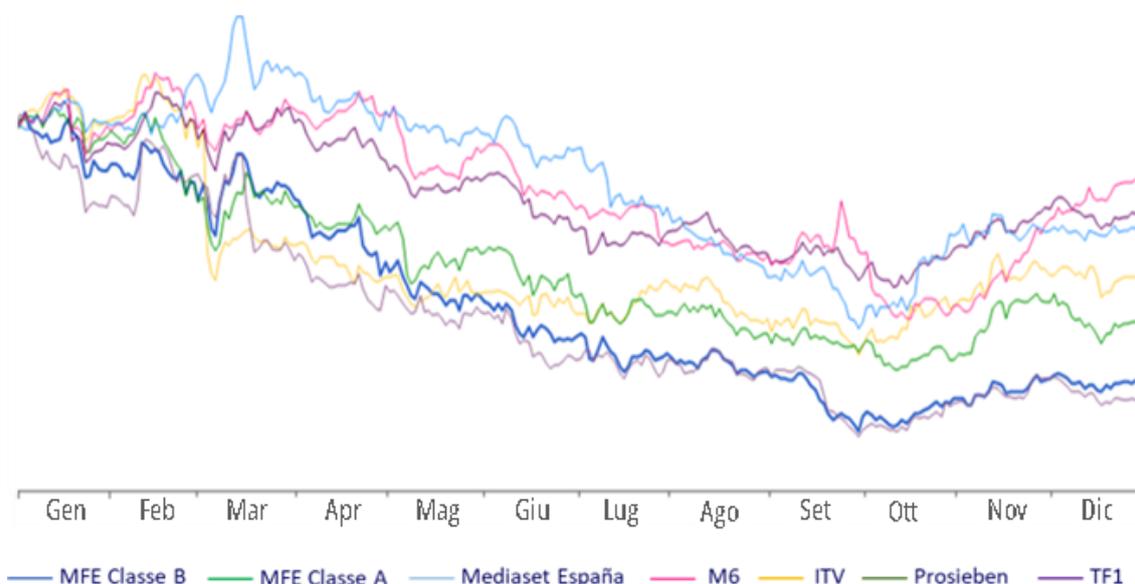
Al fine di instaurare una relazione continuativa con gli azionisti fondata sulla comprensione dei reciproci ruoli, il Consiglio ha individuato nel **Chief Financial Officer** del Gruppo il Responsabile incaricato della gestione dei rapporti con gli azionisti.

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 finanziari⁵.

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 2022, la Società ha partecipato alle principali **Conferenze di Settore**, organizzate virtualmente a causa delle restrizioni imposte per far fronte all'emergenza sanitaria, incontrando numerosi investitori istituzionali. Queste attività hanno integrato il lavoro quotidiano di interazione con i **18 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.

⁵ MFE, in proposito, ha diffuso un calendario disponibile sul Sito della società.



IMFE
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.,

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.

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 entrerà in vigore a partire dall'esercizio che avrà inizio il, o dopo il, 1° gennaio 2023 e, pertanto, La Società si conformerà ad esso entro e non oltre il 31 dicembre 2023.

La società controllata **Mediaset España Comunicación S.A.**, quotata alla Borsa valori di Madrid, Barcellona, Bilbao e Valencia al Mercato Telematico spagnolo – Ibex 35 - e sue controllate è soggetta alla legge spagnola ed al regime di corporate governance spagnolo. A partire dal 22 giugno 2020 a seguito del venir meno dei requisiti di ammissione, principalmente a causa dell'impatto sulla capitalizzazione intervenuta nella fase più acuta della pandemia, il titolo è uscito dall'Ibex 35 ed è stato ammesso nell'indice IBEX Medium Cap.

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 2022, il Consiglio si è riunito dodici volte. Al 31 dicembre 2022 il Consiglio è composto da 15 membri: Fedele Confalonieri, Pier Silvio Berlusconi, Marco Giordani, Gina Nieri, Niccolò Querci, Stefano Sala, Marina Berlusconi, Danilo Pellegrino, Carlo Secchi, Marina Brogi, Alessandra Piccinino, Stefania Bariatti, (tratti dalla lista n. 1 di maggioranza); Giulio Gallazzi, Costanza Esclapon de Villeneuve e Raffaele Capiello (tratti dalla lista n. 2 di minoranza).

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 volontaristica, 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, nel corso del 2022, si è riunito quattro volte ed ha svolto le seguenti attività: esaminato il documento "Progetto sostenibilità - Baseline e benchmark" che illustra i risultati di un progetto volto ad analizzare lo status quo della sostenibilità nel Gruppo MFE ed identificare un percorso di sviluppo, anche in relazione ai trend di mercato e alle best practice internazionali, analizzato le iniziative ESG già intraprese dal Gruppo negli ultimi anni e preso atto dei risultati del benchmark e rilevato un "posizionamento" di MFE in uno studio di maturità rispetto ad un panel di società medie europee in materia di sostenibilità, individuato le linee guida e i macro-obiettivi per i diversi ambiti proponendo al Nomination and Remuneration Committee target ESG, approvato la Relazione sull'attività del Comitato, comprensiva dell'Evaluation del Comitato stesso, 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.

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.mfediaforeurope.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.

Successivamente ad un processo di revisione, la *holding* italiana Mediaset S.p.A. e le altre società italiane facenti parte del medesimo Gruppo hanno approvato, nel corso del 2019, l'attuale versione del **Codice Etico**, anche alla luce dell'evoluzione delle proprie attività di *business*, della necessità di rendere armonico il coordinamento delle disposizioni del Codice Etico con quelle dei Modelli di Organizzazione e Controllo ex D.Lgs. 231/01 adottati dalle singole società di diritto italiano del Gruppo e dell'adeguamento ai cambiamenti normativi (ad esempio in materia di *Whistleblowing*).

Successivamente nel settembre 2021 anche la *holding* di diritto olandese MFE-Mediaforeurope N.V, si è dotata di un **Code of Ethics**.

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 MFE⁶.

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/) nonché nella **intranet aziendale** in uno specifico portale denominato **"Compliance"**.

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.

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, il cui ultimo aggiornamento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione nel corso

⁶ Ivi comprese le Società estere partecipate

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., 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.

⁸ Nel corso del 2022 non sono state apportate modifiche né al testo del Codice Etico adottato nel corso del 2019 da Mediaset S.p.A. e delle sue controllate italiane né a quello adottato da MFE- Mediaforeurope N.V. nel 2021.

del 2019, ed un proprio Modello organizzativo affine a quello italiano. È inoltre attivo uno strumento di whistleblowing per poter denunciare eventuali violazioni al codice stesso, garantendo l'anonimato.

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.

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 le norme che disciplinano l'attività di programmazione televisiva e radiofonica dei servizi media audiovisivi lineari e non lineari

A seguito delle modifiche introdotte dal D.lgs. 208/2021 – Testo Unico dei Servizi Media Audiovisivi - in vigore dal 25 dicembre 2021, è stato aggiornato e integrato con le nuove disposizioni, il manuale 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.

A tali fini, viene svolta un'attività di formazione che si articola in periodici incontri sulle corrette modalità di realizzazione dei programmi, in conformità alla normativa.

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

IL CONFLITTO DI INTERESSI

All'interno del Codice Etico è presente una specifica disposizione che si occupa del conflitto di interessi⁹. 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

9 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.

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.¹⁰

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 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.

¹⁰ 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).

L'**AGCM** svolge la sua vigilanza sui conflitti di interessi attraverso la Delibera 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 Procedura¹¹, 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 **Mediaset España Comunicación S.A.**, 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.

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

¹¹ 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.

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 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.

Il presente protocollo è stato approvato dal Dipartimento Compliance.

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 – Environmental, 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 aversione 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.

	2022		
	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.

Nel febbraio 2022 la mappa dei rischi è stata riformulata e successivamente aggiornata in ottobre.

In particolare sono state 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, della sicurezza sul luogo di lavoro nonché delle regole di Governance aziendale.

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

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 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.

Il Gruppo 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** prevede l'esecuzione di specifiche attività nelle seguenti aree:

- ▣ **Cyber Defense**: L'attività più importante della strategia di Cyber Security è la Cyber Defense e consiste nella progettazione e nell'attivazione di tecniche e tecnologie per la protezione di servizi e utenti.

Di seguito le principali attività completate nel corso del 2022:

- Potenziamento delle tecnologie di protezione delle utenze aziendali;
 - Miglioramento della protezione dei dispositivi in dotazione ai dipendenti e dei meccanismi di autenticazione ai servizi;
 - Estensione della visibilità delle minacce cyber utilizzando nuove fonti di intelligence;
 - Adozione di strumenti di governance e controllo di sistemi in cloud.
- ▣ **Formazione**: Nel corso dell'anno 2022 sono state prodotte 10 video pillole sulle principali minacce informatiche e sulle relative tecniche di autodifesa, nonché condotte diverse campagne di phishing simulato. Inoltre, è stata erogata della formazione su temi di Cyber Security e Privacy, specifica per specialisti IT.

□ **Risk Assessment:** Il processo di risk assessment è dal 2018 una pratica operativa consolidata che prevede ogni anno delle attività sui principali asset IT ed ha l'obiettivo di individuare il livello di rischio cyber associato ad una perdita di riservatezza, integrità e disponibilità.

Di seguito le principali attività di risk assessment completate nel corso del 2022:

- Assessment su continuità operativa IT per le principali piattaforme critiche;
- Esecuzione di test di vulnerabilità dei servizi IT esposti sulla rete Internet e, in base alle raccomandazioni di security by design, su tutti i nuovi servizi esposti pubblicamente.

□ **Compliance:** Attività continuativa di consolidamento e aggiornamento delle analisi dei rischi presenti nel registro dei trattamenti. Inoltre, sono stati attivati dei processi di verifica della postura di sicurezza dei fornitori.

La tutela dei dati personali, in conformità alla normativa vigente, interessa tutte le attività aziendali.

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**.

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 MFE 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 il 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.

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 2022, ci sono state 407 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 2022 non ci sono state segnalazioni di perdite di dati.

Mediaset Spagna ha ricevuto solo tre notifiche di chiarimenti in materia di protezione dei dati da parte dell'Agenzia Spagnola per la protezione dei dati (AEPD). Il primo caso è stato archiviato mentre gli altri due sono ancora in fase di analisi.

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 attività¹².

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, partecipando a progetti europei finanziati dalla Commissione Europea che prevedono collaborazioni con società partner internazionali.

Il 22 dicembre 2017 è stata adottata 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.).

A seguito del contratto stipulato con la **Rappresentanza in Italia della Commissione Europea** nel 2021, RTI ha dato il via alla produzione di un nuovo ciclo di puntate del consolidato format televisivo **"Giovane Europa"**, in onda sul canale televisivo all news TGC24.

Nel corso del 2022, la Rappresentanza in Italia della Commissione europea ha saldato a RTI l'importo di 14.500,00 Euro a fronte degli episodi prodotti e andati in onda nel periodo dicembre 2021-aprile 2022.

Per quanto concerne la partecipazione ai **bandi pubblicati dalle istituzioni europee**, nel 2022 la Direzione Generale Informazione di RTI:

- ha sviluppato e portato a termine il progetto editoriale multimediale **"L'Europa che vorrei"** iniziato alla fine del 2021 e realizzato con il cofinanziamento del Parlamento europeo in seguito alla partecipazione alla "call for proposals" COMM/SUBV/2021/COFOE pubblicata nel 2021. Il finanziamento concesso è stato erogato nel 2022 per un importo totale di 94.812,00 Euro a fronte del finanziamento massimo concesso di 94.812 Euro, pari al 70% del valore totale del progetto presentato di 135.445,95 Euro;

- ha partecipato alla "call for tender" COMM/ROM/2022/LVP indetta dalla **Rappresentanza italiana della**

¹² 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".

Commissione europea per la produzione e broadcasting di format e contenuti televisivi per sensibilizzare i cittadini sul ruolo e le iniziative della Commissione europea. RTI si è aggiudicata il contratto relativo alla procedura tramite l'offerta editoriale ed economica del valore di 58.000 Euro che ha dato il via, nel mese di novembre 2022 al progetto **"NEXT – Generazione Europa"** della durata di 20 mesi. Il pagamento verrà liquidato a RTI in due tranche, indicativamente a metà e fine progetto.

Finanziamenti ricevuti dalla Ente Pubblico Pubblica Amministrazione (*)		milioni €	
		2022	2021
Contributi pubblici (Incasso Contributi Governativi)	Ministero dei beni e delle attività culturali e del turismo - Direzione Generale Cinema	0,7	3,8
	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)	-	0,1
	Direction Générale des	-	-
Credito di imposta per investimenti in beni strumentali	Agenzia delle entrate	0,5	-
Contributo emittenti locali	MISE	0,3	0,3
Altri contributi	Comunità europea	0,1	-
Altri contributi	Bonus energia	0,8	-
Decreto misure compensative del 27.06.2022 (***)	MIMIT (ex MISE)	29,8	-
TOTALE		32,3	4,3

(*) 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 e 2022.

▣ 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.

Si segnala che nel 2022 non è mai stata aperta dal Ministero la piattaforma per presentare tali istanze di richiesta.

Il **Gruppo MFE in Spagna**, attraverso le sue relazioni istituzionali, promuove e garantisce la rappresentanza dei suoi legittimi interessi dinanzi 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 dinanzi 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)¹³.

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.
- Nel settembre 2022, Mediaset España ha partecipato ai lavori di consultazione pubblica, avviati dal Ministero degli Affari Economici e della Trasformazione Digitale, al fine di raccogliere valutazioni e considerazioni sui regolamenti della nuova Legge generale sulla comunicazione audiovisiva. Tale Legge (13/2022) è entrata in vigore il 7 Luglio 2022 dopo l'ultimazione dell'iter parlamentare.
- 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.

¹³ 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 una **policy di Gruppo**, denominata "*Indirizzi Generali in materia di anticorruzione*", che costituisce 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).

In particolare, in data 7 Luglio 2022 è stata emessa una versione aggiornata della LGO riguardante la "*Gestione degli acquisti di beni e servizi*" e in data 30 settembre 2022 la LGO relativa alla "*Gestione della certificazione fornitori*",

entrambe applicabili a MFE-MEDIAFOREUROPE N.V., e, in funzione dell'attività di direzione e coordinamento dalla stessa esercitata, alle sue controllate italiane ed estere non quotate.

Tali LGO si ispirano ai principi espressi nel Codice Etico, che mirano a verificare l'affidabilità e la serietà dei fornitori, ad assicurare la puntuale identificazione degli stessi e la tracciabilità dei canali di approvvigionamento, anche al fine di garantire la qualità e la legittimità dei beni e dei servizi acquistati¹⁴.

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 2022 ha tenuto conto di tutte le novità normative in materia di lotta alla corruzione.

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 materia¹⁵ 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.

Per tali motivi il Gruppo si astiene da comportamenti atti a favorire la conclusione di affari a proprio vantaggio in violazione della normativa vigente.

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 attività si è sviluppata a seguito dell'emanazione da parte dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) delle "*Linee Guida in materia di compliance antitrust*", con le quali l'Autorità ha inteso delineare le regole di condotta che devono essere attuate dalle imprese per una effettiva compliance antitrust, confermando l'opportunità che le stesse si dotino di un "*Programma di Compliance Antitrust*" che, se valutato efficace, consente di ottenere una riduzione delle sanzioni per illeciti antitrust da un minimo del 5% fino al 15%.

Tale processo è stato completato nel corso del 2022. In particolare, quale parte integrante del Programma di Compliance Antitrust adottato dal Gruppo, che si integra con i principi e i valori contenuti nel Codice

¹⁴ 1. 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 riguardante i rapporti con i fornitori, secondo cui "*la selezione dei fornitori, la determinazione degli acquisti di beni e/o servizi e la formulazione delle relative condizioni di acquisto*" oltre che rispettare i principi contenuti nel Codice Etico "*sono basate sulla valutazione di parametri obiettivi quali la qualità, il prezzo del bene o servizio, le garanzie di assistenza, tempestività ed efficienza*" e in cui - tra l'altro - si afferma che "*nel rispetto della legalità e della best practice commerciale, tutti i processi di acquisto sono improntati alla ricerca del massimo vantaggio competitivo per il Gruppo nonché all'imparzialità e alla concessione delle pari opportunità per ogni fornitore in possesso dei requisiti richiesti*".

¹⁵ 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.

Etico, nei Modelli Organizzativi 231 e nelle Linee Guida Organizzative (e procedure operative) vigenti, è stato definito un apposito documento, denominato *"Indirizzi generali in materia di Compliance Antitrust"*, nell'ambito del quale, mediante un processo di *risk assessment*, sono state individuate le condotte che possono determinare un illecito antitrust, le aree aziendali potenzialmente esposte a tale rischio e i presidi di controllo più adeguati per prevenire la commissione di tali illeciti.

In linea con le previsioni contenute nelle Linee Guida sopra menzionate, al fine di assicurare un'efficace e piena attuazione del *Programma di Compliance Antitrust* e a garanzia del funzionamento dello stesso, è stato, inoltre, individuato un responsabile, l'Antitrust Compliance Officer ("**ACO**"), dotato di autonomia, terzietà e indipendenza nello svolgimento delle funzioni con riporto gerarchico al vertice aziendale.

In considerazione delle dimensioni e del contesto di mercato in cui operano le Società del Gruppo MFE, nonché delle loro specifiche caratteristiche, la funzione di ACO è assegnata ad un "team", composto da tre componenti.

Nello specifico, all'ACO sono assegnati i seguenti compiti e responsabilità:

- (i) provvedere al monitoraggio, mantenimento e aggiornamento del Programma;
- (ii) provvedere alla pianificazione ed allo svolgimento delle necessarie attività di auditing o di due diligence interna;
- (iii) provvedere alla formazione dei Destinatari del Programma;
- (iv) assicurare una periodica informativa nei confronti dei vertici aziendali in merito al Programma.

L'ACO è, altresì, destinatario di eventuali presunte segnalazioni per comportamenti non aderenti al Programma, nonché interlocutore diretto dell'Autorità nel caso in cui la stessa formuli richieste di informazioni o effettui verifiche istruttorie.

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.

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.

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.

Nel corso del 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 2022 non sono state intentate cause contro il Gruppo in Spagna relativamente a eventuali pratiche monopolistiche lesive della libera concorrenza.

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**¹⁶ cui si devono orientare le operazioni, i comportamenti e i rapporti, sia interni che esterni al Gruppo che 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

¹⁶ 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".

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 fiscale¹⁷, 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 **sistema di whistleblowing** adottato dalle società italiane appartenenti al Gruppo consente agli *stakeholder* di segnalare violazioni del Codice Etico, dei Modelli Organizzativi 231, delle procedure aziendali ovvero condotte illecite rilevanti ai sensi del D. Lgs. 231/01 (comprese quelle in materia fiscale/tributaria), - utilizzando il sistema informatico dedicato (segnalazioni.mediaset.it) e secondo le modalità e i termini descritti nella "*Linea Guida organizzativa per la segnalazione di violazioni e condotte illecite rilevanti ai sensi del D. Lgs. 231/01*" vigente.

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.

¹⁷ Nello specifico, le società italiane del Gruppo hanno provveduto ad aggiornare i propri Modelli Organizzativi 231 inserendo negli stessi un documento dedicato alla "*Prevenzione della commissione dei reati tributari*", all'interno del quale è proposto un quadro d'insieme dei presidi di controllo preventivi adottati per mitigare il "rischio fiscale", valorizzando i sistemi di controllo interno già esistenti in ambito amministrativo-contabile, collocati nel più ampio contesto delle politiche aziendali di prevenzione dei rischi.

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 2021 e 2022, opportunamente riconciliati con i corrispondenti valori consolidati.

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	Numero dei dipendenti	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	-	642	-	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	33.999	-	285.746

31/12/2021							
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	Numero dei dipendenti	Immobilizzazioni materiali diverse dalle disponibilità liquide e mezzi equivalenti
Italia	2.050.634	9.376	456.092	6.000	17.340	-	278.450
Spagna	883.930	1.223	207.226	43.960	26.716	-	44.093
Regno Unito	23.644	8.797	4.995	-	1.030	-	2.726
Francia	1.593	-	(201)	-	-	-	-
<i>dividendi intercompany</i>	-	-	(251.149)	-	-	-	-
<i>elisioni/rettifiche di consolidato</i>	(45.523)	-	138.425	-	-	-	(1.027)
TOTALE GRUPPO	2.914.277	19.396	555.387	49.960	45.086	-	324.242

Si segnala che le "imposte sul reddito maturate" riportate sono relative unicamente alle imposte correnti stanziate 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 stanziata 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)



IMFE
MEDIAFOREUROPE

4 - LE PERSONE


4.858 dipendenti del Gruppo MFE

97% contratti a tempo indeterminato

36.019 ore di formazione erogate nell'anno

48% 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 68% dell'organico, e in Spagna (32%). 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	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Indeterminato	1.636	1.554	3.190	1.618	1.544	3.162
Tempo Determinato	64	30	94	61	44	105
Apprendistato	4	5	9	-	-	-
Totale	1.704	1.589	3.293	1.679	1.588	3.267

SPAGNA	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Indeterminato	781	730	1.511	817	731	1.548
Tempo Determinato	12	14	26	23	24	47
Apprendistato	-	-	-	-	-	-
Totale	793	744	1.537	840	755	1.595

ALTRI PAESI	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Tempo Indeterminato	17	11	28	15	12	27
Tempo Determinato	-	-	-	-	-	-
Apprendistato	-	-	-	-	-	-
Totale	17	11	28	15	12	27

Al 31 dicembre 2022, in linea con l'anno precedente, il 97% 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	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	234	103	337	236	105	341
Giornalisti	295	299	594	319	304	623
Quadri	388	411	799	373	402	775
Impiegati	1.574	1.528	3.102	1.583	1.541	3.124
Operai	23	3	26	23	3	26
Totale	2.514	2.344	4.858	2.534	2.355	4.889

Al 31 dicembre 2022, il Gruppo MFE risulta composto da **4.858 persone**, in leggera diminuzione rispetto al 2021. 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 2022, in Italia, si annoverano 201 collaboratori esterni, di cui 50 stagisti, e circa 101¹⁹ in Spagna.

4.2 GESTIONE EMERGENZA COVID

Fin dall'inizio della pandemia il Gruppo MFE ha adottato un approccio di gestione dell'emergenza Covid -19 attento, tempestivo e di eccellenza, volto a **tutelare la sicurezza e della salute dei suoi lavoratori** e a garantire il mantenimento della **continuità operativa**.

A partire dal febbraio 2020 sono stati introdotti specifici protocolli di sicurezza produttivi e una serie di iniziative eterogenee, che si sono modulate nel tempo in funzione dell'andamento della crisi pandemica e che sono state orientate principalmente a ridurre il numero delle persone presenti nelle sedi aziendali, innalzare le misure di sicurezza igieniche, sanitarie e organizzative e a monitorare e prevenire i casi di infezione Covid-19, in coerenza con la cultura di grande attenzione al dipendente che ha le sue origini nella fondazione del Gruppo.

Nel corso del 2022 sono rimaste attive e si sono aggiornate le disposizioni per la gestione del post emergenza pandemica, con lo scopo di mantenere la massima attenzione alla sicurezza e alla salute del dipendente. Il Gruppo ha continuato ad offrire il servizio di screening, sia attraverso l'effettuazione di tamponi rapidi presso le sedi aziendali che tramite il servizio "drive through" per i casi sintomatici e sospetti. In particolare, grazie a veri e propri

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 2022.

presidi medici ospitati nei vari poli produttivi, al 31 dicembre 2022 presso le sedi italiane del Gruppo sono stati somministrati oltre **100.000 test diagnostici**.

4.3 DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

GRUPPO MFE	2022				2021			
	<30	30-50	>50	Totale	<30	30-50	>50	Totale
Dirigenti	-	112	225	337	-	118	223	341
Giornalisti	52	310	232	594	52	333	238	623
Quadri	1	318	480	799	2	318	455	775
Impiegati	217	1.294	1.591	3.102	192	1.348	1.584	3.124
Operai	1	16	9	26	-	20	6	26
Totale	271	2.050	2.537	4.858	246	2.137	2.506	4.889

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

GRUPPO MFE	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1	-	1	2	-	2
Giornalisti	1	2	3	2	1	3
Quadri	2	9	11	2	7	9
Impiegati	79	98	177	79	95	174
Totale	83	109	192	85	103	188

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 2022, 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 l'obiettivo dichiarato per il 2022 di mantenere un indicatore di pay equality medio ponderato pari al 93% è stato raggiunto al 100%.

Nel 2022, inoltre, il Gruppo ha rafforzato il suo impegno a promuovere una cultura della diversità e dell'inclusione, attraverso l'introduzione di un percorso di tre webinar denominato **"Diversità ed Inclusione"**, volto ad approfondire le tematiche D&I, affrontate sotto diversi punti di vista, orientare verso una maggiore consapevolezza e fornire approfondimenti e spunti di riflessione rispetto a temi che riguardano in maniera più specifica la persona e le sue relazioni.

Nella seconda metà del 2022 è stato inoltre avviato, in collaborazione con una società di consulenza specializzata, 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.

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 2021, con una distribuzione tra i generi equilibrata.

Come si evince dalle tabelle precedenti, circa il 42% 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 il 6% ha un'età inferiore ai 30 anni.

All'interno del Gruppo 192 persone appartenenti a **categorie protette** sono impiegate in diverse ruoli aziendali e sostanzialmente ugualmente ripartite fra uomini e donne. Questi rappresentano circa il 4% dei dipendenti.

4.4 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 **18.000 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.

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 una 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 2022 sono state effettuate circa 900 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.

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

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 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 ottimizzino 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**.

Nel Gruppo MFE in Italia, nel corso del 2022, sono state assunte 171 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 60% delle persone che sono entrate nel corso dell'anno ha un'età compresa tra i 30 e i 50 anni ed il 33% sono giovani al di sotto dei 30 anni.

Inoltre, in Italia è stata offerta l'opportunità a 218 giovani di effettuare un'**esperienza formativa in stage** della durata media di circa 4-6 mesi..

Nel corso del 2022, si registra un tasso di entrata pari a circa il 5% in Italia ed a circa il 7% in Spagna, dove sono state assunte 57 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	2022					2021				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
ENTRATE										
Uomini	27	62	4	93	5,5%	15	42	6	63	3,7%
Donne	30	40	8	78	5,0%	12	18	1	31	2,0%
Totale	57	102	12	171	5,3%	27	60	7	94	2,9%
Tasso di entrata %	43,3%	8,6%	0,6%	5,3%		27,7%	5,3%	0,3%	2,9%	
USCITE										
Uomini	2	14	56	72	4,3%	1	2	100	103	6,1%
Donne	5	16	43	64	4,1%	-	-	79	79	5,1%
Totale	7	30	99	136	4,2%	1	2	179	182	5,6%
Tasso di turnover %	5,3%	2,5%	5,2%	4,2%		1,0%	0,2%	8,8%	5,6%	

SPAGNA	2022					2021				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
ENTRATE										
Uomini	18	21	-	39	4,8%	25	29	6	60	7,2%
Donne	39	24	-	63	8,4%	20	20	2	42	5,6%
Totale	57	45	-	102	6,5%	45	49	8	102	6,4%
Tasso di entrata %	44,9%	5,5%	0,0%	6,5%		39,5%	5,6%	1,4%	6,4%	
USCITE										
Uomini	19	48	19	86	10,5%	10	16	4	30	3,6%
Donne	12	35	22	69	9,2%	9	25	4	38	5,0%
Totale	31	83	41	155	9,8%	19	41	8	68	4,3%
Tasso di turnover %	24,4%	10,2%	6,5%	9,8%		16,7%	4,6%	1,4%	4,3%	

ALTRI PAESI	2022					2021				
	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %	<30	30-50	>50	Totale	Turnover %
ENTRATE										
Uomini	1	3	-	4	25,0%	1	1	-	2	13,3%
Donne	3	1	-	4	36,4%	-	1	-	1	9,1%
Totale	4	4	-	8	29,6%	1	2	-	3	11,5%
Tasso di entrata %	66,7%	30,8%	0,0%	29,6%		16,7%	22,2%	0,0%	11,5%	
USCITE										
Uomini	1	1	1	3	18,8%	-	-	-	-	0,0%
Donne	1	-	1	2	18,2%	-	-	-	-	0,0%
Totale	2	1	2	5	18,5%	-	-	-	-	0,0%
Tasso di turnover %	33,3%	7,7%	25,0%	18,5%		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	

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.

I dati 2019 sono stati riesposti a seguito di un miglioramento del processo di reporting, per garantire la comparabilità delle informazioni. Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2019 pubblicato nella sezione Corporate Social Responsibility del sito mfemediaforeurope.com

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 2022.

Con riferimento a quanto richiesto dagli standard GRI, il rapporto tra la retribuzione totale annuale della persona che riceve il massimo compenso²³ e la retribuzione totale mediana di tutti i dipendenti del Gruppo (esclusa la suddetta persona²⁴) per l'esercizio 2022 è pari a circa 55 volte.

FORMAZIONE

Il Gruppo si impegna costantemente a 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 2022 si è dato particolare valore a progetti in ambito sostenibilità che hanno costituito un nuovo cluster di attività ad ampia diffusione.

La fase di progettazione della formazione viene curata in coerenza con le esigenze di sviluppo delle competenze professionali e delle abilità manageriali in linea con il nuovo 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 del Gruppo che possono essere oggetto di progettazione formativa, viene di prassi attivato un **monitoraggio delle esigenze di formazione** con il coinvolgimento della funzione preposta nei processi di sviluppo e cambiamento organizzativo, la funzione di Gestione HR e attraverso

²² In particolare, la politica di remunerazione applicata ai dirigenti apicali del Gruppo è dettagliata nell'ambito della Relazione per la Remunerazione 2022.

²³ Nel 2022 la retribuzione totale annua della persona più pagata dell'organizzazione è diminuita. Per tale motivo non è pertanto possibile calcolare il requisito b dell'informativa GRI 2-21.

²⁴ Per il calcolo dell'indicatore è stata utilizzata la Retribuzione Totale Annua (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).

l'analisi degli scenari evolutivi del business. 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 vari **strumenti**, quali corsi in presenza, conferenze, attività laboratoriali, corsi online e webinar scelti in funzione degli specifici obiettivi dell'iniziativa, dei contenuti e delle specificità dei destinatari, al fine di massimizzare l'efficacia e l'efficienza dell'attività formativa.

Nel corso del 2022 è proseguito il trend di diffusione delle **modalità di formazione digitali**: sia in caso di corsi svolti in aule a distanza o di webinar, sia attraverso il ricorso ad oggetti formativi online che ogni dipendente può scegliere di frequentare on demand attraverso il Portale Formazione. In particolare, nel 2022 è stata introdotta e messa a disposizione di tutti i dipendenti una piattaforma di e-learning che ospita corsi online, a cui le persone possono accedere liberamente scegliendo tra più di settanta corsi e masterclass. In alcune occasioni, tali corsi online sono stati assegnati a gruppi di persone che hanno frequentato corsi in aula con finalità di ampliamento o integrazione dei contenuti trattati. L'adozione di strumenti digitali per la formazione, in particolare attraverso l'utilizzo di nuove tecnologie, consente sia di allargare la diffusione di contenuti formativi, sia di incrementare le competenze digitali di tutti i dipendenti, sperimentando inoltre un modo nuovo di fare formazione in una modalità piacevole e di autoapprendimento. Questa evoluzione è in linea con i processi di digitalizzazione che il Gruppo sta attivando, nonché con la trasformazione del modello di Smart Working adottato.

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

Di seguito una breve descrizione delle iniziative più significative realizzate nel corso del 2022 in Italia.

La **formazione manageriale** nel corso dell'anno si è incentrata su esigenze di particolari segmenti di popolazione allo scopo di sviluppare capacità personali in coerenza con bisogni definiti e dichiarati dai responsabili di area o intercettati dalla Direzione Sviluppo e Formazione, che decodifica esigenze peculiari di crescita delle abilità personali di popolazioni trasversali al Gruppo. Ogni attività manageriale tiene conto delle complessità del contesto aziendale, inteso come comunità sociale, nonché della trasformazione dei processi interni.

Si è concluso il percorso di formazione "Problem solving relazionale", dedicato ad una fascia "giovane" della popolazione interna, sia dal punto anagrafico che dell'anzianità aziendale. Il progetto mirava a potenziare le capacità di leggere e interpretare le dinamiche della vita organizzativa, sviluppando maggiore consapevolezza sui vantaggi rappresentati dall'assumere una posizione attiva e costruttiva per affrontare e risolvere problematiche relazionali che si possono incontrare nel proprio percorso in azienda.

L'esigenza di rendere sempre più fluidi e produttivi gli scambi interpersonali all'interno di alcune famiglie professionali ha inoltre portato ad organizzare diversi corsi centrati su contenuti di comunicazione efficace. Dedicati a specifici gruppi di persone, tali corsi hanno posto l'accento su come interfacciarsi al meglio con interlocutori diversi al fine di generare un'efficiente condivisione e realizzazione di progetti comuni.

Sempre in ambito di crescita di capacità personali è stato realizzato un progetto di sviluppo del lavoro di team per un cluster di dirigenti che voleva consolidare le proprie modalità di conoscenza e collaborazione, per raggiungere una maggiore coesione ed efficacia interna in relazione, in particolare, all'implementazione di progetti di innovazione. Il tema della leadership efficace è stato trattato in progetti dedicati alla gestione dei collaboratori per

figure che hanno il compito di gestire team da coordinare e motivare. Un progetto specifico di formazione formatori è stato erogato a persone che, grazie alla loro competenza e professionalità in ambito produttivo, sono chiamati a formare persone di recente ingresso o studenti di scuole professionali su contenuti di produzione televisiva.

In ottica di wellbeing e di attenzione alla persona, nel 2022 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 se ne senta il bisogno, per affrontare situazioni e circostanze afferenti alla sfera privata o professionale, nella convinzione che per stare meglio ogni persona può imparare a prendersi cura della propria salute, sia fisica che mentale.

In ottica di continuità 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 taglio professionale**, sono state svolte attività mirate ad incrementare competenze tecniche e specifiche di mestiere. In continuità con gli scorsi anni sono stati realizzati progetti di natura squisitamente tecnica per risorse dell'Area Operazioni che operano su apparati tipici degli studi televisivi, rivolti, in particolare, all'apprendimento di competenze funzionali all'utilizzo di nuove tecnologie IP tipiche di apparati di studio in ambito produzione tv. Tali progetti rivestono una particolare importanza in relazione all'evoluzione tecnologica che impatta sulle aree tecnico-produttive le cui risorse hanno potuto intraprendere un percorso di reskilling funzionale sia in relazione alla loro crescita professionale sia a criteri di maggiore employability.

In ambito concessionarie è stato ideato e realizzato un importante 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 e che si sono perciò occupati anche di costruire materiali didattici funzionali all'apprendimento dei colleghi. Il progetto è stato organizzato utilizzando diverse modalità didattiche: dalle aule in presenza all'erogazione di contenuti digitali quali video, presentazioni ai test di apprendimento.

Altri molteplici progetti di taglio professionale sono stati dedicati a temi specifici, quali Project Management per persone con compiti di coordinamento di progetti interfunzionali, l'approfondimento di strumenti di Office (gestiti esclusivamente in modalità di autoapprendimento digitale) e l'utilizzo di software di grafica e montaggio che richiedono frequenti aggiornanti di conoscenze.

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 allineamento su tematiche di scenario esterno o di ambito legislativo. È proseguita infine la formazione linguistica con corsi individuali dedicati a chi deve incrementare la conoscenza di una lingua straniera, ormai erogati esclusivamente in modalità online, attraverso una piattaforma che dà la possibilità di effettuare lezioni a distanza via video con docenti madrelingua.

Il 2022 si è caratterizzato in particolare per l'organizzazione e la messa a sistema delle attività di formazione in **ambito ESG**. Si è realizzato un palinsesto di 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 emersa come area chiave su cui fornire conoscenze, affinare sensibilità e dare consapevolezza su temi che coinvolgono e toccano persone e azienda allo stesso tempo.

In questo ambito sono stati organizzati due cicli di webinar: "Dialoghi sulla Sostenibilità ambientale" e "Dialoghi sulla Diversità ed Inclusione", composti da un totale di sette webinar destinati a tutta la popolazione aziendale, in cui sono stati trattati, con l'ausilio di relatori esperti, temi quali il cambiamento climatico, l'economia circolare, il linguaggio inclusivo o il dialogo tra le generazioni. Il tema della D&I è stato anche approfondito in un coinvolgente workshop d'aula dedicato ad un gruppo interfunzionale di persone che si occupano di attività di comunicazione o sono impegnate in prima persona su temi ESG. Un progetto che ha riscosso particolare attenzione ed interesse è stato dedicato ad un gruppo di 45 persone di fascia di età giovane e bassa anzianità aziendale, coinvolto nei "Laboratori di Design Sostenibile". I ragazzi, lungo un periodo di circa cinque mesi, sono stati chiamati a contribuire attivamente, attraverso molteplici sessioni di lavoro di gruppo guidato o autogestito, allo sviluppo di idee innovative in ambito di sostenibilità aziendale, arrivando ad ideare e proporre cinque progetti che potessero essere di stimolo e di interesse per il Gruppo. I progetti sono stati presentati, in un momento finale, ad un gruppo di top manager dell'azienda chiamati a dare un loro riscontro.

Tutte le attività di formazione legate a temi di Sostenibilità sono state supportate da azioni di comunicazione sulla Intranet aziendale, per incentivare la partecipazione dei dipendenti.

Il forte impegno dell'azienda nel diffondere la cultura della Sostenibilità attraverso specifiche iniziative rivolte ai dipendenti è stato rafforzato dalla previsione all'interno del Sistema di incentivazione di breve termine del top management e di alcuni altri manager di uno specifico obiettivo, relativo al numero di ore di formazione Esg erogate ai dipendenti. L'azienda si è impegnata ad erogare nel 2022 un totale di 3.300 ore di formazione sulla Sostenibilità, raggiungendo pienamente l'obiettivo attraverso l'erogazione di 4.483 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. Sono proseguiti i corsi per l'utilizzo del Defibrillatore (DAE) in coerenza con il progetto di cardio-protezione che ha previsto l'installazione di tali strumenti all'interno delle sedi aziendali. E' stato, infine, dato avvio alla fase di aula del corso di Aggiornamento Lavoratori che coinvolgerà la gran parte dei lavoratori e per il quale si è progettato un contenuto specifico sui "Fondamenti di Primo Soccorso", con l'obiettivo sensibilizzare gran parte della popolazione aziendale su temi base di emergenza sanitaria e primo soccorso sia nei luoghi di lavoro che negli ambienti in cui le persone lavorano in Smart Working.

In ambito D.lgs 231/2001 è stato sviluppato internamente ed erogato a tutta la popolazione aziendale, un corso specifico sui Reati Tributari in cui, oltre a ripercorrere alcuni concetti fondamentali del D.lgs. 231/2001, viene illustrata la nuova categoria dei Reati Tributari, recentemente inseriti nel catalogo dei reati presupposto e che è necessario conoscere per prevenire ogni tipo di comportamento illecito.

In ambito Privacy è stato progettato internamente ed erogato a tutta la popolazione dei Giornalisti, un corso dedicato alla materia del trattamento dei dati personali nell'ambito delle attività di informazione. In un contesto in cui l'accesso alle notizie di cronaca è trasversale a diversi mezzi (tv, digital...) assume particolare importanza la figura del giornalista che, prima di diffondere una notizia, deve valutarne il potenziale impatto lesivo nei confronti dei soggetti coinvolti.

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 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 2022 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 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

GRUPPO MFE	Uomini		Donne		Totale 2021	
	N. di ore	Ore pro-capite	N. di ore	Ore pro-capite	Ore totali	Ore pro-capite
Dirigenti	2.955	12	1.591	15	4.546	13
Giornalisti	810	4	1.280	6	2.089	5
Quadri	2.791	6	2.216	4	5.007	5
Impiegati e operai	13.249	8	9.687	6	22.935	7
Totale	19.805	8	14.773	6	34.578	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.

I dati 2019 sono stati riesposti a seguito di un miglioramento del processo di reporting, per garantire la comparabilità delle informazioni. Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2019 pubblicato nella sezione Corporate Social Responsibility del sito mfemediaforeurope.com

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

GRUPPO MFE	2022	%	2021	%
Dirigenti	294	86%	204	58%
Giornalisti	560	91%	280	67%
Quadri	792	101%	668	67%
Impiegati	3.050	99%	2.216	72%
Operai	25	96%	9	34%
Totale	4.721	98%	3.377	69%

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 2022 la formazione sulle tematiche afferenti ai **diritti umani** ha coinvolto, in tutto il Gruppo MFE, 71 persone in Italia e sono state erogate 159 ore di formazione.

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 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.

Complessivamente il Gruppo nel corso del 2022 ha erogato circa 36.019 ore di formazione, in aumento del 4% rispetto al 2021.

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 2022 sono state erogate circa oltre 14.000 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 2022, corsi di Lingua straniera (2.708 ore), corsi di formazione sul digitale (1.250 ore) e corsi di inserimento all'attività lavorativa (3.961 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.

Si evidenzia come nel corso del 2022 il 66% della forza lavoro abbia svolto almeno un'attività di training con una media di 10 ore di formazione pro-capite.

La XII edizione del Master in Creazione e Gestione dei Contenuti Audiovisivi dell'Università Europea di Madrid, inaugurato nell'ottobre 2021 e svoltosi nel corso del 2022, ha avuto una partecipazione di 23 studenti e ben 4 dipendenti del Gruppo hanno ricevuto una borsa di studio per svolgere tale Master.

Evidenziamo inoltre, sempre nel 2022, la concessione di borse di studio "Sumas Talento" per il Diploma di recitazione e creazione audiovisiva di Madrid Audiovisual Drama School (MADS). Grazie a questa iniziativa, Mediaset Spagna fornirà una borsa di studio completa a cinque studenti che faranno parte della prima edizione del diploma, la cui durata sarà di tre anni.

4.5 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 2022 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 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	2022			2021		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Full-time	2.459	2.127	4.586	2.463	2.117	4.580
Part-time	55	217	272	71	238	309
Totale	2.514	2.344	4.858	2.534	2.355	4.889

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, la cui prima fase si è conclusa a fine 2022 attraverso il completamento della ristrutturazione del secondo piano di viale Europa 46. Nel 2023 si prevede

il completamento della fase pilota, che si realizzerà con la ristrutturazione completa dei primi tre piani del palazzo di Viale Europa 46.

Nel 2022 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 e la 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.

La **nuova intranet aziendale**, lanciata nel 2020, continua ad essere 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 Mediacyber 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 120 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.

4.6 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 Metalmeccanico, 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 fase di negoziazione che limiti gli impatti per i lavoratori e, ove possibile, migliori le eventuali previsioni contrattuali.

Il 26 maggio 2022 si è conclusa la trattativa sindacale per il **Rinnovo del CCNL per le Imprese Radiotelesive, Multimediali e Multiplatforma**, con validità quadriennale, che ha portato alla rinegoziazione della disciplina di rapporti di lavoro a tempo determinato, per i quali è stata prevista una durata complessiva massima di 48 mesi sulla base di specifiche clausole.

Sul tema appalti, L'art 7 del CCNL ha rafforzato i controlli sulla sicurezza sul lavoro e il rispetto dell'applicazione del contratto nazionale di lavoro da parte delle imprese appaltatrici, chiedendo l'applicazione dei contratti sottoscritti dalle OOS maggiormente rappresentative. Sono inoltre state introdotte sezioni comunicative relative all'applicazione dei contratti d'appalto.

Relativamente alla malattia, è stata superata la disciplina transitoria presente nel precedente rinnovo, prevedendo una integrazione della copertura retributiva oltre i limiti previsti per Legge.

Nel mese di novembre è stata presentata la piattaforma unitaria per il rinnovo dell'AIA scaduto il 31.12.2021, mentre nel mese di dicembre è stato sottoscritto da CISL e CGIL il verbale d'accordo per il rinnovo della Polizza Sanitaria attraverso il quale si è continuato a garantire ai dipendenti le medesime coperture assicurative della precedente polizza e la possibilità di estendere la polizza ai familiari.

Nella stessa data è stato siglato inoltre il verbale che rende definitivo l'accordo di Smart Working, sottoscritto nel 2021 in fase sperimentale.

Per l'intera durata dell'anno 2022 è proseguita l'attività di confronto periodico con i **Comitati D'emergenza Coronavirus** (per i territori di Milano e Roma), come previsto dall'art.13 del protocollo condiviso del 13/03/2020, composti dalla RLS aziendale, dal Datore di Lavoro, dal RSPP di gruppo e dalla Direzione del Personale, con incontri periodici su iniziativa dall'azienda e/o attraverso stimoli provenienti dalla RLS.

Gli incontri sono stati finalizzati alla gestione delle policy aziendali e delle varie procedure e protocolli emanati, poi pubblicati in una sezione dedicata della intranet aziendale, sotto la responsabilità della Direzione Prevenzione e Protezione (Datore di lavoro e RSPP), o alle iniziative di screening, sanificazione e igienizzazione degli ambienti di lavoro.

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 corso del 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.

4.7 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, nel 2020 il Gruppo MFE in Italia 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 per la Corporate e per tutte le 14 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.,

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.

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., Radio Subasio S.r.l., Radio Aut S.r.l. e R2 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 DNV. 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.

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	2022	2021
Numero totale di infortuni sul lavoro registrati	32	29
Numero totale di decessi dovuti ad infortuni sul lavoro	-	-
Numero totale di infortuni gravi escludendo i decessi	-	-
Ore lavorate	8.007.744	8.089.122
Numero di casi di malattia professionale	-	-
Tasso di infortuni sul lavoro registrati	4,0	3,6
Tasso di decessi dovuti ad infortuni sul lavoro	-	-
Tassi di infortuni gravi sul lavoro esclusi i decessi	-	-

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.

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 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 2022, 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.

Non si sono inoltre verificati infortuni 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.

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,

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

Il piano di prevenzione dei rischi sul lavoro garantisce la conformità dell'azienda con le disposizioni legislative sulla prevenzione dei rischi sul lavoro e i requisiti previsti dalla OHSAS 18001:2007 per la prevenzione dei rischi professionali standard.

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 2022 si è provveduto a continuare la formazione in salute e sicurezza, per varie categorie di lavoratori, attraverso corsi on-line.

Nel corso del 2022, non si sono registrati infortuni gravi mentre si sono verificati due infortuni non gravi tra i dipendenti del Gruppo MFE in Spagna. Non sono verificati casi di infortuni relativi a personale esterno.

Sempre nel corso del 2022 ci sono stati due casi di malattia professionale.



IMFE
MEDIATORE EUROPEO

**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, Twentyseven, 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 2022 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 2022	INDIVIDUI			TARGET COMMERCIALE		
	24 ore	Prime Time	Day Time	24 ore	Prime Time	Day Time
Canale 5	17,4%	15,9%	18,0%	18,4%	18,0%	18,8%
Italia 1	4,8%	5,8%	4,5%	6,7%	7,6%	6,6%
Retequattro	4,2%	4,9%	4,1%	3,1%	3,5%	3,0%
TOTALE RETI GENERALISTE	26,4%	26,6%	26,6%	28,2%	29,1%	28,4%
TOTALE RETI SEMI-GENERALISTE	10,7%	10,7%	10,2%	11,9%	11,4%	11,6%
TOTALE MEDIASET ITALIA	37,1%	37,3%	36,8%	40,1%	40,5%	40,0%

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 **250 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 le società controllate Medusa, Taodue e Medset, il Gruppo si assicura la produzione e la distribuzione di film e fiction televisive.

La diffusione dei contenuti multimediali e televisivi prodotti da Taodue è gestita, oltre che da canali interni al Gruppo, da una società terza, attraverso la stipula di appositi mandati di distribuzione che ottemperano agli obblighi di Legge previsti (es. Visto Censura).

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 che sono come sempre in linea con quelli che identificano il Gruppo MFE, cogliendo ed a volte anche anticipando i cambiamenti in atto nella società italiana.

Il settore cinematografico nel 2022, seppur in misura minore rispetto ai 2 anni precedenti, è stato ancora caratterizzato dall'impatto del Covid 19.

Le sale, infatti, pur non facendo registrare periodi di chiusura imposti dalle autorità, si sono viste penalizzare da provvedimenti che hanno proibito la vendita di cibo e bevande fino a marzo e imposto l'obbligo dell'uso delle mascherine fino al 15 giugno.

In generale, quindi, l'ingresso in sala è ancora lontano dall'essere percepito come un'attività di svago "normale", come lo era nel periodo pre-pandemico: le restrizioni presenti nella prima parte dell'anno infatti hanno contribuito a consolidare nuove abitudini di fruizione del prodotto cinematografico (segnatamente le piattaforme di distribuzione on line) che hanno vissuto un vero e proprio boom.

I mesi estivi e la seconda parte dell'anno in generale hanno fatto però registrare sintomi di ripresa che, pur conservando un chiaro segno negativo rispetto al triennio 2017-2019, inducono un certo ottimismo per il futuro.

L'analisi quantitativa evidenzia che rispetto al 2021 gli incassi sono aumentati dell'81% (+80% a livello di presenze): il confronto con l'anno precedente è però fuorviante a causa delle pesanti chiusure imposte alla sale. Più significativo (pur tenendo conto dei citati limiti presenti anche nel 2022) è il confronto rispetto alla media del triennio 2017-2019: in questo caso di evidenza un calo del 48% degli incassi e del 52% delle presenze.

Le accennate restrizioni ancora presenti nella prima parte dell'anno hanno contribuito a far sì che le società di distribuzione cinematografica optassero per un approccio prudente, spostando le uscite importanti nel secondo semestre dell'anno. Medusa non ha fatto eccezione in tal senso: nel primo semestre dell'anno (quello storicamente più forte) sono stati distribuiti soltanto 2 film con peraltro un target di pubblico prevalentemente "cinefilo" (il primo che ha ripreso ad andare al cinema) : "Una femmina", di F. Costabile, presentato al festival di Berlino e "Nostalgia" di M. Martone, presentato a Cannes e candidato italiano per gli Oscar. Il secondo semestre ha visto l'uscita di 6 film: per i primi 3 ("Un mondo sotto social", "Tutti a bordo" e "Il ragazzo e la tigre") i risultati

sono stati sostanzialmente in linea con le aspettative, ovviamente ridottesi a causa di un mercato ancora incerto. I 3 film usciti nell'ultima parte dell'anno ("La stranezza", "Vicini di casa" e "Il grande giorno") hanno invece presentato risultati significativi, sia in termini di incasso, che di riconoscimenti da parte della critica. In particolare "La stranezza" di R. Andò ha coniugato il grande cinema d'autore con il pubblico più vasto di Ficarra e Picone, mentre "Il grande giorno" di M. Venier, ha riportato Aldo, Giovanni e Giacomo agli antichi fasti combinando la loro comicità con la vena malinconica classica della commedia all'italiana.

Per quanto riguarda la Società **Medset**, il risolversi almeno parziale della situazione di crisi sanitaria e l'allentamento delle relative misure di contenimento della stessa adottate dal governo centrale hanno determinato una ripresa dell'intera filiera della produzione cinematografica e della frequentazione delle sale cinematografiche nel corso del 2022.

Questo ha permesso l'uscita cinematografica di produzioni già realizzate, il completamento di nuovi progetti, nonché la pianificazione di attività di sviluppo e produttive a breve e/o medio termine. Nella logica di ripresa dell'attività della Società anche il regime di cassa integrazione per il solo dipendente attivato ad aprile 2021 è stato revocato.

NEWS E SPORT

Nel corso del 2022, l'informazione News e Sport nelle Reti e piattaforme multimediali MFE ha sviluppato e 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 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 informazioni.

A partire dal 2019 si è realizzato un nuovo passaggio: sei testate (*TG4, Studio Aperto, Tgcom24, Sport Mediaset, Pagina 101* e *RMC*) sono state chiuse e trasformate in **brand**. L'Agenzia, che a fine 2022 poteva contare su un organico di **185 giornalisti**, da semplice fornitrice di servizi per le testate, è divenuta produttrice e distributrice di contenuti multipiattaforma attraverso i suoi brand: essa alimenta costantemente il canale all news Tgcom24, fornisce contenuti ai telegiornali nazionali e ai programmi di infotainment 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 2022 è stato di **3,3 milioni di utenti unici al giorno**, totalizzando complessivamente tra Web e App una media mensile di **23,6 milioni** di utenti unici³²;

Per quanto riguarda il traffico **social**, sono oltre **2,4 milioni i fan attivi su Facebook**, **1,4 milioni su Twitter**, **1 milione su Instagram** e **66 mila follower su LinkedIn**, in crescita rispetto allo scorso anno.

L'agenzia News e Sport, nel corso del 2022 ha autoprodotta, inoltre, **3 Docufilm** di approfondimento giornalistico andati in onda sia sulle generaliste che sulle Tematiche del Gruppo: uno in occasione delle ricorrenze dei 30 anni della Guerra nei Balcani dal titolo **1992-2022 Ritorno all'inferno**, uno per i 100 anni della Marcia su Roma dal titolo **Nella mente del Duce** e infine uno realizzato per la morte della regina dal titolo **The Queen, addio a Elisabetta**.

Infine da segnalare anche l'ingresso di un nuovo prodotto dell'agenzia a marchio TG4, **Diario di Guerra**: sviluppato in concomitanza dello scoppio della guerra in Ucraina e trasformato da luglio in **Diario del Giorno**, ha portato su Rete 4 un nuovo check point quotidiano sui principali fatti di politica e attualità.

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 produttiva che crea, 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 2022:

- 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 è stato confermato **Morning news** nella stagione estiva, mentre nelle Strenne **Mattino 5 news** ha proseguito la sua programmazione con un'impronta più focalizzata all'attualità, alla cronaca e alla politica. Inoltre nella prima quindicina del 2022 anche l'infotainment pomeridiano ha garantito continuità nella versione **Pomeriggio 5 news**
- l'access prime time di Rete 4, **Stasera Italia**, condotto da Barbara Palombelli, punto di riferimento per l'informazione nella sua versione infrasettimanale e che prosegue al Sabato e alla Domenica con **Controcorrente** (condotto da Veronica Gentili). Sempre nel week-end, alla domenica mattina, Rete 4 conferma **Dalla parte degli animali**.
- il prime time di Rete 4, sfida strategica dell'Informazione del Gruppo, 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**, **Dritto e Rovescio**, **Quarto Grado** e **Zona Bianca**.

³¹ media giornaliera su base mensile - fonte dati: Audiweb -

³² fonte dati: Audiweb

- le seconde serate su Canale 5 di *X-Style* e su Rete 4 di *Confessione Reporter* e *Pensa in Grande*.
- Per garantire informazione ed approfondimento costanti durante i principali avvenimenti del 2022 (guerra in Ucraina, crisi di governo, elezioni politiche, morte della Regina, etc.), la Direzione informazione ha espresso un importante 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 le sue "maratone", che hanno permesso agli spettatori di restare al passo con tutti gli aggiornamenti live dei principali avvenimenti elettorali del Paese. E infine con *Verissimo* su Canale 5, che in occasione dei funerali della Regina Elisabetta ha messo in onda una puntata speciale dedicata alla diretta di tutto il cerimoniale di questo importante intervento internazionale.
- 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 metereologi, 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 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, tra radio del Gruppo in Italia e altre radio nazionali e regionali;
- il traffico digitale³⁴ per meteo.it sul Web e mobile nell'anno 2022 è stato di 226.000 utenti unici al giorno, totalizzando complessivamente tra Web e App una media mensile di 2.94 milioni di utenti unici³⁵;

Per quanto riguarda il traffico **social**, sono **1.188.000 i fan attivi su Facebook**, **37.600 su Twitter** e **129.000 su Instagram**.

Con riferimento all'**informazione sportiva** (terzo asse del sistema integrato), il Gruppo si è aggiudicato per tre anni (2021-2024) il diritto a trasmettere sulle proprie piattaforme un totale di **121 partite di UEFA Champions League** a stagione. MFE, infatti, 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

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

³⁴: media giornaliera su base mensile - fonte dati: Audiweb -

³⁵: fonte dati: Audiweb

online). Inoltre, Mediaset offre ogni stagione anche la visione di altre 104 partite in diretta streaming pay.

Altre due grandi esclusive che si è garantita MFE, sempre per le tre stagioni 2021-2024, sono i diritti della **Coppa Italia** e della **Supercoppa italiana**.

Per l'informazione sportiva, nello specifico, oltre ai tg (**Sport Mediaset** e **Sport Mediaset XXL**), è presente un'offerta dedicata alle principali competizioni di calcio: oltre al già citato **Champion League live**, ci sono per la **Serie A**, **Pressing** e **Tiki Taka** sostituito da settembre con **Pressing Lunedì** che hanno saputo offrire al pubblico televisivo un'informazione fresca sia sui maggiori campionati, sia sul Calciomercato.

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;
- **Extreme E**, lo spettacolare campionato che utilizza solo SUV elettrici a emissioni zero per correre fuoristrada nelle zone più impervie del mondo e che ha debuttato nel gennaio 2021;
- **Drive Up**, magazine sull'universo automotive.

MFE inoltre si è aggiudicata, non in esclusiva, fino al 2023 gli **Internazionali di tennis** a Roma (torneo maschile). La copertura del torneo prevede la trasmissione di un match al giorno sui canali free Canale 20 e Italia 1.

E infine **United Rugby Championship**, il nuovo torneo di rugby internazionale che porta in campo i migliori atleti di Italia, Irlanda, Scozia, Galles e dei Campioni del Mondo del Sudafrica, fino alla finalissima del 21 maggio 2022.

Il **traffico digitale**³⁶ per **Sport Mediaset** su web e mobile nell'anno 2022 è stato di **761.000 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 oltre **922.000 i fan attivi su Facebook**, **615.000 su Instagram** e **460.000 su Twitter**, in crescita rispetto allo scorso anno. Nel corso del 2022 è stato introdotto l'account Sport Mediaset su LinkedIn.

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, Twitter ed Instagram) ed un canale dedicato sulla piattaforma YouTube.

Da segnalare le performance della multimedialità dell'informazione: la media mensile dei video visti su web e mobile di TGCom24.it è stata di **147 milioni di video visti**³⁸ nel 2022. L'offerta multimediale di TGCom24 è seguita in media da **3,3 milioni di utenti video unici al giorno**³⁹.

Sul fronte mobile, l'App del TGCom24 ha superato i **3,9 milioni di download** complessivi, con un incremento del 7% rispetto all'anno prima; i download dell'app di **Sport Mediaset** sono arrivati a **2,6 milioni complessivi** con

³⁶ media giornaliera su base mensile - fonte dati: Audiweb -

³⁷ fonte dati: Audiweb

³⁸ fonte dati: Audiweb

³⁹ fonte dati: Audiweb

un incremento del 5% rispetto al 2021. Infine per l'App del Meteo si registrano **6,9 milioni di download**, in crescita del 4 % rispetto all'anno 2021. Da segnalare l'ottima performance dell'app del *Tg5* che nel 2022 ha raggiunto **1,5 milioni di download**, in crescita del 13% rispetto al 2021.

In tema di contenuti, il focus sui temi istituzionali è stato confermato dal rinnovo dei partneriati con Organismi Internazionali - Commissione Europea e Parlamento Europeo - che hanno dato vita nel 2022 a due progetti editoriali multimediali ai quali si è affiancata la partnership con **"THE STATE OF THE UNION"**, l'evento internazionale a cadenza annuale che coinvolge i principali rappresentanti politici e istituzionali dell'Unione, per il quale *TGCom24* è stato selezionato come media partner insieme ad alcune tra le maggiori testate giornalistiche internazionali. Tra le iniziative si consolida il **TGCOM24TOUR**, l'appuntamento mensile che porta gli studi del *TGCom24* sul territorio nazionale attraverso una tappa/evento a cadenza mensile che dà voce alle realtà economiche, politiche e istituzionali delle singole regioni. 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 31/12/2022 alla sua 290ª puntata.

Il Gruppo assicura **la qualità dell'informazione** diffusa attraverso le proprie reti generaliste e non, in quanto autoproduce circa il **90% del prodotto news** diffuso e trasmesso in diretta.

La genuinità e la qualità dei contenuti è garantita dall'immediatezza e attualità delle notizie stesse, grazie alla diffusione live dei contenuti per le All-News (programmazioni esclusivamente dedicate alla trasmissione di news) e i TG, ma anche per il mondo dell'Infotainment; prodotti che rientrano nelle **testate** giornalistiche *Tg5*, *Tgcom24* e *Videonews*.

La configurazione della **Direzione Generale Informazione** favorisce una continua e necessaria cura nella ricerca e nello sviluppo di una notizia. Ciò viene garantito attraverso la verifica di fonti attendibili e veritiere, attraverso una costante attenzione all'attualità, tutto ciò 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.

Tramite la ricerca di 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 di lavoro indipendenti e autonomi**. Le trasmissioni si occupano di attualità, ma 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.

Nel 2022 la pluriennale collaborazione tra RTI e la Rappresentanza in Italia della Commissione europea ha dato il via ad un nuovo ciclo di puntate del consolidato format televisivo **Giovane Europa** in onda sul canale televisivo all news *TGcom24* grazie al contratto di appalto stipulato nel 2021.

Per quanto concerne la partecipazione ai **bandi pubblicati dalle istituzioni europee**, nel 2022 è stato sviluppato e portato a termine il progetto multimediale 2021/2022 **L'Europa che vorrei** relativo alla "call for proposals" COMM/SUBV/2021/M/COFOE pubblicata dal Parlamento europeo per promuovere la partecipazione dei cittadini alla Conferenza sul Futuro dell'Europa attraverso la piattaforma digitale creata dalle Istituzioni europee.

Nel mese di luglio 2022 RTI ha partecipato alla gara di appalto COMM/ROM/2022/LVP/0166 indetta dalla Rappresentanza italiana della Commissione europea per la produzione e broadcasting di format e contenuti televisivi per sensibilizzare i cittadini sul ruolo e le iniziative della Commissione europea. RTI si è aggiudicata il contratto relativo alla procedura tramite l'offerta che ha dato il via, nel mese di novembre, al progetto editoriale "**NEXT – Generazione Europa**".

Nell'ambito delle **Partnership Istituzionali** va segnalata la collaborazione siglata tra **TGCom24 e LUISS Business School** per la realizzazione del progetto Editoriale Europeo 2021/2022. Tale collaborazione si inserisce nel partenariato *TGCom24/LUISS* per lo sviluppo del Corso Executive LUISS dedicato alla **CREATIVITÀ E GESTIONE DEI FORMAT TV** – Innovazione e multimedialità.

Particolare attenzione va dedicata al format **COTTO E MANGIATO-Menù**, in onda su Italia1 da 12 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 nelle ricette proposte, che nell'attenzione verso la formazione dei giovani nel settore food.

Nel 2022 è stata infatti consegnata la **6ª Borsa di Studio COTTO E MANGIATO** per la formazione professionale di Giovani Chef, allievi degli Istituti alberghieri, che partecipano ogni anno al contest del format sulle piattaforme social e in tv.

In collaborazione con **Mediafriends**, *COTTO E MANGIATO* mette infine in contatto gli chef che partecipano alla trasmissione con giovani meritevoli e di talento, favorendo, con successo, l'inserimento di giovani tirocinanti nel mondo della ristorazione.

A completare il quadro, il sistema dell'informazione Mediaset usufruisce di contenuti originali pregiati: anche nel 2022 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 rafforzato 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. La direzione generale informazione è stata anche invitata dalla **Scuola Ufficiali Carabinieri** a presentare all'interno dei corsi di comunicazione dell'arma, le innovazioni tecnologiche effettuate in questi anni, riscontrando molto interesse e curiosità da parte degli ufficiali.

Sul fronte dello sviluppo tecnologico, nel 2022 è stato introdotto **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. In particolare da settembre è stata messa in produzione la prima fase di sviluppo, sia nel sistema di Milano che in quello di Roma. Prima fase che consiste nella **traduzione automatica dei feed dall'inglese** all'italiano e lo **speech to text**, che permette la trascrizione automatica del parlato delle immagini. Malgrado le innovazioni tecnologiche, non è stato possibile procedere all'introduzione del Planning, perchè mancavano ancora alcune facility che sono in ritardo nello sviluppo; si è quindi deciso di mettere in stand by il progetto per riprenderlo più avanti. Con la conclusione del Poc si è quindi proceduto all'implementazione nei sistemi di produzione DALET NEWS e TG5. Le parti di *speech to text* e di traduzione automatica sono state implementate, mentre per la *raccomandation* è stato deciso di posticipare l'introduzione per la non maturità dell' algoritmo che sovrintende ai suggerimenti, e che continuerà ad essere sviluppato nei prossimi mesi.

Tutti gli studi equipaggiati con il play out Dalet sono stati aggiornati alla tecnologia **CubeNG**, così da essere pronti in ogni momento ad ospitare la messa in onda di qualsiasi prodotto News Mediaset. Per più di un mese, durante una delle trasferte in Ucraina, è stata utilizzata sul campo la tecnologia che permette di realizzare collegamenti audio/video e realizzare immagini, tutto solo con un cellulare utilizzato da un giornalista: sono stati realizzati 54 audio/video e 33 servizi, in totale autonomia. Questa tecnologia è a disposizione anche nella sede di Bruxelles, per eventuali urgenze. Per tutta la seconda parte del 2022, sono stati realizzati studi di fattibilità per il progetto di unificare il sistema dalet news e dalet sport. Progetto che partirà fattivamente nel 2023 per essere online nel 2024. Sempre nel 2022 è stato testato sul campo durante la campagna elettorale il sistema **Dalet on the go**, che permette la consultazione delle agenzie testuali, la visione delle scalette e dei video in essi contenuti e la possibilità di inviare video in autonomia nei sistemi Dalet. Il rilascio in produzione è previsto per il primo trimestre del 2023 con circa 70 installazioni.

A partire dal mese di maggio 2022, è stato messo in produzione il primo nucleo dell'**archivio unico**. Al momento contiene i file audio/video realizzati a partire dal 2010 che erano presenti sul sistema DALET NEWS e che hanno più di due anni. Questo consente di ottimizzare gli spazi e la gestione dei video, anche attraverso la soluzione di **Business Intelligence**, sviluppata completamente in casa da Mediaset, su indicazioni della Direzione Generale Informazione. La soluzione di Business Intelligence permette attraverso KPI definiti di monitorare in maniera precisa, ogni fase di lavorazione all'interno del sistema Dalet news. Nel 2022 alcune produzioni che ancora utilizzavano nastri sono state portate a lavorare in modalità full digital, per sopperire alla mancanza dei supporti fisici. Tra la fine del 2022 e il 2023, si provvederà alla razionalizzazione dei processi produttivi, così da evitare gli attuali problemi di gestione del materiale

Nel 2022 è proseguita infine l'opera di distribuzione dei pc portatili, portando tutto il personale produttivo e tutti i giornalisti delle redazioni ad essere equipaggiato con una dotazione mobile. A fine 2022, sono state distribuite a tutto il personale di produzione le cuffie con il microfono, utilizzabili sia a filo che in modalità wifi per rendere sempre più agevole il lavoro in mobilità.

Si evidenzia che nel corso dell'anno la Direzione Generale Informazione ha realizzato **oltre 7.800 ore di autoprodotta**: circa **3.000 ore di tg** e più di **2.000 ore di infotainment** sui **3 canali generalisti**; **2.500 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.

Con il proseguire della crisi pandemica e gli avvenimenti legati alla guerra in Ucraina, la copertura dell'informazione Mediaset si è consolidata ed intensificata all'interno dei palinsesti:

- ▣ l'inserimento di un nuovo appuntamento pomeridiano su Rete 4 (*Diario di guerra* poi evolutosi in *Diario del giorno*);
- ▣ 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.

Tutte le edizioni del **TG5**, sulla rete ammiraglia e tutti i programmi di informazione politica (*Mattino 5 news, Stasera Italia/Controcorrente, Quarta Repubblica, Fuori dal coro Controcorrente Prima serata, Dritto e Rovescio, Zona Bianca*) sono cresciuti rispetto all'anno precedente.

Nel corso del 2022, nonostante le misure di contenimento della pandemia fossero state allentate da parte del Governo, Mediaset ha esteso i presidi a tutela dei dipendenti e dei collaboratori, adattando gli spazi abituali di messa in onda televisiva ai nuovi standard di sicurezza.

L'insieme di queste strategie messe in atto nel Campus di Cologno Monzese e nel Centro di Produzione del Palatino, unite all'imponente struttura tecnologica potenziata negli anni, hanno permesso di continuare a produrre senza interruzioni in totale sicurezza, migliorando le performance rispetto all'anno precedente. 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 inoltre 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, la nuova proposta organizzativa 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, con l'adozione del modello trasversale, 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 la possibilità di arrivare il più preparati possibile di fronte alle sfide poste in essere dall'emergenza sanitaria, di reagire in modo tempestivo, efficace ed efficiente, senza interruzioni dell'attività produttiva. A tale capacità di reazione si è affiancato un aumento delle ore prodotte e il 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 2022 ha visto la ripresa delle attività promozionali radiofoniche sul territorio nazionale. Ne sono un esempio per Radio 105 il Tour invernale Lavazza, che ha toccato località quali Cortina, Madonna di Campiglio, Bardonecchia, il CocaCola Summer Festival con tappa a Lignano Sabbiadoro, Rimini e Paestum e il Tour 105 Save The Sea sulle spiagge di Lido di Camaiore, Senigallia, Caorle e Tropea. RMC è stata impegnata con Umbria Jazz, Sicilia Jazz Festival e il Festival del Cinema di Venezia, per citarne solo alcuni, mentre Virgin Radio ha preso parte al Firenze Rock, agli I-Days, all'EICMA e al Motor Bike Expo. R101 si è occupata della Pittarosso Parade, Subasio è stata radio ufficiale dell'Eurochocolate.

Le **attività sul mondo digitale** hanno continuato ad essere un supporto importante per le radio anche nel 2022, consentendo di mettere a disposizione del pubblico social contenuti salienti di tour, interviste, live ecc.

Lo **smart working** è stato portato avanti per tutto il 2022 consentendo ai lavoratori in presenza in ufficio di mantenere il distanziamento sociale.

Il personale di tutto il Gruppo Radio continua a sottoporsi settimanalmente a test antigenici per monitorare il proprio stato di salute, vista la ripresa delle dirette dagli studi.

Permane la possibilità di trasmettere da remoto in caso di criticità.

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, oltre **9 milioni** i followers sui profili **Twitter** e **22,5 milioni** di followers sui profili **Instagram**.

Al fine di tutelare i processi di monetizzazione dei contenuti Mediaset come l'offerta free e pay in ambito piattaforma OTT (Mediaset Infinity/Infinity+), la commercializzazione dei diritti (B2B) e la distribuzione cinematografica nelle sale, MFE si è dotata nel 2022 di una funzione di Content Protection. La nuova area, in collaborazione con altre funzioni aziendali, opera attraverso accordi con le principali piattaforme social e l'utilizzo degli strumenti di content protection messi a disposizione dalle stesse per le attività di content take down e content stay down; oltre al monitoraggio continuo atto a verificare la presenza di contenuti Mediaset su altre piattaforme

e/o canali di distribuzione per richiederne l'oscuramento.

L'offerta di prodotto digitale di MFE si articola in due principali poli:

▣ **Polo Video:** Mediaset Infinity si conferma il luogo elettivo di fruizione dei contenuti del Gruppo, all'interno del quale, nel corso del 2022, si è consumato il 79% circa delle ore totali di visione complessive dei contenuti video di MFE. Per quanto riguarda l'esperienza digitale dell'utente, nel 2022 Mediaset Infinity ha introdotto nuove funzionalità, arricchito l'interfaccia e sostenuto il percorso di continuo miglioramento tecnologico. Particolare attenzione è stata data al potenziamento tecnico e al rafforzamento dei processi di gestione della banda, volti a garantire la massima qualità e continuità del servizio Mediaset Infinity. In particolar modo, gli effetti di questo lavoro hanno consentito di ottimizzare l'erogazione di eventi che richiedono una gestione complessa sia per il tipo di trasmissione (live) che per i picchi di audience, come i match di Uefa Champions League, nell'anno in cui è stato raggiunto il picco di parco clienti paganti. 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 e degli altri principali vendor) con l'arrivo delle versioni per Apple tv e Sky Glass. Le fruizioni complessive dei contenuti Video sulle Properties MFE sono state pari nell'anno a circa 3,8 miliardi, in crescita del 2% rispetto l'anno precedente ed hanno generato 478 milioni di ore di video complessive in crescita del 3% rispetto al 2021 (Fonte Webtrekk). L'app di Mediaset Infinity del 2022 ha raggiunto 21,8 milioni di download, in crescita del 14% rispetto l'anno precedente.

▣ **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 fatto registrare durante l'anno un'importante crescita raggiungendo complessivamente nel corso del 2022 una Total Audience media giornaliera pari a 3,3 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 2022 circa 14,7 milioni di download, in crescita del 6% rispetto al 2021. In quest'ambito, l'App del TGCOM24 ha raggiunto i 3,9 milioni di download complessivi, con un incremento del parco installato del 6% rispetto all'anno prima (dato aggiornato a dicembre 2022); nel solo anno 2022 i download sono stati 226 mila. Il servizio di previsioni meteo (Meteo.it) ha raggiunto 6,9 milioni di download con una crescita del 4%. I download dell'app SportMediaset sono arrivati a 2,6 milioni (+5% rispetto al 2021); nel solo anno 2022 i download sono stati 123 mila. L'App del TG5 ha raggiunto nel 2022 1,5 milioni di download, in crescita del 13%. (Fonte dati: App Annie al 31 dicembre 2022; 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 2022 circa 1,8 milioni di download in crescita del 17% rispetto al parco di fine 2021.

Evidenziamo come nel corso del 2022 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, al netto delle sovrapposizioni fra i diversi dispositivi rilevati. Nel 2022, considerando la metrica più direttamente connessa alla raccolta pubblicitaria, ovvero quella relativa al numero di video visti (Legitimate Streams), MFE ha consolidato la sua leadership come primo editore sul mercato con una share del **50,3%** e circa 20 punti percentuali di distacco rispetto al secondo editore del mercato.

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 2022 Infinity Lab ha co-prodotto 8 episodi di una docu-serie sulla tutela in Italia ed Europa di foreste, ecosistemi ed animali in via di estinzione. Inoltre, sono state confermate le partnership con alcuni festival in cui vengono premiati ed acquisiti cortometraggi che trattano tematiche ESG.

In particolare, nel 2022 è stato premiato un cortometraggio sull'anoressia nel mondo dello sport.

Per quanto riguarda 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, è stata eseguita una puntuale analisi del rischio. Successivamente, sono state implementate sulla piattaforma Mediaset Infinity le modifiche necessarie alla raccolta dei consensi (cookie banner e cookie policy). Inoltre, in ambito privacy, sono state avviate tutte le analisi di business volte a comprendere le nuove esigenze legate alla raccolta dati personali dell'utente e sulla base delle quali è stata progettata una nuova area clienti che verrà rilasciata nel corso del 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 2022	INDIVIDUI			TARGET COMMERCIALE		
	24 ore	Prime Time	Day Time	24 ore	Prime Time	Day Time
Telecinco	12,3%	10,9%	12,9%	13,3%	12,0%	13,8%
Cuatro	5,1%	5,5%	4,8%	6,0%	6,7%	5,6%
TOTALE RETI GENERALISTE	17,4%	16,4%	17,8%	19,2%	18,7%	19,5%
TOTALE RETI SEMI GENERALISTE E TEMATICHE	8,8%	8,1%	9,1%	9,5%	8,2%	10,2%
TOTALE MEDIASET ESPANA	26,2%	24,5%	26,9%	28,8%	26,9%	29,6%

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.

Più in generale il Gruppo MFE in Spagna è in grado di diffondere e trasmettere il proprio segnale con una **copertura del 98% della popolazione spagnola** attraverso 2.916 centri di trasmissione o diffusione.

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 2022, MFE in Spagna ha diffuso **45.745 ore di programmi sottotitolati**, circa **1.190 ore di trasmissione tradotte con il linguaggio dei segni** e **2.335 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>VIAGGIO NELLA GRANDE BELLEZZA </p> <p>Il patrimonio storico e culturale dell'Italia, con puntate dedicate a luoghi o protagonisti che ci hanno resi famosi in tutto il mondo.</p> 	<p>IL DISCORSO DELLA MONTAGNA - STORIE DI BEATITUDINI </p> <p>Don Marco Pozza racconta la storia di donne e uomini che hanno sofferto ma non si sono rassegnati, hanno combattuto povertà, disuguaglianze, e hanno trovato il modo per risollevarsi. I protagonisti hanno intravisto un senso nella loro vita, spesso grazie a incontri con persone che li hanno accolti senza pregiudizi, per aiutarli a diventare quello che sono oggi.</p> 	<p>I VIAGGI DEL CUORE </p> <p>Un viaggio nei santuari e nei luoghi di spiritualità, italiani e non, con Don Davide Banzato della Comunità 'Nuovi Orizzonti'.</p> 
<p>GIUSTIZIA PER TUTTI </p> <p>Giustizia per tutti racconta la storia di Roberto, un fotografo condannato a trent'anni di carcere con l'accusa di avere ucciso la moglie. Roberto è innocente e in carcere studia e consegue la laurea in Giurisprudenza. Dopo dieci anni dietro le sbarre, riesce a dimostrare la sua innocenza. Una volta fuori dal carcere inizia a collaborare con lo studio legale dove lavorava sua moglie con un'unica missione: difendere e riportare in libertà tutte le vittime di malagiustizia ed errori giudiziari.</p> 	<p>L'ORA INCHIOSTRO CONTRO IL PIOMBO </p> <p>Quando la mafia non esisteva, un giornale l'ha sbattuta in prima pagina. Questa serie in 5 puntate racconta de L'ORA, il giornale fondato a inizio Novecento dalla famiglia Florio, e prende spunto da eventi realmente accaduti tra la fine degli anni '50 e i primi anni '60, focalizzandosi su un periodo cruciale per la lotta alla mafia. L'ORA è stata una palestra di menti vivaci e giornalisti coraggiosi, tutti giovani ed impazienti di cambiare il destino loro e dell'intero Paese, a qualunque costo. Anche della loro stessa vita.</p> 	<p>PIÙ FORTI DEL DESTINO </p> <p>Ambientata a Palermo, nel 1896, in una società in cui le donne e le classi più povere vivono subordinate agli uomini e alla borghesia. All'inaugurazione dell'esposizione delle nuove tecnologie scoppia un incendio che miete tantissime vittime. Soprattutto donne. Quell'incendio sconvolge e infiamma i destini di tre donne che tra tradimenti, inganni e turbamenti romantici lottano per il proprio riscatto, affrancandosi da una condizione in cui le donne e le classi più povere sono subordinate rispetto agli uomini e alla borghesia.</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 alle 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>  </p>	<p>MAURIZIO COSTANZO SHOW </p> <p>Lo storico talk show, ideato e condotto da Maurizio Costanzo, racconta l'attualità italiana attraverso le storie dei suoi protagonisti. È uno spazio in cui, in diverse occasioni, sono affrontati e denunciati episodi di discriminazione, a promozione di una società più equa e inclusiva.</p> <p> </p>	<p>EMIGRATIS LA RESA DEI CONTI </p> <p>Bufalone e Messicano sono i nuovi personaggi interpretati dal duo comico Pio e Amedeo che danno vita a divertenti sketch con ospiti nostrani e internazionali. Fil rouge della nuova edizione è il tema dell'ecosostenibilità per sensibilizzare il pubblico al rispetto dell'ambiente promuovendo l'energia rinnovabile</p> <p> </p>	<p>AMICI DI MARIA DE FILIPPI </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 nelle discriminazioni per genere e orientamento e ha in atto una partnership con Vitasnella per l'utilizzo sul set di sole bottiglie d'acqua 100% riciclabili e stoviglie monouso compostabili per tutti i pasti.</p> <p>  </p>
<p>UOMINI E DONNE </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></p>	<p>TU SI QUE VALES </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> </p>	<p>GRANDE FRATELLO VIP </p> <p>Nei suoi 22 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.</p> <p> </p>	<p>FREEDOM OLTRE IL CONFINE / FREEDOM SPECIALI </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>  </p>
<p>MYSTERY LAND </p> <p>Aurora Ramazzotti e Alvin ci guidano alla conoscenza di luoghi e i protagonisti di storie che lasciano senza fiato, alla scoperta dell'ignoto in un mondo di mostri, vampiri, fantasmi ed alieni.</p> <p></p>	<p>UNA VITA IN VACANZA </p> <p>Maddalena Corvaglia e Gianluca Scintilla Fubelli alla scoperta della storia e della cultura della Sicilia in un divertente adventure game..</p> <p>  </p>	<p>LE IENE / SPECIALE LE IENE / INSIDE </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, ma anche un luogo di scoperta del diverso, di identità e storie personali che gli altri non raccontano. Numerosi, inoltre, i servizi dedicati a clima, crimini ambientali e inquinamento.</p> <p>   </p> <p> </p>	<p>LOVE MI </p> <p>In diretta da Piazza Duomo a Milano concerto di Fedez con tantissimi artisti che si esibiscono a scopo benefico. Conducono Eleonore Casalegno e Aurora Ramazzotti con Gabriele Vagnato.</p> <p> </p>
<p>BACK TO SCHOOL </p> <p>Con Nicola Savino. 25 "ripetenti" VIP tornano sui banchi di scuola per poi affrontare un vero esame di quinta elementare.</p> <p></p>	<p>SEMPRE VERDE </p> <p>Insieme a Luca e a Daniela Sardella andiamo alla scoperta del territorio del nostro paese, delle sue eccellenze e dei suoi straordinari prodotti..</p> <p>   </p> <p></p>	<p>SLOW TOUR PADANO </p> <p>Patrizio Roversi alla scoperta dei luoghi e delle eccellenze enogastronomiche della Pianura Padana. Un viaggio nella ricchezza produttiva, nell'agricoltura e nella storia di quest'area geografica del Nord Italia a bordo di una vecchia motocicletta. Seguiamo la lavorazione del prosciutto, dell'aceto balsamico, del formaggio, del latte scoprendo anche alcuni elementi culturali ed artistici dell'area.</p> <p>  </p>	

TELEVISIONE ITALIA - DOCUMENTARI

<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>LA REGINA DEL NORD ALLA SCOPERTA DELLA LINCE</p> <p></p> <p>Il ciclo di vita di una femmina di lince settentrionale. Assistiamo alla sua resistenza alle temperature estreme dell'inverno, alle sue tecniche di sopravvivenza ed alle sue capacità genitoriali per allevare i suoi cuccioli in una foresta piena di minacce. La vita non è facile per la regina del nord.</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>L'ESSENZA DELL'ACQUA</p> <p></p> <p>In occasione della Giornata della Terra, esploriamo l'acqua ed il suo impatto sul nostro pianeta attraverso le ricerche all'avanguardia degli scienziati di tutto il mondo.</p> <p> </p>	<p>I TESORI DI RE SALOMONE</p> <p></p> <p>La storia del Tempio di Salomone è avvolta nel mistero: non esistono prove concrete che ne dimostrino l'esistenza, ma alcuni reperti rinvenuti di recente sembrano confermare quanto affermato nel racconto biblico.</p> <p></p>	<p>ALLA SCOPERTA DEI PARCHI NAZIONALI DEL NORD AMERICA</p> <p></p> <p>Alla scoperta dei più bei parchi Usa: da Yellowstone al Grand Canyon, dal Parco Nazionale delle Everglades al Parco nazionale Olympic. E ancora: il Parco nazionale Gates of Aric e il Great Smokey Mountains, il Parco Nazionale dei Saguaro e quello di Yosemite.</p> <p></p>	<p>I MAGICI COLORI DELLA NATURA</p> <p></p> <p>Di che colore è il pianeta Terra? Azzurro come i suoi oceani, verde come le sue foreste? Possiamo dire che il pianeta ha un mare di colori ed è ricco di sorprese. Persino nel buio della notte, quando il mondo appare privo di colore, alcune creature hanno trovato il modo di esprimersi sfoggiando le loro piume bianche per intraprendere rituali di corteggiamento.</p> <p> </p>
<p>VULCANI COSTRUTTORI DELLA TERRA</p> <p></p> <p>Grandi province ignee (LIP) possono apparire ovunque e causare enormi danni alla vita. Sono stati identificati accumuli estremamente grandi di rocce magmatiche vicino all'Islanda, ma anche negli Stati Uniti o in Germania. Ancora attivi, cosa hanno in serbo per noi questi 'vulcani mortali'?</p> <p></p>	<p>YOSEMITE</p> <p></p> <p>La Sierra Nevada, una catena montuosa che corre per circa 400 miglia lungo il lato orientale della California e si estende nel Nevada, ospita tre parchi nazionali tra cui lo Yosemite. In quest'area l'acqua ha dato origine agli alberi viventi più grandi della terra, ha alimentato fiumi selvaggi e cascate e reso possibile la vita. Geologi, ecologisti, ricercatori indagano su come il cambiamento climatico stia influenzando una delle più grandi aree selvagge d'America.</p> <p></p>	<p>L'ULTIMA OASI</p> <p></p> <p>Ai margini della Rift Valley in Tanzania, il cambiamento climatico e l'attività umana stanno riducendo la terra lasciata agli animali selvatici ad un ritmo allarmante. Jean Barraud e Romain Quillon hanno filmato ininterrottamente le specie che hanno cercato rifugio nella riserva di Ruaha.</p> <p> </p>	<p>AMAZZONIA IL MONDO PERDUTO</p> <p></p> <p>Le incredibili nuove scoperte archeologiche fatte nel cuore della foresta pluviale amazzonica. Il mondo esterno ha a lungo considerato questa zona selvaggia incontaminata ed abitata da poche tribù sparse, ma ora gli scienziati stanno scoprendo resti urbani che risalgono a secoli prima dell'arrivo degli europei. Scopriamo come le grandi popolazioni che abitavano la regione hanno trasformato la foresta intorno a loro per creare il mondo che vediamo oggi.</p> <p> </p>
<p>IL CUORE SELVAGGIO DELLA SPAGNA</p> <p></p> <p>Il cuore selvaggio della Spagna è custodito tra montagne giovani e ammantate di boschi, dove la vita prospera in armonia con l'ambiente. L'interessante miscuglio di elementi africani ed europei permette la sopravvivenza di animali rari, impossibili da trovare nel resto del mondo. Tra maestosi volatili, predatori feroci e minuscoli organismi potenzialmente immortali, scopriremo le meraviglie della penisola iberica in un viaggio che coprirà tutte le stagioni.</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>IL GRANDE DIZIONARIO DEGLI ANIMALI</p> <p></p> <p>Alla scoperta degli incredibili segreti della comunicazione nel regno animale. Che sia un gesto, una postura o uno sguardo, gli scienziati cercano di interpretare il linguaggio degli animali.</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>L'INVERNO DELLE MERAVIGLIE</p> <p>Al circolo artico si respira qualcosa di magico: i primi fiocchi di neve annunciano l'arrivo dell'inverno. Al Polo Nord l'inizio dell'inverno coincide con un viaggio molto speciale di un'orsa incinta, mentre un cucciolo di trichego deve farsi largo per raggiungere la madre. Al Polo Sud invece è estate ma le temperature sono sempre attorno ai zero gradi ed i pinguini sono pronti a farsi un bagno...</p> 	<p>HITLER CONTRO PICASSO E GLI ALTRI</p> <p>Un viaggio indietro nel tempo a partire dal 1937, quando il regime nazista mise al bando la cosiddetta "arte degenerata" per esaltare "l'arte germanica e ariana". La Shoah dell'Arte, una razza di quadri e sculture dai luoghi di culto e dalle case private dei collezionisti di origine ebraica.</p> 	<p>ROMA IL DESTINO DELL'IMPERO</p> <p>Gli ultimi momenti della Repubblica Romana furono segnati dal terribile duello tra due uomini assetati di gloria, Marco Antonio ed Ottaviano; una competizione tra Alessandria e Roma, ma anche tra giovinezza e maturità. Una lotta epica diventata leggenda, che ha unito passione, guerra, intrighi e sete di potere.</p> 	<p>LEONARDO L'UOMO CHE ANTICIPO' 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>IL SOGNO DI LEONARDO</p> <p>All'alba del Rinascimento, un ragazzo curioso e testardo concepì il sogno più ambizioso: volare come volano gli uccelli. Con le sue idee questo ragazzo sfidò Dio, la natura e gli uomini e diventò un genio universale. Grande inventore, incomparabile pittore, scultore, ingegnere, architetto, Leonardo fu capace di incredibili intuizioni in ogni branca del sapere, inoltrandosi ben oltre i confini della scienza del suo tempo. Un artista completo conosciuto in tutto il mondo.</p> 	<p>TERRA SANTA MISTERIOSA</p> <p>Storie antiche e misteriose in luoghi dove sarebbero accaduti eventi straordinari e miracoli in Terra Santa, come la fortezza di Masada e la Grotta del Latte.</p> 	<p>LE ULTIME RELIQUIE DI GESÙ</p> <p>Archeologia, storia e misticismo convergono in un'indagine che arriva al cuore dei misteri e delle controversie che potrebbero condurci al Santo Graal.</p> 	<p>ALLA RICERCA DEL VOLTO DI GESU'</p> <p>Quali sono le reali sembianze di Gesù? Nel Vangelo non appare alcun accenno. L'origine del volto di Cristo è oggetto di studi ed interrogativi.</p> 
<p>IL MISTERO DELLE RELIQUIE DI SAN PIETRO</p> <p>Il primo degli Apostoli di Gesù, custode delle porte del Paradiso, fondatore della Chiesa cristiana, il primo Papa della storia: Pietro è una figura chiave della religione cristiana. Tuttavia, rimangono molte domande irrisolte sulla sua incredibile vita. Due grandi siti archeologici, a Roma e in Israele, hanno portato alla luce scoperte inaspettate, scuotendo le credenze di lunga data del cristianesimo.</p> 	<p>MARIA MADDALENA I SEGRETI RIVELATI</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>GERUSALEMME MISTERIOSA</p> <p>Quale mistero incarna il Santo Sepolcro? Come e perché viene rivelato? Perché il Muro del Pianto è così venerato? Rivisitiamo i misteri portando nuove informazioni.</p> 	<p>I MISTERI DEL SANTO SEPOLCRO</p> <p>Una seria analisi e una ricerca di elementi che possano dare una risposta alla storicità di Gesù Cristo ed alla Resurrezione del suo corpo.</p> 
<p>IL VANGELO PIU' ANTICO DEL MONDO</p> <p>La storia del Papiro Hanna, il più antico reperto contenente il testo di due Vangeli raccolti insieme. Il papiro è conservato dal 22 novembre 2006 nella Biblioteca Apostolica Vaticana, vero scrigno di bellezza e cultura che ospita capolavori immensi. È stato ufficialmente presentato e donato al pontefice Benedetto XVI dal Sig. Frank J. Hanna III nel corso dell'Udienza del 22 gennaio 2007.</p> 	<p>C'ERA UNA VOLTA IL FUTURO</p> <p>Scopriamo come le innovazioni tecnologiche, i progressi ingegneristici e le imponenti costruzioni di oggi, siano legati strettamente a quanto realizzato nel passato.</p> 	<p>I TESORI DELLE ANTICHE CIVILTÀ'</p> <p>La cultura moderna ha un grosso debito nei confronti delle civiltà che si svilupparono migliaia di anni fa. Il lascito di Greci, Egizi e Romani è ancora oggi evidente in moltissimi campi, dall'arte all'architettura, dall'agricoltura alla scienza, dai rapporti sociali alla comunicazione. Ciò che oggi diamo per scontato, è il frutto di ricerche e intuizioni millenarie.</p> 	<p>MEGA DISASTRI</p> <p>Combinando storia e scienza, Mega Disastri visita i luoghi dei più incredibili disastri del passato, per poi ricrearli virtualmente utilizzando animazione computerizzata all'avanguardia. Osserviamo inoltre quali possono essere gli effetti catastrofici di un cambio climatico radicale sul nostro pianeta.</p> 

<p>I GRANDI OCEANI SELVAGGI</p> <p></p> <p>Gli Oceani ricoprono il settanta per cento della superficie del nostro pianeta e sono abitati da milioni di specie di piante e animali: creature minuscole, giganti degli abissi e temibili predatori. La catena alimentare è sostenuta da organismi quasi invisibili che fluttuano nella corrente e costituiscono il plancton. Dalle barriere coralline alle insenature sulle coste, il plancton è alla base della vita sulla Terra..</p> <p></p>	<p>AUSTRALIA:PERICOLI MORTALI!</p> <p></p> <p>L'Australia è un continente affascinante ma popolato da animali estremamente pericolosi.</p> <p></p>	<p>#CELEBRATED LE GRANDI BIOGRAFIE</p> <p></p> <p>Vite da star. La storia delle più grandi star di Hollywood con interviste e materiale inedito.</p> <p></p>	<p>LE FURIE DELLA NATURA</p> <p></p> <p>I segreti dei tornado, fenomeni temuti e pericolosi. Esperti del settore parlano degli eventi più potenti che si sono abbattuti sul nostro pianeta, spiegando come si formano e come proteggersi dalla loro forza distruttrice..</p> <p> </p>
<p>EGITTO:I NUOVI MISTERI</p> <p></p> <p>Alla scoperta della cultura e dei personaggi più importanti della storia d'Egitto..</p> <p></p>	<p>ATLANTE DEL COSMO</p> <p></p> <p>Un universo nuovo e sorprendente raccontato dai massimi esperti. Il cosmo e le sue meraviglie attraverso le migliori immagini della NASA e dell'ESA, ricostruzioni 3D inedite e innumerevoli grafici, disegni e sezioni.</p> <p></p>	<p>ASTEROIDI, NUOVO ORIZZONTE PER L'UMANITA'</p> <p></p> <p>Gli asteroidi sono i resti del remoto passato del nostro Sistema Solare che ci aiutano a capire la formazione dei pianeti e l'origine della vita.</p> <p></p>	<p>ORE DISPERATE</p> <p></p> <p>Calamità improvvise, come un'inondazione, un tornado, un incidente aereo o un terremoto. Un resoconto di eventi drammatici in tempo reale..</p> <p> </p>
<p>COSE DI QUESTO MONDO</p> <p></p> <p>Oltre 4000 satelliti girano intorno alla terra e ogni giorno ci svelano nuovi fenomeni misteriosi del nostro Pianeta che spesso restano senza spiegazioni.</p> <p></p>	<p>ISLANDA:TERRA ESTREMA</p> <p></p> <p>Le sfide e le strategie straordinarie degli animali che popolano l'Islanda. Come sopravvivono gli animali in questo terreno aspro? Cosa serve per vivere tra ghiacciai, deserti e vulcani? E come affrontare le acque vicino all'ebollizione e allo stesso tempo vicine al gelo?.</p> <p></p>	<p>WILD NORD AMERICA</p> <p></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 natura ricca tutta da scoprire.</p> <p></p>	<p>DYNASTIES II L'AVVENTURA DELLA VITA</p> <p></p> <p>"David Attenborough ci racconta alcune storie di animali che lottano per la propria sopravvivenza e per il futuro delle loro dinastie. Puma, elefanti, iene e ghepardi combattono per le loro famiglie contro ogni avversità.</p> <p>  </p>
<p>FROZEN PLANET II</p> <p></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>   </p>	<p>DEEP SEA IL MONDO SOMMERSO</p> <p></p> <p>Un documentario narrato da Johnny Depp e Kate Winslet che ci mostra l'ecosistema dell'oceano e la sua fauna che comprende pesci rari, calamari, razze e meduse, in particolare al largo delle coste della bassa California, dei Caraibi e della Carolina del Nord.</p> <p></p>	<p>MARCIA SU ROMA 100</p> <p></p> <p>Tommaso Cerno ci narra i retroscena dei concitati giorni di un secolo fa, quando Mussolini sferrò un attacco all'establishment italiano. Un parterre di prestigiosi ospiti (storici, psicologi, esperti di architettura, arte e costume) affiancherà Cerno, "popolando" la copia perfetta del treno che, nella notte tra il 29 e il 30 ottobre del '22 portò Mussolini da Milano a Roma per ricevere dal Re l'incarico di governo.</p> <p></p>	

TELEVISIONE ITALIA – NEWS AND INFOTAINMENT

<p>1992-2022 RITORNO ALL'INFERNO</p> <p>Focus</p> <p>Il commosso ricordo di Toni Capuozzo dell'assedio di Sarajevo del 1992-1996, documentato sul campo. Una testimonianza della crudeltà della guerra ma, in mezzo a tanta disperazione, anche di gesti di solidarietà e umanità.</p> 	<p>NELLA MENTE DEL DUCE</p> <p>Focus</p> <p>Tommaso Cerno ci narra i retroscena dei concitati giorni di un secolo fa, quando Mussolini sferrò un attacco all'establishment italiano. Un parterre di prestigiosi ospiti (storici, psicologi, esperti di architettura, arte e costume) affiancherà Cerno, "popolando" la copia perfetta del treno che, nella notte tra il 29 e il 30 ottobre del '22 porta Mussolini da Milano a Roma, in tempo per ricevere dal Re l'incarico di governo.</p> 	<p>DALLA PARTE DEGLI ANIMALI</p> <p>Focus</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>Focus</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 DIARIO DI GUERRA</p> <p>Focus</p> <p>Approfondimento a cura del Tg4 sui principali fatti del giorno..</p> 	<p>L'INDIGNATO</p> <p>UI</p> <p>Rubrica che tratta temi proposti direttamente dai telespettatori, affrontando storie di disagi del cittadino nel 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 medicosanitario, 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, a 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>REBUS COLLE</p> <p>UI</p> <p>Speciale dedicato alla nomina del nuovo Capo di Stato.</p> 
<p>RACCONTA ANCHE PER NOI</p> <p>UI</p> <p>Speciale in cui Edith Bruck e Sami Modiano ripercorrono la loro esperienza come prigionieri dei nazisti.</p> 	<p>SERGIO MATTARELLA ELETTO 13^ PRESIDENTE</p> <p>UI</p> <p>Speciale dedicato all'elezione del presidente Mattarella.</p> 	<p>MAMMA COME LEI NESSUNO</p> <p>UI</p> <p>In occasione della festa della mamma uno speciale dedicato alle mamme di tutto il mondo..</p> 	<p>STUDIO APERTO MAG - 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>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>ON AIR </p> <p>È lo spazio riservato ai principali appuntamenti culturali in giro per l'Italia. Tra promozione della tradizione e scoperta della contemporaneità, un calendario di momenti di arricchimento culturale per lo spettatore.</p> 	<p>COTTO E MANGIATO I MENÙ </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>L'EUROPA CHE VORREI </p> <p>Format quindicinale dedicato alle tematiche della Conferenza sul Futuro dell'Europa, realizzato in collaborazione con il Parlamento europeo. Ogni puntata è dedicata all'approfondimento di un argomento tra quelli proposti sulla piattaforma della Conferenza sul Futuro dell'Europa: cambiamento climatico e ambiente, salute, economia più forte, giustizia sociale e occupazione, l'UE nel mondo, valori e diritti, Stato di diritto, sicurezza, trasformazione digitale, democrazia europea, migrazione, istruzione cultura, gioventù e sport.</p> 
<p>GIOVANE EUROPA </p> <p>Format realizzato in collaborazione con la Rappresentanza italiana della Commissione europea e dedicato ai temi identitari dell'Unione europea e prioritari dell'Agenda della Commissione Europea.</p> 	<p>ZEROVIRGOLA </p> <p>Appuntamento settimanale dedicato all'economia e alle imprese.</p> 	<p>LAVORO FUTURO </p> <p>Appuntamento quindicinale in collaborazione con Assolavoro dedicato all'approfondimento del mondo del lavoro, alle nuove professionalità e alle opportunità per i giovani.</p> 	<p>TG DEI RAGAZZI </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>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 da sempre convinto sostenitore dello sport come prezioso strumento di integrazione e annullamento delle barriere. Vari, inoltre, i servizi dedicati ad avvenimenti ed 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>TG4 DIARIO DEL GIORNO </p> <p>Approfondimento a cura del Tg4 sui principali fatti del giorno.</p> 	<p>STASERA ITALIA </p> <p>Programma condotto da Barbara Palombelli 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.</p> 
<p>CONTROCORRENTE </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>FUORI DAL CORO </p> <p>Condotto 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>Condotto da Giuseppe Brindisi e realizzato in collaborazione tra Videonews e Tg4. Una prima serata di attualità e riflessione sui fatti del momento, assieme a un parterre di ospiti differente in ogni puntata.</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. E' 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 / POMERIGGIO CINQUE NEWS </p> <p>Barbara d'Urso presenta la nuova edizione di Pomeriggio Cinque: notizie, collegamenti e informazione in diretta. In studio: Simona Branchetti.</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> 	<p>BUONI O CATTIVI </p> <p>Il programma condotto da Veronica Gentili è il racconto di spaccati della realtà italiana, al confine tra il bene e il male. - Appuntamenti monotematici, diversi di puntata in puntata, tramite cui conoscere mediante testimonianze in prima persona i volti più oscuri dell'Italia di oggi: dalle baby-gang di strada, alla violenza sulle donne, fino ai rischi del fanatismo.</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+** (Mediaset 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 </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></p>	<p>RAGAZZI IRRESPONSABILI </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></p>	<p>DIETRO LA NOTIZIA </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></p>	<p>INTRECCI ETICI – LA RIVOLUZIONE DELLA MODA SOSTENIBILE IN ITALIA </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></p>
<p>58BPM </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></p>	<p>IL TERRIBILE INGANNO </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></p>	<p>GREEN STORYTELLERS </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></p>	<p>GREEN STORYTELLERS – FOOD RESCUE </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></p>
<p>STILL HUNGRY </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></p>	<p>POST SCRIPTUM – UNO SGUARDO OTTIMISTA SULLA FINE DEL MONDO </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></p>	<p>GIARDINIERI D'ASSALTO – STORIE DI GUERRILLA GARDENING IN ITALIA </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></p>	<p>ALÉ </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></p>

<p>ONOLULO</p> <p>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></p>	<p>TUTÙ</p> <p>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></p>
---	--

TELEVISIONE ITALIA – CANALI TEMATICI

<p>SCUOLA DI CULT</p> <p>IRIS</p> <p>Enrico Tamburini conduce una rubrica dedicata ai segreti, retroscena ed alle tantissime curiosità del grande mondo del cinema.</p> <p></p>	<p>NOTE DI CINEMA</p> <p>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></p>	<p>ALFABETO</p> <p>IRIS</p> <p>Un breve talk show con la conduzione di Maurizio Costanzo, che ha cambiato il modo di fare tv nel suo genere. Un appuntamento di approfondimento su temi sociali ed attuali attraverso le storie dei protagonisti del cinema, dello spettacolo e della musica.</p> <p></p>	<p>SEGRETI DI CINEMA</p> <p></p> <p>Rubrica di approfondimento. Il critico Tatti Sanguineti racconta storie, aneddoti e curiosità dei film in programmazione</p> <p></p>
<p>PICCOLO GRANDE SCHERMO</p> <p></p> <p>Tatti Sanguineti Alla scoperta di alcuni dei capolavori del cinema italiano degli anni Cinquanta e Sessanta e dei suoi protagonisti, tra cui Dino Risi, Alberto Sordi, Marcello Mastroianni e Vittorio Gassman.</p> <p></p>	<p>DENTRO LO SCHERMO</p> <p></p> <p>Focus, speciali e approfondimenti sui protagonisti del cinema italiano di ieri e di oggi.</p> <p></p>	<p>NOI SIAMO CINEMA</p> <p></p> <p>Un documentario che omaggia il cinema italiano. Da un'idea di Marco Costa. Di Andrea Rurali e Gianluca Genovese, con interviste del TG5 di Anna Praderio e materiali d'archivio Mediaset</p> <p></p>	<p>FOCUS</p> <p>Focus</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, e le storie di persone e 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></p>

ITALIA – RADIO

<p>LA BELLA E LE BESTIE</p> <p></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></p>	<p>LET'S TALK ABOUT SEX</p> <p></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></p>	<p>105 START UP</p> <p></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></p>	<p>IL SEGNALIBRO</p> <p></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. Con le interviste agli autori più amati.</p> <p></p>
--	--	--	---

<p>GIORNATA MONDIALE DELLA TERRA/22 APRILE</p>  <p>Radio Monte Carlo ha deciso di dedicare all'Earth Day l'intera programmazione. Nel corso della giornata interventi mirati e interviste a esponenti delle associazioni che da sempre si battono per la salvaguardia del nostro Pianeta.</p> 	<p>RMC PLANET</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, ect...</p> 	<p>DALLA PARTE DEGLI ANIMALI</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> 
---	---	---

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 25 al 27 novembre 2022. 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 gli speaker Bryan Ronzani e Valeria Oliveri e firmato la line up artistica attraverso la presenza di live musicali.</p> 	<p>GIFFONI FILM FESTIVAL</p>  <p>Dal 21 al 30 luglio 2022 Giffoni Vallepiana è stata teatro della 52esima 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), il cui compito è vedere i film in concorso e discuterne con registi, autori e interpreti, per poi essere chiamati a sceglierne il vincitore. Ogni giorno, inoltre, 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 2022 «Gli invisibili», volto a sottolineare l'importanza del ruolo della cultura e della condivisione di esperienze di questo tipo nel far emergere e valorizzare migliaia di bambini e adolescenti che sono impercettibili agli occhi della società, soprattutto nel periodo post pandemico. 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>EVENTO ETO'O</p>  <p>Il 23 maggio 2022 Samuel Eto'o è sceso sul campo di San Siro insieme a una selezione di "eroi" per l'Integration Heroes Match, incontro di beneficenza nato con lo scopo di rilanciare l'impegno contro ogni forma di discriminazione. L'ex fuoriclasse di Barcellona e Inter e attuale Presidente della Federcalcio Camerunense, è stato l'ambascador ufficiale di uno dei primi incontri al mondo organizzati con lo specifico intento di promuovere l'inclusività e la multiculturalità, sostenuto anche dalla Lega Serie A, da sempre attiva nella promozione dei valori cardine alla base dell'iniziativa. Radio 105 è stata Radio Ufficiale con la presenza dello speaker Daniele Battaglia che è sceso in campo per presentare il match.</p> 	<p>TOUR SAVE THE SEA&PLASTIC FREE</p>  <p>L'8 giugno 2022, in occasione della Giornata mondiale degli Oceani, Radio 105 ha lanciato la partenza del tour estivo Save The Sea facendo proprio il messaggio di alert sull'importanza e sul ruolo cruciale che gli oceani e i mari svolgono per il pianeta. In collaborazione con Plastic Free (associazione di volontariato nata nel 2019 con lo scopo di informare e sensibilizzare più persone possibili sulla pericolosità dell'inquinamento da plastica) la squadra di Radio 105 è scesa in un tour itinerante che ha portato musica, dj, concerti, intrattenimento, giochi e gadget in quattro rinomate località balneari italiane per diffondere ancora meglio il concetto che ciascuno di noi nel proprio piccolo può fare qualcosa per salvare il pianeta.</p> 
<p>MARATONA DI ROMA</p>  <p>Radio 105 si è confermata anche per il 2022 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.</p> 	<p>SIOS (STARTAUPITALIA OPEN SUMMIT)</p>  <p>Nell'ambito del progetto editoriale, confermato anche per il 2022, 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> 		

TELEVISIONE SPAGNA – INFORMAZIONE

<p>INFORMATIVOS TELECINCO 5</p> <p>Il rigore giornalistico, la professionalità e la pluralità hanno reso "Informativos Telecinco" un punto di riferimento dell'informazione televisiva in Spagna, grazie alla modalità di raccontare le notizie e renderle accessibili a tutte le fasce di spettatori. Senza dubbio, la pandemia e le sue conseguenze sono stati gli argomenti che hanno occupato maggior spazio nei notiziari di Mediaset Spagna negli ultimi due anni. Più recentemente, la guerra in Ucraina ha ricevuto una copertura speciale fin dall'inizio del conflitto bellico iniziato nel febbraio 2022. Inoltre, "Informativos Telecinco" si è concentrato su questioni sociali di grande impatto tra i cittadini: è stata posta grande attenzione ai temi legati all'ambiente e al cambiamento climatico (siccità, incendi delle foreste, piani di sostenibilità per la salvaguardia della natura, conservazione dei mari, ecc.) nonché a questioni sociali relative alle disuguaglianze, alla discriminazione, alla diversità ed all'inclusione (crisi alimentare, bullismo, disabilità, diritti LGBT, parità di genere, ecc.).</p> 	<p>CUATRO AL DÍA 6</p> <p>Lo spazio d'attualità di Cuatro si è trasformato in un punto di riferimento dell'informazione con un proprio marchio distintivo. Con un tono e uno stile diversi rispetto ai notiziari più classici, "Cuatro al día fin de semana" propone temi d'informazione nazionale, internazionale, economica e sociale in modo completo attraverso ampi reportage. Inoltre, presta particolare attenzione a contenuti che in altri servizi e programmi hanno meno spazio, come le principali tendenze culturali, musicali e artistiche del momento, le iniziative di solidarietà e di sostenibilità come "La España vaciada" o tematiche relative all'integrazione delle persone con disabilità.</p> 	<p>INFORMATIVO DEPORTES 5 6</p> <p>I programmi di informazione sportiva di Telecinco e Cuatro vanno oltre le notizie legate ai diversi campionati sportivi a livello nazionale o internazionale: gli spazi sportivi di Mediaset España presidiando anche temi con importanti risvolti sociali. Hanno denunciato la discriminazione basata sull'orientamento sessuale, offrendo la testimonianza di chi l'ha subita; durante la "Giornata internazionale della donna", si sono dedicati allo sport femminile e all'importanza delle pari opportunità che devono avere le atlete; nella "Giornata della Salute Mentale", hanno raccolto le testimonianze di atleti che hanno vissuto in prima persona questo problema; hanno affrontato questioni come la guerra in Ucraina o l'assenza della tutela dei diritti umani nel paese in cui si sono svolti i Mondiali del 2022.</p> 
--	---	--

Nel 2022 i telegiornali di Mediaset España, oltre a svolgere il loro lavoro informativo in modo imparziale e obiettivo, hanno anche avvicinato alla società importanti questioni sociali e ambientali, fungendo da relatore per sensibilizzare e invitarla a riflettere su temi come la solidarietà, la responsabilità e la cura per l'ambiente.

In occasione delle seguenti giornate commemorative, le reti del Gruppo Mediaset España hanno infine 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 internazionale delle persone con difficoltà motorie e cognitive
- ▣ Giornata internazionale per la lotta contro l'AIDS
 - ▣ Giornata mondiale per la lotta contro il cancro
 - ▣ Giornate internazionali per la protezione dell'ambiente

TELEVISIONE SPAGNA - INTRATTENIMENTO

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 magazine mattutino di Telecinco si compone di tre sezioni principali: l'attualità, i temi sociali e gli eventi di cronaca. Il programma analizza temi inerenti alla politica nazionale e internazionale, analizzando le principali ripercussioni sulla società, sui consumi e sulla vita quotidiana dei cittadini. Nella sezione dedicata ai temi sociali ed agli eventi di cronaca, si affrontano questioni riguardanti l'ambiente, il cambiamento climatico, la violenza di genere, il bullismo e la discriminazione sociale. Nel capitolo finale del magazine, si dà spazio alla cronaca mondana ed ai temi culturali attraverso interviste con scrittori, attori e registi cinematografici.</p> 	<p>YA ES MEDIODÍA</p> <p>5</p> <p>"Ya es mediodía" è un programma quotidiano di Telecinco che si occupa di temi legati all'attualità: politica nazionale, internazionale, temi sociali, economia e consumi, alimentazione, ambiente e cambiamento climatico, ecc. Questi contenuti vengono affrontati attraverso collegamenti in diretta, interviste e la partecipazione di esperti che approfondiscono i temi del giorno.</p> 	<p>TODO ES MENTIRA</p> <p>5</p> <p>Fedele al suo nome, l'obiettivo del programma è quello di smascherare le "fake news" attraverso interviste con i protagonisti delle notizie, reportage e analisi con gli ospiti in studio. Tutti questi argomenti sono affrontati attraverso il punto di vista ironico del presentatore, Risto Mejide, e dei suoi collaboratori. Le azioni di solidarietà per il popolo ucraino a seguito della guerra, la raccolta di denunce di discriminazione per sesso, età, razza o disabilità e la lotta contro ingiustizie e inganni sono alcuni dei temi ricorrenti del programma.</p> 	<p>YA SON LAS OCHO</p> <p>5</p> <p>Spazio d'attualità che analizza le principali notizie quotidiane, prestando particolare attenzione a tematiche politiche, sociali, culturali, economiche ed anche di cronaca rosa. Temi come la guerra in Ucraina, lo sciopero dei trasportatori e le relative turbolenze sociali, il prezzo della spesa alimentare e dei combustibili, le rivendicazioni della comunità LGBTB, episodi legati alla violenza di genere, il cambiamento climatico, storie di discriminazione per età, aspetto fisico o condizione sociale e questioni ambientali hanno sempre trovato spazio nel programma.</p> 
<p>EN BOCA DE TODOS</p> <p>5</p> <p>In un momento di eventi socio-politici senza precedenti nella storia recente, in cui le nuove tecnologie hanno accelerato il flusso di informazioni e le notizie si susseguono senza quasi tempo per verificarle, i telespettatori sono desiderosi di approfondire le "fonti" degli argomenti che più li preoccupano: le notizie che sono "in bocca a tutti" per capire meglio ciò che accade. La vocazione del programma è quella di fornire le informazioni necessarie affinché gli spettatori possano comprendere esattamente ciò che sta accadendo nell'attualità. "En boca de todos" avvicina gli spettatori alle principali notizie sulla politica e sulla società, contestualizzando l'informazione attraverso un nutrito team di esperti e collaboratori che forniscono una visione chiara e concreta di ciascuno degli argomenti che affrontano.</p> 	<p>EN EL PUNTO DE MIRA</p> <p>5</p> <p>"En el punto de mira" è un programma settimanale di inchiesta in cui un gruppo di reporter approfondisce temi di attualità e di ricerca. I reporter sono dislocati su tutto il territorio nazionale e intervistano i protagonisti per conoscere tutti i punti di vista sul tema affrontato. Nel corso della sua storia, il programma ha cambiato "veste" numerose volte e in una di queste fasi il team di reporter era formato da cinque donne giornaliste. "En el punto de mira" ha condotto indagini sulle lobby del cibo tossico, sulle false terapie per curare l'omosessualità o il commercio di abbigliamento contraffatto. Gli argomenti di attualità spaziano dai crimini irrisolti che hanno avuto un impatto mediatico sulla società fino al monitoraggio in diretta della guerra in Ucraina.</p> 	<p>TODO ES VERDAD</p> <p>5</p> <p>Spazio settimanale in prima serata dedicato all'attualità attraverso la ricerca. In ogni puntata la redazione intende andare oltre la cronaca con interviste ai suoi protagonisti e dando voce alle vittime delle ingiustizie che sono state rese pubbliche nel programma. "Todo es Verdad" è lo spin-off del programma quotidiano "Todo es Mentira", ma c'è una netta differenza tra i due: l'obiettivo di ciascuna delle puntate è infatti approfondire un tema di attualità e offrire spunti d'indagine su di esso, lasciando da parte il tono satirico che caratterizza la versione serale. Nel corso della trasmissione sono stati affrontati, tra gli altri, temi come la salute mentale, l'abuso della chirurgia estetica, le truffe legate alle criptovalute, l'eruzione del vulcano La Palma e la guerra tra Ucraina e Russia.</p> 	<p>FUTURA</p> <p>5</p> <p>Il programma "Futura" si concentra sulle ultime novità in tema di tecnologia, innovazione e scienza, raccontate in modo piacevole e accessibile, per migliorare gli aspetti della vita quotidiana legati al lavoro, alla salute, al tempo libero o al benessere in generale. Ogni episodio affronta le ricerche più recenti legate alla medicina e alla genetica, presentando anche applicazioni sorprendenti o le ultime novità nell'industria della robotica e della scienza con l'aiuto di collaboratori esperti in queste materie.</p> 

<p>HORIZONTE</p> <p>5</p> <p>Dopo una serie di programmi speciali condotti da Iker Jiménez dedicati in modo sistematico alla pandemia da Covid-19, il programma estende la sua portata ad altri temi di attualità, come l'uso dei social media per contrastare la violenza contro le donne, i fondamenti del linguaggio inclusivo, l'eruzione vulcanica a La Palma, il tabù del suicidio, i cybercriminali, la guerra tra Russia e Ucraina, l'alimentazione del futuro, la transessualità nello sport ed il bullismo scolastico.</p> 	<p>PLANETA CALLEJA</p> <p>5</p> <p>Anche nella nuova stagione, il programma ha portato i suoi ospiti e spettatori in luoghi incredibili, valorizzando il tema della protezione della natura, mettendo in risalto i pericoli del cambiamento climatico e l'importanza di preservare tutte le culture e tradizioni.</p> 	<p>VOLANDO VOY</p> <p>5</p> <p>Il programma si pone l'obiettivo di promuovere il ripopolamento delle aree rurali valorizzando le opportunità offerte da queste zone; promuovere valori come la protezione dell'ambiente; promuovere valori legati al rispetto degli animali; incoraggiare impegni legati alla cura dell'ambiente, alla promozione della scienza e della tecnologia; valorizzare le risorse e le possibilità offerte dai luoghi visitati per attirare i giovani, principale motore per il futuro.</p> 	<p>VIAJEROS CUATRO</p> <p>5</p> <p>"Programma di viaggi" che esplora luoghi curiosi sia nazionali che internazionali, mostrando luoghi poco frequentati, la gastronomia, la cultura e le principali tradizioni insieme ad esempi di come alcuni di questi luoghi si siano trasformati grazie ad approcci sostenibili incentrati sulla protezione dell'ambiente. Con lo slogan creato da Mediaset España "España sin ir más lejos" (Spagna senza andare troppo lontano), il programma ha promosso il turismo spagnolo dopo la difficile situazione causata dal lockdown a causa del Covid-19.</p> 
<p>CALLEJEROS</p> <p>5</p> <p>Nuova stagione del celebre Programma di reportage che ha affrontato questioni legate all'ambiente ("Doñana reserva"), alla povertà e alla salute ("Paso hambre", "Las mil viviendas"), alla violenza di genere ("Orden de alejamiento"), al giusto trattamento degli animali ("Mi mascota y yo"), agli sfratti, ai minori in situazioni di rischio, al lavoro clandestino ("Profesión prostituta"), alla sanità, ecc.</p> 	<p>RIO SALVAJE</p> <p>BE MAD</p> <p>Con l'aiuto dei migliori specialisti della pesca, biologi, naturalisti e fotografi, il programma BeMad mostra l'ambiente naturale dei fiumi peninsulari e la tecnica conosciuta come "pesca senza morte". Lo sguardo di Kike Calleja si avvicina anche ad altri scenari spettacolari della Spagna in piena natura: gli orsi bruni del nord di Palencia, la Sima de Candeleros per la pratica speleologica o le formazioni montuose della penisola.</p> 	<p>IUMIUKI</p> <p>5</p> <p>Un programma informativo dedicato alla cura degli animali, che offre curiosità e consigli di esperti che mettono a disposizione la loro esperienza per migliorare il rapporto con gli animali da compagnia: educatori cinofili e felini, esperti di "Agility", fisioterapisti, parrucchieri, ecc. Il programma include argomenti sulla buona alimentazione, lo sport, le allergie, l'abbandono degli animali, le terapie assistite con il cane, etc. Nel luglio 2022 è stato lanciato "Iumiuki veterinaria", uno spazio mensile che offre consigli e raccomandazioni di professionisti del settore sulla salute degli animali domestici.</p> 	<p>MIL PALABRAS Y MÁS</p> <p>5</p> <p>Cuatro trasmette una rubrica settimanale dedicata a libri, tendenze e cultura: 'Mil Palabras & Más', che offre agli spettatori notizie letterarie commentate dai propri autori. Il canale ha integrato la sezione 'Mil Palabras & Más Woman' dedicata al mondo della letteratura interpretata e scritta da donne, in cui le stesse autrici raccontano le loro nuove pubblicazioni.</p> 
<p>GOODBYE COWS</p> <p>5</p> <p>Documentario trasmesso su Cuatro dove quasi una dozzina tra esperti, scienziati e ricercatori hanno discusso di come la scomparsa del bestiame potrebbe influire sul nostro ecosistema. Il documentario ha evidenziato l'importanza dell'allevamento bovino e ha smentito alcuni dei miti più diffusi sull'impronta idrica, sull'inquinamento o sui problemi di salute causati dal consumo di carne.</p> 	<p>MÁS QUE COCHES</p> <p>5</p> <p>Il programma 'Más que coches' offre notizie sul mondo dei motori, effettua test sugli ultimi modelli e aggiorna i telespettatori sugli obblighi ambientali: installazione di caricabatterie elettrici, implementazione di rilevatori di rumorosità, modalità per guidare in modo efficiente o risparmiare carburante. L'attenzione per l'ambiente e la sostenibilità è diventata una delle priorità del programma, dando risalto a notizie sulle auto con motore elettrico, sulle città intelligenti e sul loro impatto sulla mobilità, sulla guida autonoma, sulle etichette ambientali; In breve: sul futuro dell'industria automobilistica.</p> 	<p>LOCOS POR LAS MOTOS</p> <p>BE MAD</p> <p>Lo spazio settimanale di BeMad dedicato alle notizie del mondo dei motori a due ruote, ma con un punto di vista diverso: propone le ultime notizie sulle diverse categorie e competizioni del mondo delle moto, con interviste e reportage, dove trovano spazio anche altre storie come il rilievo acquisito dalle donne nel mondo delle moto e il loro ruolo nelle diverse competizioni e storie di superamento di situazioni tragiche legate alla disabilità, dove la stessa non diventa un problema, piuttosto una sfida da superare.</p> 	<p>DÉJATE QUERER</p> <p>5</p> <p>Il programma in prima serata di Telecinco dedicato alle ricongiunzioni di persone che non sono in contatto da molto tempo o che vogliono fare una sorpresa. Il programma ha raccontato storie di successo di donne, ha celebrato persone che soffrono di disabilità, malattie, o che sono vittime di bullismo; si è schierato contro il maschilismo e ha proposto storie che mostrano la diversità all'interno della società spagnola.</p> 

<p>DELUXE</p> <p>5</p> <p>Programma dedicato alla cronaca sociale attraverso interviste a personaggi pubblici della cronaca rosa e del mondo della cultura (attori e attrici, musicisti, registi, etc.) con l'obiettivo di conoscere a fondo il loro percorso personale e/o professionale. Il programma si è interessato alle vicende della comunità LGBTBI+ attraverso interviste, storie di rilevanza sociale, omaggi e consegne speciali in occasione della celebrazione del Pride, nonché attualità, trattando temi come bullismo, anoressia, bulimia e salute mentale, e dedicando parte del suo tempo a temi come la guerra in Ucraina o la pandemia di coronavirus. Inoltre, la sua posizione femminista è stata molto presente in diverse occasioni, da quelle legate alla Giornata internazionale della donna alla lotta alla violenza di genere, passando per l'omaggio alle figure femministe.</p> 	<p>GOT TALENT</p> <p>5</p> <p>L'edizione spagnola del format internazionale è trasmessa in prima serata su Telecinco e mostra attraverso le sue performance la diversità della società spagnola: artisti che ricordano il dramma dei rifugiati, che prendono posizione contro la violenza di genere e la discriminazione; che richiamano l'attenzione sulla salute mentale, le malattie rare e l'importanza di prendersi cura dell'ambiente; che parlano della musica come risorsa pedagogica e sottolineano la capacità dell'essere umano di superare la disabilità. Inoltre, il talent è stato certificato dal 2021 come programma sostenibile da ALBERT, l'organizzazione ambientalista gestita da BAFTA (British Academy of Film and Television Arts) grazie a una serie di misure messe in atto per ridurre l'impronta carbonica della produzione.</p> 	<p>FIRST DATES</p> 	<p>SÁLVAME</p> <p>5</p> <p>Uno dei format di intrattenimento più rivoluzionari oggi in televisione che unisce l'analisi del mondo dei sentimenti attraverso gli ospiti del programma, con l'intervento dei giornalisti e della redazione. Il programma ha modificato la sua struttura per affrontare temi di attualità come la pandemia di coronavirus, la guerra in Ucraina e le celebrazioni della Giornata internazionale della donna e del Pride. Ha avuto anche sezioni sul femminismo ("Con M de Mujer"), sulla salute ("Una preguntita doctor") e sull'adozione di cani ("Perro que bien!").</p> 
<p>VIVA LA VIDA</p> <p>5</p> <p>Rivista trasmessa nei pomeriggi del fine settimana di Telecinco fino al 24 luglio 2022, incentrata sulle notizie della cronaca sociale, il programma, condotto da Emma García, ha dedicato parte del suo tempo anche all'attualità, dando spazio a temi socialmente rilevanti attraverso interviste, relazioni o tavole rotonde: temi legati alle donne, al femminismo e alla violenza di genere; con la diversità sociale: identità di genere, rivendicazione dei diritti delle persone LGBTBI+, tra gli altri; storie di successo di persone con disabilità o con varie malattie; denunce contro discriminazioni, bullismo,...; e questioni relative al cambiamento climatico (siccità, inondazioni, rimboschimento, tra gli altri).</p> 	<p>BEMAD "LOCOS POR EL CINE"</p> <p>DE MAD</p> <p>Il 1° settembre 2022, il canale più giovane di Mediaset España, ha inaugurato una nuova stagione con la trasmissione quotidiana di lungometraggi acclamati dai principali studi di Hollywood e distributori europei, oltre a film di produzione spagnola, tra cui quelli prodotti da Telecinco Cinema (rete del Gruppo e società di produzione cinematografica) diventando così il primo canale di film nel nostro paese che trasmette gratuitamente e in HD. BeMad struttura la sua programmazione attraverso diversi eventi e cicli legati all'attualità e agli stessi generi cinematografici. Offre inoltre spazi di supporto alla cultura europea con la trasmissione di produzioni di diversi paesi europei e la programmazione di film spagnoli all'interno del contenitore 'Mad in Spain'.</p> 		

TELEVISIONE SPAGNA – CANALI TEMATICI

BOING	DIVINITY	FACTORIA DE FICCION E ENERGY
<p></p> <p>Boing, il canale per bambini di Mediaset España, leader della televisione commerciale in Spagna, offre un'ampia e variegata gamma di contenuti dedicati ai più piccoli della famiglia con l'obiettivo di continuare a contribuire alla fantasia, all'immaginazione e all'intrattenimento televisivo. Serie di animazione e spazi autoprodotti che, oltre a divertire, trasmettono valori come l'importanza della famiglia, il lavoro di squadra e la cura della natura. Il concorso 'La casa de los retos', diventato uno dei tratti distintivi del canale, sviluppa temi culturali e sfide psicomotorie nelle sue prove, oltre a recuperare il valore del gioco con la famiglia. Inoltre, il "Boing Universe" lancia continuamente messaggi - formulati dai personaggi animati del canale - legati alle principali cause sociali: la difesa dell'ambiente (con la partecipazione di "Billie Green", protagonista dello spettacolo musicale 'Boing Planet'); consigli per fermare il cambiamento climatico; la celebrazione delle Giornate Mondiali dell'albero, degli oceani e dell'ambiente; l'importanza di prendersi cura dei familiari; femminismo come la Giornata internazionale della donna o la Giornata internazionale delle donne e delle ragazze nella scienza; o la celebrazione della Giornata di Promozione della Lettura; etc.</p> <p></p>	<p></p> <p>Divinity è diventato un punto di riferimento nella musica spagnola e costruisce la sua immagine aziendale sulla base delle più straordinarie innovazioni musicali, supportando l'industria discografica. Inoltre, il canale ha trasmesso i principali concerti musicali tenuti in Spagna, molti dei quali a scopo benefico. 'Los 40 Primavera Pop', evento che celebra l'arrivo della primavera con i principali artisti nazionali e internazionali. 'Cadena 100: Concierto 30 Aniversario', con 30 numeri uno che hanno suonato la musica degli ultimi tre decenni; Inoltre, il concerto aveva uno scopo di beneficenza a sostegno della Fondazione Atlético de Madrid e Manos Unidas. 'Cadena 100: Por Ellas', un evento musicale di beneficenza a favore dell'Associazione spagnola contro il cancro (AECC), in cui le voci più impegnate del pop hanno offerto il loro sostegno a tutte le donne che hanno avuto il cancro al seno. 'Gala Xacobeas in Concert', un concerto tenutosi in Galizia che, nella sua prima edizione, ha riunito le voci femminili più importanti della scena musicale. 'The 40 Music Awards', i premi musicali più importanti in Spagna, che nella sua ultima edizione hanno assegnato 27 premi suddivisi in 3 categorie: Spagna, Internazionale e Latino globale.</p> <p></p>	<p></p> <p>I principali canali DTT offrono una programmazione fortemente legata alla fiction. Energy costruisce la sua offerta di programmazione con serie di produzione internazionale, principalmente prodotti americani come le saghe 'CSI' e 'Criminal Minds' e titoli come 'Hawaii 5.0', 'FBI', 'The Rookie', 'MacGyver', 'NCIS', 'Los Angeles'... Da parte sua, FDF consolida il suo modello con la programmazione con serie prodotte a livello nazionale: successi come 'La que se avecina' e 'El Pueblo' e classici recenti come 'Los Serrano', 'Cámara Café', 'Aída' o 'Palestra Tony'; inoltre, un ampio catalogo di cinema in prima serata. D'altra parte, entrambi i canali riservano una parte della loro programmazione a contenitori musicali come "Miramimúsica", che include le ultime tendenze in videoclip e spettacoli musicali.</p> <p></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.

Il Gruppo, inoltre, partecipa in joint-venture con Mondadori, al 50% 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.

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);
- ▣ **Sovraimpressioni** 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).

Nel 2022 sono state presentate 9 denunce contro il Gruppo MFE in Spagna, 3 delle quali sono state respinte e 6 non sono state prese in considerazione dall'Associazione per l'autoregolamentazione della comunicazione commerciale.

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.

Evidenziamo che nel corso del 2022 sono state comminate a Mediaset Spagna due sanzioni di € 373.002 ed € 180.813 rispettivamente per presunta inadeguata qualificazione di un programma e presunta trasmissione di pubblicità surrettizia.

Ulteriori controlli di conformità vengono effettuati per quanto riguarda gli spot pubblicitari inerenti il settore del **gambling** e del **betting**.

Da un punto di vista di nuovi modelli strategici di comunicazione pubblicitaria evidenziamo che Mediaset España, nel corso degli ultimi 2 esercizi e successivamente all'acquisizione della società **"Be a Lion"**, leader nel settore della comunicazione digitale, ha proposto nuove iniziative per gli investitori che tendono a massimizzare il ritorno in termini di brand awareness grazie ad un ecosistema pubblicitario trasversale che unisce la forza dei contenuti televisivi con l'innovazione del mondo digital.

Su queste piattaforme digitali, il Gruppo MFE in Spagna, attraverso il Content Committee ed il Digital Committee, ha implementato una serie di controlli che mirano a valutare l'idoneità dei contenuti presentati rispetto ai valori aziendali.

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 Documentazione e Analisi Istituzionale e Direzione Regolamentazione e Adempimenti Istituzionali) presiedono l'osservanza delle disposizioni poste a tutela dei minori nella diffusione dei contenuti.

A seguito delle modifiche introdotte dal citato nuovo Testo Unico, nel 2022 la Direzione Regolamentazione e Adempimenti Istituzionali ha avviato un **processo di analisi** per valutarne l'impatto sulla programmazione, con riferimento non solo all'offerta lineare ma anche a quella non lineare, predisponendo incontri interni con le strutture aziendali coinvolte. In particolare, sono stati organizzati – congiuntamente alla Direzione Documentazione e Analisi Istituzionale – focus specifici sulle novità introdotte a tutela dei minori. Tra le principali novità introdotte dal Testo Unico in questo ambito, si segnalano:

- l'estensione ai fornitori di servizi di media lineari e non lineari della disciplina sull'osservanza delle disposizioni a tutela dei minori contenute nel Testo Unico e nel Codice di Autoregolamentazione Media e Minori (prima applicabili solo alle Emittenti televisive): in particolare, vengono estese le norme sull'adozione di sistemi di segnalazione dei programmi (i 'bollini'), in relazione alla maggiore o minore adeguatezza della visione degli stessi da parte del pubblico dei minori;
- nei procedimenti di contestazione e applicazione delle sanzioni in caso di violazione, la previsione da parte di Agcom del coinvolgimento del Comitato di applicazione del Codice di Autoregolamentazione Media e Minori e l'inasprimento delle sanzioni stesse, comminate da Agcom, in un importo compreso tra un minimo di 30.000,00 e un massimo di 600.000,00 euro.

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. La campagna più recente è stata trasmessa su tutte le reti Mediaset tra giugno e ottobre 2022.

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).

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**, nel settembre 2022, Mediaset ha sottoscritto il Manifesto di Pietrarsa, una 'call to action' promossa dal Garante per la Protezione dei Dati Personali al fine di educare i bambini al valore dei dati personali e accrescere la loro consapevolezza nell'uso dei dispositivi e dei servizi digitali. Raccogliendo l'invito del Garante, Mediaset ha annunciato una prossima campagna istituzionale, prevista per il 2023 – all'interno del progetto "Mediaset ha a cuore il futuro" – dal titolo "Occhio ai dati, ragazzi!" per educare i più giovani e le loro famiglie in materia.

Oltre a questa iniziativa specificamente mirata al pubblico dei minori, anche nel 2022 "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 cittadini più giovani.

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.

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 di giudici 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.

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 della delibera Agcom 680/13/cons "Regolamento in tema di tutela del diritto d'autore nelle reti di comunicazione elettronica" per l'oscuramento di siti pirata che trasmettono contenuti cinema e fiction, di cui deteniamo i diritti di sfruttamento.

Con Delibera n. 233/21/CONS del 22 luglio 2021 - Modifiche al Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica - Agcom ha adottato un **nuovo Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore**, a seguito delle novità introdotte dal Decreto "Rilancio" (Legge n.77/20).

Il nuovo Regolamento prevede un **ampliamento della competenza dell'Autorità** ai casi di diffusione illecita di contenuti in rete mediante i servizi di messaggistica istantanea che utilizzano, anche indirettamente, le numerazioni telefoniche degli utenti e ha inoltre ripristinato la possibilità per Agcom di comminare sanzioni nei confronti di coloro che non rispetteranno gli ordini di rimozione dei contenuti illecitamente diffusi.

Il Gruppo MFE ha seguito da vicino i lavori preparatori alla Direttiva UE 2019/790 sul Diritto d'Autore e i diritti connessi nel mercato unico digitale e al suo recepimento nell'ordinamento giuridico italiano. Con il D. Lgs. 8 novembre 2021, n. 177, sono state apportate alcune modifiche alla Legge sul diritto d'autore, tra le quali:

- Riconoscimento a nuovi soggetti dell'equo compenso (art. 43 bis; art. 84), e dell'equa remunerazione (art. 18 – bis, co. 5; art. 80), e di una remunerazione adeguata e proporzionata (art. 107 e art. 110 – quinquies);
- Modifica della denominazione "equo compenso" in "compenso adeguato e proporzionato (art. 46 bis);
- il Titolo II-quater, rubricato "Utilizzo di contenuti protetti da parte dei prestatori di servizi di condivisione di contenuti online", contenente una disciplina puntuale sulla responsabilità delle grandi piattaforme online per i caricamenti di opere protette effettuati dagli utenti;

Tra le più recenti **pronunce giurisprudenziali sul tema della tutela del diritto d'autore**, si richiama la sentenza n. 1168/2019 (caso RTI c. Vimeo LLC), con la quale la Corte d'Appello di Roma, ravvisando nella condotta del portale quegli "indici di interferenza" già oggetto della sentenza del 2019 (Caso RTI c. Yahoo!) e dell'ordinanza della Corte di Cassazione del 2021 (Caso RTI c. TMFT Enterprises - Break Media), ha riconosciuto la natura attiva

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 i 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."

del provider ed ha confermato importanti principi con riferimento al tema della comunicazione dell'illecito da parte del titolare dei diritti (escludendo la necessità dell'indicazione degli URL relativi ai contenuti ritenuti lesi) ed alla quantificazione del danno da quest'ultimo subito (che va valutato utilizzando, quale misura minima, quella del "prezzo del consenso": il prezzo che sarebbe stato richiesto dal titolare dei diritti per concedere lo sfruttamento del contenuto).

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 Multipiattaforma** 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 (dal momento del rilascio del film fino allo sfruttamento tramite DVD /Blu-Ray).

Si ricorda come anche il **Codice Etico** di MFE in Spagna regoli 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 mantenere un rapporto con i propri utenti, il Gruppo è attivo sui **social**, attraverso le pagine **Facebook**, **Twitter** e **Instagram** e nei **siti delle reti e dei programmi** radio e televisivi, instaurando così un dialogo diretto con il pubblico per raccogliere commenti o segnalazioni anche in caso di repentine variazioni di palinsesto o improvvisi 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 nel corso del 2022 il **TGcom24** ha consolidato la presenza sulle piattaforme social con i profili Instagram, Facebook, LinkedIn, Twitter 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 **24 milioni di utenti unici** e oltre **247 milioni di pagine viste** al mese nel 2022. 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 2022 è stato registrato un notevole incremento dei contatti sulle piattaforme social del **Tgcom24**. In particolare la pagina ufficiale

Facebook conta oltre **2,4 milioni di fan** (*Fonte dati Insight Facebook*), il profilo ufficiale **Twitter** registra **1.4 milioni followers** (in crescita del 17 % rispetto al 2021, *Fonte dati Insight Twitter*), **Instagram** conta **più di 1 milione di followers** e il profilo **Linkedin** totalizza **66.000 follower**.

Evidenziamo infine che già nel corso del 2019 era partita la **misurazione Auditel degli ascolti digitali** sui differenti device; tale misurazione ha portato Auditel dal 1 Maggio 2022 alla rilevazione della **Total Audience**. Quotidianamente vengono analizzati i principali indici di ascolto televisivo per comprendere la visibilità dei prodotti di informazione ed il loro andamento. Grazie a questi strumenti di ricerca quantitativa si riesce ad elaborare delle **analisi sul gradimento**, che consentono di ottimizzare il trattamento dei contenuti proposti e di valutare, nel contempo, i diversi **scostamenti dagli obiettivi editoriali**. Le analisi quantitative risultano essere un valido strumento su cui porre le basi anche per indagini a largo spettro, arricchite da valutazioni di tipo qualitativo e di scenario sul contesto competitivo, col fine di poter 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.

Sempre per il settore radiofonico vengono inoltre svolte delle **indagini sul gradimento del pubblico**, attraverso **TER⁴¹ (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:

⁴¹ 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.

- 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 sia per la raccolta e la gestione delle segnalazioni per problematiche tecniche.

Sono attivi diversi **touch point** tra cui **mail, live chat, whats app** 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 es. **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.

In linea con le società italiane del Gruppo MFE, **Mediaset España** 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** di Mediaset España S.A., attraverso le **applicazioni** create per i singoli specifici programmi o attraverso la nuova piattaforma **PlayBuzz** in cui gli utenti possono interagire in modo anonimo. 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 multipiattaforma**, 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 Antenna**, 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 2022 sono stati effettuati **10 studi qualitativi** (4 Focus Groups ed 6 studi di Marketing online) sull'audience del Gruppo MFE in Spagna che hanno visto la partecipazione di **872 persone**.



IMFE
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.⁴²

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

	2022			2021		
	Totale	Italia	Estero	Totale	Italia	Estero
Beni e prestazioni di servizi	1.137	1.011	126	1.063	981	83
Diritti TV (**)	229	136	93	219	124	95
Altre Immobilizzazioni (**)	45	44	1	81	80	-

SPAGNA

	2022			2021		
	Totale	Spagna	Estero	Totale	Spagna	Estero
Beni e prestazioni di servizi	361	334	26	375	311	64
Diritti TV (**)	109	68	41	112	65	47
Altre Immobilizzazioni (**)	6	6	-	7	6	1

(*) 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.

⁴² 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 della 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 2022 circa il 84% della spesa Gruppo MFE in Italia è relativo a fornitori italiani mentre il 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 2022** è di 60-90 giorni e che alle relative scadenze i pagamenti sono puntualmente eseguiti.

Si precisa che la **selezione⁴³ 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.

43 Art.19 del Codice Etico di Gruppo.

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.

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.

L'**emergenza sanitaria COVID-19** ha rappresentato una discontinuità senza precedenti in termini economici, sociali e di assetti geopolitici a livello globale .

La **Direzione Approvvigionamenti** ha dovuto farsi ancora carico di una parte di incombenze aggiuntive mirate al rispetto della **tutela della salute** delle persone e del mantenimento del "**lavoro agile**":

Oltre alle **regole** imposte ai propri dipendenti per poter accedere ai luoghi di lavoro , il Gruppo MFE anche per il 2022 si è fatto carico di identificare quali fornitori avessero contratti di appalto attivi con prestazioni da rendere presso le sedi del Gruppo e, quindi, quanti e quali dipendenti terzi avessero la necessità di accedere .

Anche nel 2022 ,in particolari casi (aree di produzione), si è continuato a richiedere, preliminarmente alla data di accesso, idonea autocertificazione nella quale il fornitore dichiarava - assumendosene in toto le responsabilità conseguenti al rilascio di dichiarazioni mendaci - che tutto il personale impiegato si era sottoposto a test anticorpali con esito negativo .

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 2022 il **volume degli investimenti** è stato pari a **€ 262,9 milioni**, di cui il 63% per i diritti cinema/serie/doc ed il 37% per i diritti sportivi; l'81% dei fornitori 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 2022 di Champions League, Coppa Italia, Internazionali di Tennis, Formula E e accordi di archivio vari, è stato esteso l'accordo della Nations League per le stagioni 2022-2024. È stato inoltre siglato un accordo per un pacchetto Extreme E 2022-2024 (competizione off-road per veicoli elettrici) e, per quanto riguarda il mondo dell'archivio/conferenze

stampa delle società di serie A, è stata aggiunta la società Monza Calcio per il biennio 2022/ 2023;

- 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 integrato il pacchetto **Paramount** relativamente all'accordo 2021-2022;
- È stato integrato il pacchetto **Disney** relativamente all'accordo 2021-2022;
- Diritto di utilizzo dei contenuti, per il 2022, 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 Dos Vidas acquisita da **StudioCanal**, sia per nuovi contenuti sempre per il day time come la soap Bitter Lands da **ITV Intermedya**, che per contenuti evento per la prima serata come la seconda stagione della miniserie Sissi, in premiere assoluta da **Beta Film**;
- È stato finalizzato un pacchetto biennale, per le annualità 2022/2023, per l'acquisizione di diritti free tv per titoli library di importanti franchise da **Studio Canal**;
- E' stato rafforzato l'impegno sui **documentari** con l'acquisto di 380 ore da una platea amplissima di quasi 40 fornitori, tra cui si evidenzia anche un accordo biennale 2022/2023 con **BBC**;
- 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**. Di particolare interesse l'acquisto dalla società Tramp della serie "Incastrati". 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 2022 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 2022 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 Generale Contenuti.

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 Acquisti Intrattenimento (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 2022 evidenziamo che la Direzione Acquisti Intrattenimento ha gestito circa **500** contratti relativi ad appalti, licenze e forniture di servizi. Relativamente alle collaborazioni artistiche in ambito intrattenimento ha finalizzato **15.310** contratti oltre a **735** afferenti il settore musicale.

La Direzione Risorse Artistiche, nel corso del 2022 ha stipulato **7.360** contratti per un totale di **993** 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 **40** 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, informazione, spettacolo, internazionale sono in maggioranza italiani e di altri paesi 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 principalmente 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 del programma nonché valutando le caratteristiche professionali e l'esperienza del collaboratore.

Fiction - Il prodotto fiction presente nell'offerta editoriale del Gruppo MFE è realizzato sia attraverso l'attività della controllata **Taodue** che attraverso il ricorso a produzioni di terzi indipendenti; complessivamente, nel corso del 2022, tale attività ha generato circa **60 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 **180**, principalmente residenti sul territorio italiano, mentre una parte minore proviene dagli Stati Uniti.

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 175 **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 80 Spa, 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**⁴⁴.

⁴⁴ I 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.

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 spa, Virgin Radio Italy Spa, RMC Italia Spa, 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. 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 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 nell'anno 2022 - pur con le criticità e le difficoltà correlate ancora allo stato di emergenza e alle ripercussioni economiche della guerra è proseguito lo sforzo per efficientare il **processo di accreditamento dei fornitori** che ora prevede maggiori e più approfondite verifiche sui fornitori attivi.

Nel 2022 si sono maggiormente consolidate le funzionalità implementate nella piattaforma **Synertrade** per la gestione dei fornitori e si sono predisposti interventi migliorativi per quanto attiene gli aggiornamenti automatici dei dati da Synertrade a Sap (sistema contabile).

E' stato consolidato il nuovo processo di **gestione strutturata dei subappalti** ora tracciabili e gestiti nella piattaforma Synertrade.

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) ed in funzione dell'impiego di personale (dipendenti o collaboratori diretti del fornitore o personale di terzi cui viene subappaltata la prestazione).

Nel corso del 2022 è entrata in esercizio la nuova versione del **Vendor Rating** con un nuovo questionario volto a contemplare anche le **tematiche ESG**; tale valutazione qualitativa del fornitore viene utilizzata anche per la scelta dei soggetti da invitare a gare e per i rinnovi di alcuni 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 26.0%, 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 2022, a proporre le proprie iniziative di formazione rivolte a persone non dipendenti dall'Azienda, finalizzate a 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.

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.

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.

La Direzione Generale Informazione ha inoltre rafforzato la collaborazione strategica con il Master in Giornalismo IULM, attraverso la partecipazione al Comitato Scientifico, alla gestione del Laboratorio giornalistico ed agli stage nelle redazioni dei programmi e dei TG Mediaset.

Nel 2022 gli studenti del Master in Giornalismo IULM ospitati in stage nelle redazioni Mediaset (tv, web, mobile e radio) sono stati 9, 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, IFG Urbino) e nel 2022 ha offerto la possibilità di effettuare stage a 20 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 2022 (gennaio-maggio e settembre-dicembre), il Master ha offerto, ai suoi **61** partecipanti, **170** giornate di corso per complessive **1190** ore di formazione; con riferimento all'edizione gennaio-maggio 2022, i **31** 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 con loro le principali Istituzioni associative locali e gli esponenti del mondo economico – imprenditoriale.

Il Master, giunto ormai alla sua **trentaquattresima 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 2022 ha preso il via un importante progetto congiunto fra Direzione Operazioni e Direzione Risorse Umane, volto ad offrire un percorso formativo professionalizzante a giovani diplomati nel settore della produzione televisiva.

La "**Scuola dei Mestieri**" è stata pensata 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 2022 ha coinvolto 34 studenti, ha preso il via presso i centri di produzione di Roma attraverso una convenzione con l'Istituto di Istruzione Superiore Cine Tv Roberto Rossellini, mentre a Cologno una analoga iniziativa è stata lanciata in collaborazione con la Scuola Civica di Cinema Luchino Visconti. Tali percorsi prevedono un percorso 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 2022, si sono succedute sette campagne:



Giornata internazionale della donna. (dal 6 al 13 marzo 2022). La campagna mostra l'impegno di Mediaset per promuovere valori come l'uguaglianza, sostenendo la parità di genere. Lo spot celebra le donne nell'affermazione di se stesse: sono mostrate immagini di donne impegnate in diversi tipi di attività, con lo scopo di sensibilizzare verso una vera parità di ruoli.



Giornata mondiale della terra (21 e 22 aprile). In occasione dell'Earth Day, istituito dalle Nazioni Unite nel 1970, per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla necessità e l'importanza della conservazione delle risorse del pianeta, Mediaset celebra la ricorrenza con uno spot realizzato per ricordare al pubblico che il pianeta è la nostra casa, unica e insostituibile.



Giornata mondiale dell'Oceano (dal 6 al 8 giugno). Mediaset sostiene la Giornata Mondiale degli Oceani, dedicando al tema una importante campagna di sensibilizzazione. Lo spot, realizzato in collaborazione con l'Acquario di Genova, ha per protagonisti i bambini, che invitano tutti a prendersi cura dei nostri mari, con lo slogan "L'oceano merita un mare d'amore".



L'Italia è unica: riscopriamo il patrimonio italiano (dal 17 luglio al 27 agosto). L'Azienda, con il patrocinio del Ministero del Turismo, lancia una campagna, composta da tre differenti spot, che mostrano il patrimonio artistico e naturale italiano, per sensibilizzare il pubblico a riconoscere il valore del nostro patrimonio culturale e visitare le regioni italiane.



Che spettacolo la cultura (dal 8 al 16 ottobre). La campagna vede centrale l'impegno effettivo del Gruppo per promuovere la cultura, evidenziando e valorizzando le iniziative portate avanti in quest'ambito negli ultimi anni. Nelle 35.000 ore di emesso, tra documentari, teatro e programmi culturali, Mediaset mette al servizio del proprio pubblico un'ampia offerta di approfondimenti per valorizzare il patrimonio nazionale e globale.



Pensa prima, agisci prima (dal 23 al 30 ottobre). Giunta alla sua quarta edizione, l'iniziativa conclude il mese di ottobre, da sempre dedicato alla prevenzione del tumore al seno. Si compone di uno spot, che invita a comprendere l'importanza della prevenzione e agire per tempo, 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 21 al 25 novembre). La campagna, volta ad aiutare le vittime di violenza, è concentrata sulle primissime fasi che portano a rapporti violenti, la maggior parte dei quali, inizia proprio con le parole (*"La violenza comincia sempre con le parole"*). Per un sostegno su tutti i mezzi, la campagna digital offre l'accesso diretto ad una chat dedicata con il numero 1522, con un semplice click sui banner presenti sulle pagine.



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 sempre viva l'attualità dei problemi affrontati.

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 Pinuccio sull'inquinamento ambientale nelle province di Bari e Foggia o nei servizi di Stefania Petyx sulle discariche a cielo aperto 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 2022 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 "Airalzh", impegnata nella sensibilizzazione contro gli effetti devastanti dell'Alzheimer promuovendo la prevenzione e la ricerca. Nel giugno del 2022 si è promossa la giornata Nazionale dell'AIL contro le malattie del sangue.

Sensibili anche alla problematica della guerra in Ucraina a sostegno di "White Milk Foundation".

Frequenti le citazioni spontanee durante le dirette. Ad es. su RMC Rosaria Renna e Max Venegoni hanno affrontato il tema della prevenzione ricordando le Arance della Salute di Fondazione AIRC, impegnata nella lotta ai tumori, oppure sostenendo la ricerca con l'azalea, sempre di Fondazione AIRC, in occasione della festa della mamma. Durante il periodo natalizio invece, gli speaker di RMC hanno divulgato l'iniziativa Stelle di Natale AIL, a favore della raccolta fondi per combattere i tumori del sangue.

Silvia Notargiacomo durante le sue trasmissioni su R101 ha parlato di una app milanese "Prenda un nipote" per aiutare gli anziani a sconfiggere la solitudine e ha dato informazioni al pubblico all'ascolto circa l'iniziativa "Children for you", a sostegno dei bambini o dell'iniziativa degli amici di Napoli "Giocattolo sospeso" per i bimbi di famiglie meno abbienti.

Le Radio del Gruppo continuano il loro impegno per il sociale con spazi in onda quali la rubrica di Michela Vittoria Brambilla "Dalla parte degli animali", all'interno di "Cari Amici di R101" in cui si affrontano temi come il randagismo e l'abbandono.

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 2022 **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 purchè 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.

Il portfolio conta al 2022 **10 start-up** tutte con attività in Italia e con un management che conferma l'età molto

giovane (appena sopra i trent'anni). Il periodo di fondazione delle società ricade in un arco temporale compreso tra il 2010 ed il 2019.

La progressiva maturità del modello e la crescente visibilità di Ad4Ventures all'interno delle dinamiche del Gruppo, ha reso l'aspetto della sostenibilità sempre più centrale in fase di recruiting. La copertura dell'area ESG è diventata così, in più di una occasione, la vera discriminante nella scelta delle start-up.

A questo proposito dopo **Pascal** (e-commerce di carne bovina ecosostenibile, tracciabile e proveniente solo da allevamenti estensivi) è indicativo l'investimento in **TherapyChat**.

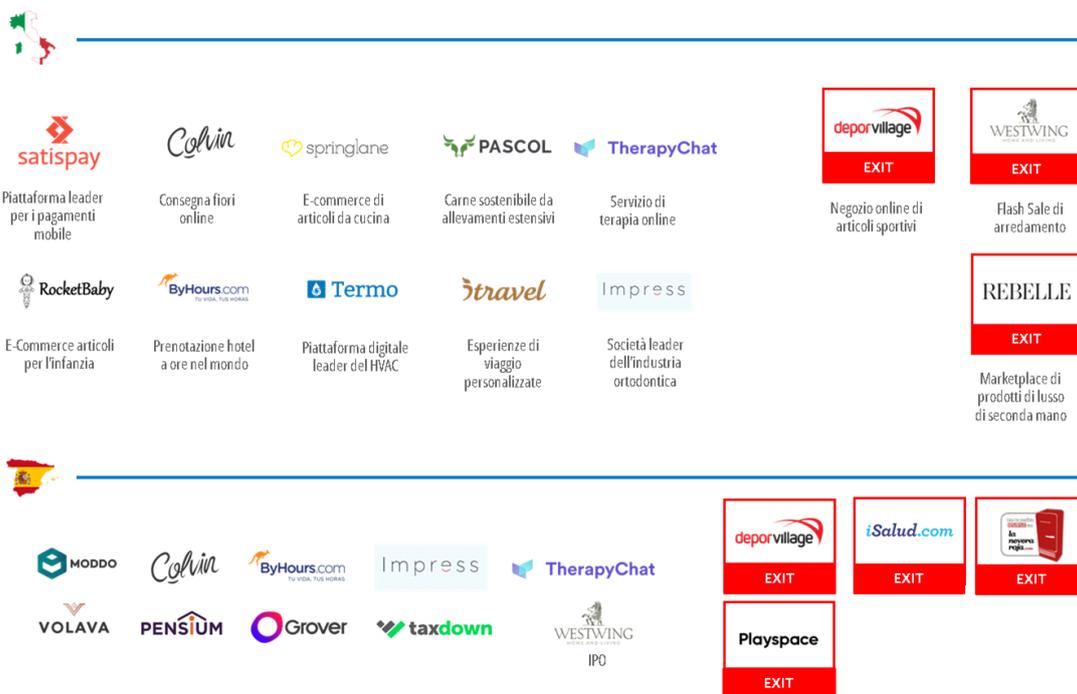
La società è stata fondata nel 2016 a Madrid ed attualmente opera nel mercato spagnolo, inglese e, dal 2021, anche in quello italiano.

Si tratta di una piattaforma di psicologi online che mette in contatto più di 500 professionisti qualificati e iscritti all'albo con utenti che desiderano intraprendere o continuare un trattamento psicologico. Le sedute avvengono in maniera innovativa, totalmente digitale, tramite videochiamata e possono essere effettuate da computer, tablet o cellulare.

Il servizio aiuta la fascia più importante della popolazione, ovvero persone tra i 25 e i 45 anni; le tematiche maggiormente affrontate riguardano i disturbi derivanti dall'ansia, l'autostima, lo sviluppo personale, la depressione, la sessualità, i problemi sociali e personali.

È una proposta rivolta ai giovani e che di fatto offre un valido supporto in linea con le direttive governative: dal 2022 infatti è attivo il bonus psicologo, un contributo messo a disposizione dallo Stato a copertura delle spese per sessioni di psicoterapia da svolgere presso specialisti privati iscritti all'Albo e aderenti all'iniziativa. Introdotto inizialmente in via sperimentale nel 2022 dal Decreto Milleproroghe, è stato convertito in Legge alla luce dell'aumento delle condizioni di depressione, ansia, stress e fragilità psicologica causato dalla pandemia e dalla crisi socio economica.

PORTAFOGLIO INVESTIMENTI AD4VENTURES AL 31 DICEMBRE 2022



L'impegno di MFE in Spagna nel sociale, è riassumibile nelle iniziative del progetto di **12 Meses** che nel corso del 2022 ha visto principalmente attività indirizzate a quelle componenti della popolazione piu' 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". Tale iniziative sono continuate anche nel 2022.

Sempre nel corso del 2022, per il terzo anno consecutivo, è stato portato avanti il progetto d'informazione **"For a Future with Water"**, una campagna di sensibilizzazione sulla necessità, per le generazioni future, di avere a disposizione sufficienti risorse idriche.

Tale campagna, condotta insieme a WWF Spagna, mira al perseguimento di tale obiettivo attraverso la promozione di comportamenti virtuosi nell'utilizzo delle attuali risorse idriche.

Da ultimo, nel corso del 2022 Mediaset España ha garantito **spazi pubblicitari gratuiti per le ONG** per un valore stimabile di **6 milioni di euro**.

6.3 INIZIATIVE DI UTILITÀ SOCIALE

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**, in special modo televisivi, finalizzati alla raccolta di risorse destinate alla beneficenza ed al **finanziamento di progetti** mirati nei seguenti settori:

- ▣ Assistenza sociale, sanitaria e socio-sanitaria;
- ▣ Beneficenza;

- ▣ 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

2022 sono stati raccolti e distribuiti oltre **78 milioni di euro** che hanno consentito a **181 associazioni** di realizzare **302 progetti di solidarietà** in Italia e nel mondo.

Per fare ciò Mediafriends si è avvalsa della stretta collaborazione del Gruppo MFE. Innanzitutto Mediafriends si avvale dell'attività lavorativa continuativa di 5 persone, dipendenti del Gruppo, grazie alle quali è possibile l'ideazione degli eventi, il coordinamento con le 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 TGCOM24](#) e la [pagina Facebook di Fabbrica del Sorriso](#), ospitano le campagne delle associazioni e numerosi video, realizzati sui più importanti temi sociali.

Indubbiamente il 2022 è stato segnato dalla guerra che dalla fine di febbraio si combatte sul suolo ucraino. Dal 9 marzo al 7 maggio, Mediafriends ha lanciato sulle reti Mediaset una campagna di raccolta fondi a sostegno dell'attività che Caritas Italiana ha sviluppato in favore dei profughi ucraini che nelle prime settimane di guerra hanno lasciato il paese e si sono dirette verso i confini di Polonia, Slovacchia, Romania e Moldavia. La raccolta si è sviluppata con l'uso di carte di credito, bonifici bancari e sms solidali. Sono stati raccolti più di 2.600.000 euro di cui la prima tranche, 1.000.000 di euro, è stato devoluto a Caritas Italiana già il 21 marzo per fornire subito alloggi, generi di prima necessità, medicinali, trasporti, punti di distribuzione di acqua e anche sostegno psicologico a quanti arrivavano senza più nulla .

Sempre nell'ambito del conflitto e dell'emergenza ucraina, Mediafriends il 25 dicembre 2022 ha lanciato una raccolta fondi in favore dei bambini ucraini con Intersos e Soleterre, ong da anni presenti su quel territorio. L'obiettivo è quello di aiutare i minori che stanno affrontando un inverno terribile per mancanza di cibo, acqua, riscaldamento e riparo. La raccolta è finalizzata alla fornitura ai bambini sfollati, malati e in difficoltà, di cure mediche, trasporti sicuri in ospedale, farmaci salva-vita, supporto psicologico, cibo, riscaldamento e indumenti per fronteggiare l'inverno. La campagna di raccolta fondi è terminata alla fine di febbraio 2023.



Insieme a **Fondazione Italia Sociale** – fondazione di diritto privato nata per favorire lo sviluppo del Terzo settore in Italia con lo scopo di raccogliere risorse private da destinare a progetti nazionali, di interesse sociale e pubblico – Mediafriends ha continuato a promuovere il progetto di sostegno al non profit articolato nella campagna televisiva iniziata nel settembre 2021 che ha come obiettivo quello di sostenere e promuovere il Terzo Settore per una maggiore consapevolezza del suo ruolo e della sua rilevanza nella società con l’ausilio di due spot (“**Io sono**” e “**Rewind**”), realizzati dalla Direzione Creativa di Mediaset. Alla campagna, terminata ad aprile 2022 ha fatto seguito l’elaborazione di una ricerca che ha studiato il rapporto tra Terzo Settore e Aziende, per trovare un linguaggio comune e favorire una collaborazione basata su dialogo, conoscenza e reciproca fiducia. Il rapporto “**Terzo Settore e Mondo Corporate – Conoscersi per collaborare meglio**” è stato pubblicato in luglio e presentato al mondo non profit il 20 settembre in un webinar che ha visto più di 170 iscritti.

Dal 5 al 13 novembre, Mediafriends ha sostenuto la campagna 2022 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. Oltre mezzo milione di libri sono stati donati alle scuole da cittadini ed editori. Sono stati coinvolti più di 4.000.000 di studenti, 23.000 scuole, 250 nidi e oltre 3.000 librerie.



E’ ripresa a pieno ritmo l’attività sul territorio, con il Progetto “**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. Dopo 2 anni, dove a causa della pandemia e delle restrizioni imposte per contenere il diffondersi del virus, il progetto ha subito forti contrazioni, il 2022 ha registrato la ripresa di quasi tutti i nuclei presenti. In particolare evidenziamo la chiusura di tre centri a Milano, L’Aquila e Palermo e le nuove aperture a Roma (due nuclei) e a Catania. Il progetto “A regola d’Arte”, in sintesi, si sviluppa sul territorio nazionale in 12 nuclei di cui 5 nell’area metropolitana di Milano e gli altri a Roma, Napoli, Catania, Lecce, Forlì, coinvolgendo più di 650 ragazzi.

Nel luglio 2022 sono stati sviluppati 3 campus estivi, due a Milano ed uno a Napoli, dove sono continuate le attività sportive e musicali che hanno coinvolto 150 ragazzi. Nell’ambito del progetto, Mediafriends ha instaurato nella primavera 2022 una importante collaborazione con Formula E (che nell’ambito del campionato del mondo, organizza l’E-Prix di Roma). La collaborazione ha permesso di poter finanziare per i prossimi 4 anni, due nuovi centri di “A regola d’arte” a Roma. All’inizio di dicembre 2022, è stato inaugurato il centro di Ottavia (Municipio XIV), realizzato con Intersos, che offrirà un’opportunità di integrazione e crescita sociale, grazie a corsi gratuiti di rugby e musica.

Anche per il 2022 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 finanziare diversi progetti sociali sul territorio nazionale grazie alle iniziative d'arte organizzate dalla Fondazione.

In particolare, da marzo a luglio, presso i Musei di San Domenico di Forlì, la **mostra "Maddalena. Il mistero e l'immagine"** ha sostenuto il progetto "Comhousing" presentato a Mediafriends da Fondazione Archè. Grazie a Fondazione Cassa dei Risparmi di Forlì, Mediafriends ha potuto sostenere all'interno della sede storica di Archè a Milano, la realizzazione di un nuovo alloggio di semi autonomia per due famiglie vulnerabili nella costruzione della propria autonomia sociale, abitativa e lavorativa. Inoltre a Forlì, in sinergia con la Cooperativa Paolo Babini è stata impostata una rete di lavoro dove le due associazioni si scambiano pratiche, metodologie e strumenti in materia di comunità mamma-bambino ai fini di migliorare l'operatività interna e l'impatto sociale nei territori di riferimento.



Avviato nel 2021, 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. E' 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 2022, sono stati avviati i **4 nuovi tirocini**: corso di cucina, corso di lavorazione dei metalli (bronzo e ottone), riparazione cicli, meccanico.

Tale progetto, alla sua seconda annualità, ideato, sostenuto e promosso da Mediafriends in partnership con **Comunità Nuova Onlus**, sarà prossimamente corredato da un'analisi qualitativa dei risultati ottenuti, condotta da esperti in campo sociologico ed educativo al fine di valutare, nel complesso, punti di forza e aree di miglioramento. Anche nel corso del 2022 il programma **"Cotto e mangiato"**, in onda su Italia 1, ha ospitato in primavera e in autunno i giovani che hanno terminato il corso con gli chef Sadler e Arrigoni ed insieme a loro hanno cucinato e raccontato come si sviluppa il progetto "Scuola di Vita" all'interno di un ristorante stellato.

Aviato 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. Nel corso del 2022 hanno avuto luogo **56 ore di lezione** che hanno coinvolto più di **50 ragazzi** e sono stati tenuti **tre concerti**: due in tarda primavera ed il terzo in occasione delle feste natalizie. Indubbiamente questo progetto è tra i tanti sviluppati in questi anni, il più complesso dal punto di vista organizzativo. Tra i vari temi, la ricerca di strumenti per i ragazzi che abbracciano questo progetto, le cui famiglie non possiedono la capacità economica per acquistarli. Mediafriends si è attivata per cercare di fornire all'"Orchestra Giovanile 4/8" nuovi strumenti (violini soprattutto) da affidare ai ragazzi per comporre la sezione degli Archi.



A fine di ottobre, in occasione del quarto anniversario della terribile "tempesta Vaia" che ha distrutto buona parte del bosco di Paneveggio in Trentino, è ripresa la campagna di raccolta fondi che Mediafriends ha lanciato con Fondazione Alberitalia, tesa a dare una nuova vita al bosco, ricostituendo il paesaggio e l'habitat per la fauna locale. Nel corso del 2022 Mediafriends ha raccolto e devoluto a Fondazione Alberitalia 27.000 euro. Tali risorse, insieme a quanto raccolto dall'Associazione rappresentano quasi il 50% dell'obiettivo da raggiungere per realizzare 4 ettari di

rimboschimento nella foresta di Paneveggio, e permetteranno, nella primavera 2023, di mettere a dimora piantine in una superficie pari a circa 2 ettari.

L'opera di messa a dimora, sarà effettuata a cura del **Servizio Foreste della Provincia Autonoma di Trento**.

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. La rassegna cinematografica che si svolge con frequenza biennale ha visto l'ultima edizione nel 2018 a causa degli eventi pandemici. Nell'ottobre 2022 si è svolta la dodicesima edizione, che ha registrato importanti novità: la sede del Festival che ha trovato nella città di Bergamo un luogo di adozione e una grande accoglienza da parte della cittadinanza e dei suoi organi amministrativi. Un teatro d'eccezione, il Donizetti, uno tra i più prestigiosi teatri d'opera d'Italia, che ha ospitato la serata finale del festival. Preceduta da due serate al



Cinema Conca Verde, nelle quali è stata presentata una short list delle oltre 200 opere iscritte, la serata finale è stata curata da una struttura produttiva di Mediaset. A corollario delle giornate del Festival, è stata realizzata la mostra fotografica **“Questa è una storia”**, dal 28 settembre al 12 ottobre sul Sentierone (la via centrale di Bergamo), frutto dei meravigliosi scatti del fotografo finlandese Veikko Kahkonen. Per la presentazione di quest’edizione del Festival Mediafriends e l’Associazione Romeo Della Bella hanno scelto di presentare il documentario **“Straordinariamente Cinema”** nelle giornate del Giffoni FilmFestival.

Intensa anche l’**attività editoriale**, che vuole mostrare i diversi volti del Terzo settore e raccontare, attraverso i canali social il mondo del non profit. Due i servizi realizzati, **“La Musica e il Sistema”**, dedicato al progetto **“Orchestra 4/8”** e **“Maria Maddalena : l’Arte dell’equivoco”** dedicato alla mostra di Forlì.

Sempre sui canali social (FB/Twitter/Instagram/Linkedin), sul sito di Mediafriends, nella rubrica Tgcom24 e nel nuovo sito intranet del Gruppo sono stati pubblicati più di **230 contenuti**. Inoltre, nell’ottica di una maggior sinergia con le attività del gruppo, Mediafriends ha contribuito con 21 contenuti sul sito Intranet aziendale e 26 contenuti per la Rubrica Mediafriends nel sito di Tgcom24 (gestito da noi). Alla fine dell’anno è stato poi rilasciato il nuovo sito che valorizza le iniziative di utilità sociale della Onlus.

Anche nel 2022 è continuata l’opera di rendicontazione dei progetti di Associazioni sostenuti da Mediafriends che vengono monitorati fino alla loro realizzazione mediante relazioni, visite in loco (giornalisti, revisori esterni incaricati da Mediafriends), certificazioni delle singole Associazioni e realizzazione di produzioni video.



Infine, sempre nel 2022 è stato realizzato dalla Direzione News Mediaset il programma **“Fabbrica del Sorriso. Una storia speciale”**, trasmesso da Rete 4 il 24 dicembre. L’analisi dei risultati dei progetti finanziati da Mediafriends, effettuata in loco da persone esterne alla struttura e all’Azienda, fornisce una garanzia di imparzialità e autonomia di giudizio mentre la puntata di **“Fabbrica del Sorriso, Una storia speciale”** ha permesso ai telespettatori di verificare il reale impatto e la destinazione delle donazioni effettuate.

Inoltre Mediafriends sviluppa un’intensa attività di relazioni con molte Associazioni che si presentano per poter poi usufruire dei servizi di comunicazione o per sottoporre progetti da sostenere.

Insieme a Publitalia’80, Mediafriends gestisce un bacino di **spazi di “comunicazione sociale”**, con la concessione a titolo gratuito di spazi per la trasmissione di spot sociali di Associazioni del Terzo Settore.



IMFE
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**⁴⁵, 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**⁴⁶ ha introdotto il sistema di classificazione e rendicontazione della Tassonomia Europea per indirizzare gli investimenti **verso attività definite ecosostenibili** in un linguaggio comune ai principali attori del mercato, agevolando così la transazione verso un'economia a zero impatto di emissioni, più resiliente agli effetti del cambiamento climatico e attenta all'utilizzo 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

⁴⁵ 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."

⁴⁶ 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.

2. Adattamento ai cambiamenti climatici
3. Uso sostenibile e protezione delle acque
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, per qualificarsi come sostenibile dal punto di vista ambientale (o "eco-sostenibile"), ed essere considerata "Taxonomy-aligned, un'attività economica 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 ciascun singolo obiettivo ambientale;
- ▣ non arrecare un danno significativo agli altri obiettivi ambientali (secondo il principio di "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 associate ad attività economiche eco-sostenibili ai sensi della Tassonomia UE.

Per questo secondo anno di applicazione il Gruppo MFE ha predisposto un'informativa che include la quota delle **attività economiche ammissibili alla tassonomia (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 -Alingment»). 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.

Per tale ragione, le attività del Gruppo MFE non sono associate ad attività economiche ammissibili per l'obiettivo di mitigazione al cambiamento climatico. 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, di video e di 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 nel 2021 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, di seguito riportate anche per il 2022.

Nel 2022 come richiesto dal Regolamento UE, MFE ha inoltre 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. Al fine di predisporre pienamente ai requisiti specifici previsti dalla nuova normativa europea, il Gruppo adotterà nel corso del 2023 una Policy strutturata in linea con le best practices e gli standard internazionali di riferimento nel quale verrà ulteriormente formalizzato l'impegno del Gruppo al rispetto dei diritti umani. In tale ambito il Gruppo è già impegnato in un processo di graduale adozione, per alcune categorie di fornitori, di criteri ESG a integrazione dei propri modelli di valutazione e selezione dei fornitori e valuterà 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.

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 2022, il Gruppo coerentemente alle linee di indirizzo assunte in materia di sviluppo di contenuti editoriali sostenibili sta definendo 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 garantire 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 2022, per il calcolo dei KPI richiesti e degli ulteriori riferimenti normativi applicabili⁴⁷, 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 31.12.2022.

Turnover⁴⁸ 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.

CapEx⁴⁹ 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 dettagliato all'interno della relazione della gestione.

Il denominatore include, i movimenti afferenti a tutte le legal entity consolidate integralmente e incluse nel

⁴⁷ 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.

⁴⁸ I dati finanziari inclusi in questo KPI corrispondono ai ricavi netti del Gruppo inclusi nel Annual Report al 31 dicembre 2022: Paragrafi 6.1 e 6.2

⁴⁹ I dati finanziari inclusi in questo KPI corrispondono agli incrementi in immobilizzazioni inclusi nel Annual Report 2022: Paragrafo del Rendiconto Finanziario

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.

OpEx⁵⁰ 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 2022. Per quanto riguarda l'indicatore del volume d'affari in termini di eleggibilità, l'analisi è risultata pari al 7%, in relazione a CAPEX, 97%, e OPEX, 55%⁵¹. 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).

⁵⁰ I dati finanziari inclusi in questo KPI sono inclusi nei costi operativi consolidati inclusi nel Annual Report 2022: 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.

⁵¹ I valori economici alla base del calcolo dei KPI della tassonomia sono stati ricavati dal bilancio consolidato del Gruppo MFE al 31/12/2022 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 I (2)	Fatturato assoluto (3) €mio	Quota del fatturato (4) %	Criteri per il contributo sostanziale						Criteri per «non arrecare un danno significativo»						Garanzie minime di salvaguardia (17) S/N	Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno 2022 (18) %	Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno 2021 (19) %	Categoria (attività abilitante) (20) A	Categoria (attività di transizione) (21) T
				Mitigazione climatica (5) %	Adattamento climatico (6) %	Acque (7) %	Economia circolare (8) %	Inquinamento (9) %	Biodiversità (10) %	Mitigazione climatica (11) S/N	Adattamento climatico (12) S/N	Acque (13) S/N	Economia circolare (14) S/N	Inquinamento (15) S/N	Biodiversità (16) S/N					

A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA %

A.1 Attività sostenibili (allineate alla tassonomia)

Fatturato delle attività sostenibili (allineate alla tassonomia) (A.1)

0	0%	-	0%	-	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	0%	A	-
---	----	---	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	---	---

A.2 Attività ammissibili alla tassonomia non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia)

Fatturato delle attività ammissibili alla tassonomia non ecosostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)

Attività di programmazione e trasmissione	8,3	170,6	6%
Attività di produzione e montaggio di programmi televisivi e di registrazione musicale e sonore	13,3	27,2	1%
Totale (A.1 + A.2)	197,8	7%	

B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA

Fatturato delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)	2.603,4	99%
--	---------	-----

Totale (A + B)	2.801,3	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.

Attività economiche (1)	Codice/i (2)	Fatturato assoluto (3)	Quota del fatturato (4)	Criteri per il contributo sostanziale						Criteri per <<non arrecare un danno significativo>>						Garanzie minime di salvaguardia (17)	Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno 2022 (18)	Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno 2021 (19)	Categoria (attività abilitante e) (20)	Categoria (attività di transizione) (21)
				Mitigazione climatica (5)	Adattamento climatico (6)	Acque (7)	Economia circolare (8)	Inquinamento (9)	Biodiversità (10)	Mitigazione climatica (11)	Adattamento climatico (12)	Acque (13)	Economia circolare (14)	Inquinamento (15)	Biodiversità (16)					
		Valuta	%	%	%	%	%	%	%	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	Percentuale	Percentuale	A	T	
A. ATTIVITÀ AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																				
A.1 Attività sostenibili (allineate alla tassonomia)																				
Spese in conto capitale delle attività sostenibili allineate alla tassonomia (A.1)		0	0%	-	0%	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	0%	A	-
A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non sostenibili (attività non allineate alla tassonomia)																				
Spese in conto capitale delle attività ammissibili alla tassonomia ma non sostenibili (attività non allineate alla tassonomia) (A.2)																				
Attività di programmazione e trasmissione	8.3	351,8	90%																	
Attività di produzione e montaggio di programmi televisivi e di registrazione musicale	13.3	26,8	7%																	
Totale (A.1 + A.2)		378,6	97%																	
B. ATTIVITÀ NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA																				
Spese in conto capitale delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)		10,0	3%																	
Totale (A + B)		388,6	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)	Fatturato assoluto (3)	Quota del fatturato (4)	Criteri per il contributo sostanziale						Criteri per <<non arrecare un danno significativo>>						Garanzie minime di salvaguardia (17)	Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno 2022 (18)	Quota di fatturato allineato alla tassonomia, anno 2021 (19)	Categoria (attività abilitante o) (20)	Categoria (attività di transizione) (21)
				Mitigazione climatica (5)	Adattamento climatico (6)	Acque (7)	Economia circolare (8)	Inquinamento (9)	Biodiversità (10)	Mitigazione climatica (11)	Adattamento climatico (12)	Acque (13)	Economia circolare (14)	Inquinamento (15)	Biodiversità (16)					
		Valuta	%	%	%	%	%	%	%	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	S/N	Percentuale	Percentuale	A	T	

A. ATTIVITA' AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA

A.1 Attività ecosostenibili allineate alla tassonomia

Spese operative delle attività ecosostenibili allineate alla tassonomia (A.1)

0	0%	-	0%	-	-	-	-	-	S	-	S	S	S	S	N	0%	0%	A	-
---	----	---	----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	---	---

A.2 Attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili allineate alla tassonomia

Spese operative delle attività ammissibili alla tassonomia ma non ecosostenibili allineate alla tassonomia (A.2)

Attività di programmazione e trasmissione	8,3	64,4	56%
Attività di produzione e montaggio di programmi televisivi e di registrazione musicale onore	13,3	0,4	0%
Totale (A.1 + A.2)	64,8	55%	

B. ATTIVITA' NON AMMISSIBILI ALLA TASSONOMIA

Spese operative delle attività non ammissibili alla tassonomia (B)

53,4	45%
------	-----

Totale (A + B)	118,2	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.

7.3 GESTIONE DELLE EMISSIONI ELETTROMAGNETICHE

Per quanto riguarda il tema dei campi elettromagnetici, il Gruppo MFE in Italia⁵² 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 2022 sono state presentate 791 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 prodotto da ogni modifica effettuata sugli impianti distribuiti sul territorio ed assicurare l'inesistenza di effetti negativi dovuti all'attività di emissione del segnale radio-televisivo. Le istanze, infatti, devono obbligatoriamente contenere tutte 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 sottoposta⁵³.

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.

⁵² 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.

⁵³ 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 2022 le Agenzie Regionali per la Protezione Ambientale hanno effettuato 2 controlli nei due semestri primo semestre e 12 nel secondo semestre. Da questi controlli è stato rilevato il superamento dei limiti di campo elettromagnetico in un sito dove erano presenti anche impianti MFE; tuttavia tale superamento è risultato inferiore ad un decimo del limite previsto dalla normativa e pertanto non sono state avanzate dalle Autorità né richieste di riduzione a conformità né sanzioni.

Nel corso del 2021 e fino a giugno 2022, a seguito del **passaggio alle nuove frequenze**, causato dal rilascio della banda '700 a favore degli operatori telefonici, sono state presentate nuove domande di autorizzazione per tutti gli impianti, che dovranno essere conformi al nuovo piano di assegnazione delle frequenze. Ciò comporterà una ulteriore analisi dei campi elettromagnetici previsti da parte dei richiedenti e delle Agenzie Regionali per la Protezione Ambientale. Il numero complessivo degli impianti previsto dal nuovo Piano Nazionale di Assegnazione delle Frequenze sarà inferiore rispetto al numero di impianti attualmente in esercizio (da 5 a 3), con conseguente diminuzione, nella maggior parte dei casi, dell'impatto elettromagnetico. Gli impianti più sensibili sono stati oggetto di monitoraggio in questi anni da parte delle Agenzie Regionali (ARPA) senza che siano state comminate sanzioni a carico di MFE.

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 2022 sono state presentate all'A.R.P.A. n. 6 comunicazioni per variazioni che non comportano incrementi dei valori cem, n. 9 comunicazioni SCIA per impianti inferiori ai 20 W e n. 16 istanze di autorizzazione per impianti superiori ai 20 W, per un totale di n. 16 valutazioni (AIE). A tale attività si aggiungono n. 6 relazione di collaudo (verifiche post attivazione richieste dall'Ente). Sono stati altresì effettuati n. 10 monitoraggi da parte dell'A.R.P.A. (verifiche periodiche sul territorio effettuate dall'Ente preposto) che hanno coinvolto n. 9 siti, per un totale di n. 16 impianti.

Durante l'anno di riferimento, presso 3 siti, l'ARPA ha riscontrato la non conformità ai valori di attenzione previsti dovuta ad esposizioni multiple, coinvolgendo n. 4 impianti in gestione e altri di terzi, di cui 2 siti sono ancora in corso valutazioni di merito al fine di risanamento complessivo congiunto, mentre per 1 sito l'impianto in gestione è stato delocalizzato. Nel corso del 2022 sono state comminate n. 2 sanzioni pecuniarie pari a € 1.166,36 ciascuna per superamenti dei valori di legge relativi all'anno 2017. L'Ufficio di RadioMediaset preposto 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 interventi atti a sanare le criticità maggiori. Nel corso del 2022, a tali fini sono stati effettuati n. 404 monitoraggi, n. 272 predisposizioni del Documento Valutazione Rischi impianti, di cui n. 186 aggiornamenti e n. 4 DVR per postazioni di proprietà.

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 ai campi elettromagnetici dei lavoratori.

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)	2022	2021
Rifiuti Ingombranti	483	758
Imballaggi in Materiali Misti	424	697
Plastica	17	256
Apparecchiature fuori uso, diverse da quelle di cui alle voci da 16 02 09 a 16 02 13	134	129
Imballaggi In Carta e Cartone	69	124
Altro (Pericolosi)	5	10
Altro (Non Pericolosi)	125	131
Totale	1.256	2.105

Tutti i rifiuti prodotti vengono gestiti in ottemperanza alle vigenti normative in campo ambientale (D.lgs 152/2006), ed il processo di raccolta viene gestito per mezzo di appositi contenitori omologati per i rifiuti pericolosi.

Il Gruppo MFE adotta attività di controllo anche rispetto alla gestione amministrativa dei rifiuti, attraverso la **supervisione del processo di trasporto**, 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, per le sedi che fanno capo alla sede di Cologno Monzese, avviene tramite un software specifico (ECOSWEB).

Si segnala inoltre che, all'interno dell'azienda, è da sempre presente la **raccolta differenziata dei rifiuti urbani**.

Nel corso del 2022 il Gruppo ha prodotto circa 1.256 tonnellate di rifiuti. In particolare, i rifiuti pericolosi costituiscono meno dell'1% del totale dei rifiuti prodotti, mentre quelli non pericolosi ne costituiscono la restante parte.

RIFIUTI SUDDIVISI PER TIPOLOGIA E METODO DI SMALTIMENTO (TONNELLATE) DEL GRUPPO MFE

	2022			2021		
	Pericolosi	Non pericolosi	Totale	Pericolosi	Non pericolosi	Totale
Riciclo	7	47	54	5	33	38
Compostaggio	-	-	-	-	-	-
Recupero[*]	4	1.195	1.199	5	2.046	2.051
Discarica[**]	-	3	3	-	15	15
Altro	-	-	-	-	-	-
Totale	11	1.244	1.256	10	2.094	2.105

[*] 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 91,41% della forza lavoro.

Nel 2022 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 2022 Mediaset España ha proseguito l'attività di eliminazione dei rifiuti plastici non biodegradabili presenti nella sala mensa e nel Bar attiguo.

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 postazioni radio, dei server, dei data center e delle tecnologie per la continuità delle apparecchiature tecniche, nonché per la climatizzazione e l'illuminazione degli stabilimenti del Gruppo. Nel corso del 2022, presso le Sedi del Gruppo, è proseguita la sostituzione del parco stampanti per obsolescenza e, a parità di prestazioni, la selezione dei nuovi prodotti ha privilegiato modelli a minore impatto ambientale. Prosegue inoltre l'adozione di parchi luci led per gli studi televisivi.

In alcune sedi l'elettricità viene utilizzata anche per alimentare le unità di riscaldamento e raffreddamento dei locali e per l'alimentazione dei data center. Nel corso del 2022 sono stati consumati complessivamente circa 311 TJ di energia elettrica, circa il 5% in meno rispetto al 2021. Le emissioni di energia elettrica e gas 2022, in riduzione rispetto al 2021, evidenziano i risultati delle azioni di contenimento consumi messe in atto principalmente sul network delle radio e sugli edifici aziendali.

CONSUMI ENERGETICI INTERNI AL GRUPPO PER FONTE (TJ)[*]

	2022	2021
Energia Elettrica acquistata	311	326
Gas Naturale	30	33
Gasolio	23	24
Benzina	4	3
Totale	368	386

[*] 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).

Per fornire una rappresentazione più significativa dei consumi energetici del Gruppo MFE, nel corso dell'anno è stata aggiornata la fonte dei coefficienti di conversione utilizzati per il calcolo. Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2021, pubblicato nella sezione "Sostenibilità" del sito mfemediaforeurope.com.

EMISSIONI DI GAS A EFFETTO SERRA (TON DI CO₂) DEL GRUPPO[*]

	2022	2021
Scope 1[*]	3.718	4.067
Scope 2[**] - Location-based	26.398	27.528
Scope 2[**] - Market-based	0,59	34.442

[*] 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.

[**] 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).

Dati 2021: Coefficiente di emissione del gas naturale pari a 2,02135 kgCO₂e/Sm³, coefficiente di emissione del gasolio pari a 2,51233 kgCO₂e/l, coefficiente di emissione della benzina pari a 2,19352 kgCO₂e/l (fonte: DEFRA 2021. UK Government - GHG Conversion Factors for Company Reporting).

Per fornire una rappresentazione più significativa delle emissioni del Gruppo MFE, nel corso dell'anno è stata aggiornata la fonte dei fattori di emissioni utilizzati per il calcolo. Per i dati precedentemente pubblicati, si rimanda al Bilancio di Sostenibilità 2021, pubblicato nella sezione "Sostenibilità" del sito mfediaforeurope.com.

In particolare, si segnala che la totalità dell'energia elettrica acquistata dal **Gruppo MFE in Spagna** (pari a circa 14,72 GWh nel 2022) è certificata e proveniente da fonti rinnovabili tramite Garanzie di Origine. Tali 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 2022, relativamente ai consumi sopra descritti, è continuata l'attività volta a raggiungere una maggiore efficienza soprattutto attraverso la sostituzione delle apparecchiature, sopra citate, più obsolete ed inefficienti da un punto di vista energetico.

In particolare è continuata l'attività relativa a:

- ▣ sostituzione delle luci ad alto consumo con modelli maggiormente efficienti da un punto di vista energetico;
- ▣ sostituzione dei computers maggiormente obsoleti;
- ▣ installazione di nuovi pannelli solari sugli edifici;

Per quanto riguarda il consumo di combustibile (benzina e gasolio), nel 2022, ammonta a 1,02 TJ, principalmente a causa del parco macchine aziendale e di alcuni gruppi elettrogeni.

Il Gas naturale è utilizzato per il riscaldamento degli uffici, dei laboratori e dei magazzini e rappresenta circa il 13,5% del totale dell'energia consumata.

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.

Durante il 2022, le attività del Gruppo 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 (secondo l'approccio Market-based), in quanto tutta la fornitura elettrica dello stesso Gruppo è coperta da certificati di Garanzia d'Origine.

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 2022). 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 49 gCO₂/kWh - Fonte: Association of Issuing Bodies, European Residual Mixes 2020, 2021). Si segnala inoltre che per l'approccio "Market-based" anche le società del Gruppo MFE in Italia a partire dal 2022, in analogia alle società in Spagna, non comportano emissioni di Scope 2 in quanto acquistano energia elettrica da fonti rinnovabili certificata con Garanzie di Origine.

Infine, le Emissioni dirette di Scope 1 sono pari a circa 3.718 tCO₂eq, generate direttamente all'interno del Gruppo a causa dell'utilizzo di combustibili per il riscaldamento dei locali, i gruppi elettrogeni e la flotta auto.

Nel corso del 2022 è stato realizzato e completato il progetto di elettrificazione delle autorimesse presso le Sedi italiane del Gruppo che ha consentito l'installazione di circa 220 stazioni di ricarica (wall-box e colonnine *fast*) per auto. Tale infrastruttura facilita la progressiva conversione della flotta auto verso nuovi modelli elettrificati, con l'obiettivo di ridurre le emissioni di CO₂ legate ai veicoli aziendali.

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.

Inoltre, si segnala che al fine di ridurre al massimo le emissioni di gas a effetto serra e sensibilizzare i propri dipendenti, il Gruppo MFE in 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.

A questo proposito evidenziamo che il parco vetture detenuto da Mediaset España 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 18 autovetture diesel, 12 a benzina e 18 ibride.



GRI CONTENT INDEX

DICHIARAZIONE D'USO	MFE ha riportato in conformità con gli standard GRI per il periodo 01/01/22 – 31/12/22.
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	6-8				
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	6-8				
	2-4 Revisione delle informazioni	6-8; 201				
	2-5 Assurance esterna	218-221				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMESSO	RAGIONE	MOTIVAZIONE	
	2-6 Attività, catena del valore e altri rapporti di business	6-8; 10-13; 18-19; 41-44; 78;156-167				
	2-7 Dipendenti	10-13; 41-44; 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 136-149 (Annual Report)				
	2-11 Presidente del massimo organo di governo	Corporate Governance Report, Board of Directors Nomination and composition 136-149 (Annual Report)				
	2-12 Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	6-7; 30; 47; 54-59				
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione di impatti	6-7; 30;47; 54-59				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMESSO	RAGIONE	MOTIVAZIONE	
	2-14 Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	2-8				
	2-15 Conflitti d'interesse	Corporate Governance Report, Board of Directors Nomination and composition 136-149 (Annual Report)				
	2-16 Comunicazione delle criticità	48-63				
	2-17 Conoscenze collettive del massimo organo di governo	Corporate Governance Report, Board of Directors Nomination and composition 136-149 (Annual Report)				
	2-18 Valutazione della performance del massimo organo di governo	Remuneration Policy, 173-193 (Annual Report); Remuneration Report 194-198 (Annual Report)				
	2-19 Norme riguardanti le remunerazioni	91; Remuneration Policy, 173-193 (Annual Report); Remuneration Report 194-198 (Annual Report)				
	2-20 Procedura di determinazione della retribuzione	91; Remuneration Policy, 173-193 (Annual Report); Remuneration Report 194-198 (Annual Report)				
	2-21 Rapporto di retribuzione totale annuale	88				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	2-4; 26-29				
	2-23 Policy commitments	54-59; 68-71; 94; 186-191				
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di Policy	6-7; 20-21; 48-63; 68-72; 186-191				
	2-25 Processi volti a rimediare impatti negativi	26-37; 29-37; 48-53; 68-71				
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	50-65; Corporate Governance Report, 150-159 (Annual Report)				
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Nel corso del 2022 non si sono riscontrati casi significati di non conformità a leggi e regolamenti.				
	2-28 Appartenenza ad associazioni	51				
	2-29 Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	29-38; 43-44; 149-154				
	2-30 Contratti collettivi	98-100				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
TEMI MATERIALI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-1 Processo di determinazione dei temi materiali	26-37				
	3-2 Elenco di temi materiali	29-37				
PERFORMANCE ECONOMICA						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 40-41; 64-75				
GRI 201: Performance economica 2016	201-1 Valore economico direttamente generato e distribuito	40-41				
	201-4 Supporto finanziario ricevuto dalla Pubblica Amministrazione	64-67				
IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 167-183				
GRI 203: Impatti economici indiretti 2016	203-2 Impatti economici indiretti significativi	156; 167-183				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 156-167				
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; 48-51; 68-71; 94				
GRI 205: Anti-corruzione 2016	205-3 Incidenti confermati di corruzione ed azioni intraprese	Nel corso del 2022 non sono stati registrati casi di azioni legali subite o incidenti confermati di corruzione.				
COMPORTEMENTO ANTI-COMPETITIVO						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	20-21; 29-37; 49-53; 68-71				
GRI 206: Comportamento Anti-competitivo 2016	206-1 Azioni legali per comportamenti anti-competitivi, anti-trust, e pratiche monopolistiche	Nel corso del 2022 non stati registrati casi di comportamento anti-competitivo, pratiche monopolistiche e violazione della legge antitrust.				
IMPOSTE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 72-75				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
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; 186; 200-201				
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; 186; 200-202				
GRI 305: Emissioni 2016	305-1 Emissioni GHG dirette (Scope 1)	201				

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)	201				
WASTE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 186; 198-199;				
GRI 306: Waste 2020	306-3 Rifiuti Generati	198-199				
OCCUPAZIONE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	78-79; 82-87				
GRI 401: Occupazione 2016	401-1 Nuovi dipendenti assunti e turnover	85-87				
	401-2 Benefit previsti per lavoratori a tempo indeterminato, ma non per i lavoratori part-time o a tempo determinato	88;97				
RELAZIONI TRA LAVORATORI E MANAGEMENT						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 98-100				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMESSO	RAGIONE	MOTIVAZIONE	
GRI 402: Rapporti di lavoro/gestione 2016	402-1 Periodo minimo di preavviso per i cambiamenti operativi	Gli aspetti normativi e retributivi fanno riferimento ai diversi contratti collettivi e nazionali di lavoro e alle leggi che si applicano all'interno del Gruppo. L'accordo integrativo aziendale del Gruppo MFE, applicato al 70% del personale del Gruppo, definisce i seguenti termini di preavviso per licenziamento o dimissioni in funzione del livello contrattuale: 30 gg. per il III livello; 60 gg. per IV, V e VI livello; 90gg. per VII livello e 150 gg. per VIII e IX livello.				
SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 100-104				
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro 2018	403-1 Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	100-104				
	403-2 Identificazione del pericolo, misurazione del rischio, indagine sugli incidenti	100-104				
	403-3 Servizi di salute e sicurezza sul lavoro	100-104				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
	403-4 Partecipazione dei lavoratori, consultazione e comunicazione sulla salute e sicurezza sul lavoro	100-104				
	403-5 Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza professionale	90-91; 100-104				
	403-6 Promozione della salute lavorativa	100-104				
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti diretti sulla salute e sicurezza sul lavoro collegati alle relazioni commerciali	100-104				
	403-8 Lavoratori coperti dal sistema di gestione di salute e sicurezza sul lavoro collegati alle relazioni commerciali	100-104				
	403-9 Infortuni sul lavoro	100-104				
	403-10 Malattie	100-104				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMESSO	RAGIONE	MOTIVAZIONE	
	professionali					
FORMAZIONE E ISTRUZIONE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 88-94				
GRI 404: Formazione e istruzione 2016	404-1 Ore medie di formazione annue per dipendente	93				
DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ						
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; 50-50; 80				
GRI 406: Non discriminazione 2016	406-1 Indicenti di discriminazione e azioni correttive intraprese	Il Gruppo non ha registrato alcun caso di discriminazione nel corso del 2022.				
LIBERTÀ DI ASSOCIAZIONE E CONTRATTAZIONE COLLETTIVA						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 98-100; 157-158				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
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 2022 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; 141-144				
GRI 417: Marketing ed etichettatura 2016	417-2 Casi di non conformità riguardanti informazioni sui prodotti e sui servizi e l'etichettatura	141-144				
	417-3 Casi di non conformità riguardanti la comunicazione marketing	141-144				
PRIVACY DEL CLIENTE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 60-63				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDAR D REF. NO.
			REQUIREMEN T(S) OMESSO	RAGIO NE	MOTIVAZIO NE	
GRI 418: Privacy del cliente 2016	418-1 Reclami documentati relative a violazioni della privacy e perdite di dati del cliente	Nel corso del 2022 il Garante per la Protezione dei Dati Personali ha avviato 4 procedimenti a seguito di reclami. Inoltre, sono stati gestiti 5 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; 195-197				
LIBERTÀ DI ESPRESSIONE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 106-140				
PROPRIETÀ INTELLETTUALE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 147-149				
CREAZIONE DEI CONTENUTI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	21-25; 29-37; 106-140				
DIFFUSIONE DEI CONTENUTI						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 106-145				
AUDIENCE INTERACTION						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 149-154				

GRI STANDARD/ OTHER SOURCE	DISCLOSURE	PAGINA	OMISSIONE			GRI SECTOR STANDARD REF. NO.
			REQUIREMENT(S) OMESSO	RAGIONE	MOTIVAZIONE	
CORPORATE GOVERNANCE						
GRI 3: Temi Materiali 2021	3-3 Gestione dei temi materiali	29-37; 46-48				



IMFE
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 e sue controllate (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 31 dicembre 2022.

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 del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall'*International Ethics Standards Board for Accountants*, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società di revisione applica l'*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e dei regolamenti applicabili.

Responsabilità della società di revisione

È nostra la responsabilità di esprimere, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità 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 Mediaset S.p.A., di Mediaset España Comunicación S.A., Publitalia ’80 S.p.A., Radio Mediaset S.p.A., R.T.I S.p.A. e abbiamo svolto limitate verifiche documentali, al fine di raccogliere informazioni circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni di carattere non finanziario alla funzione responsabile della predisposizione 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, Mediaset S.p.A., Radio Mediaset S.p.A., R.T.I. S.p.A., che abbiamo selezionato sulla base delle loro attività, del loro contributo agli indicatori di prestazione a livello consolidato e della loro ubicazione, abbiamo effettuato visite in loco o riunioni da remoto 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 2022 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
Franco Amelio
Socio

Milano, 18 aprile 2023

Questa relazione è stata tradotta in lingua italiana a beneficio dei lettori italiani.