

## Lettera agli stakeholder

Cara lettrice, caro lettore,

Italiaonline è la prima internet company italiana. Ogni giorno milioni di italiani navigano sui nostri portali e un ampio ventaglio di Clienti usufruisce dei nostri servizi digitali e pianifica con noi le migliori campagne pubblicitarie online. Siamo il partner di fiducia di ogni impresa per lo sviluppo del suo business digitale, fornendo tutti gli strumenti per mettere in campo la migliore strategia di marketing. Al nostro spiccato DNA tecnologico associamo una presenza fisica capillare in tutta Italia, formando un mix unico che ci permette di coltivare giorno per giorno le relazioni con i nostri interlocutori. Caratteristiche che fanno di Italiaonline un'azienda leader digitale, ma con una componente umana insostituibile al servizio di Clienti, inserzionisti e navigatori.

Con presupposti di tale portata e in un'ottica di continuo miglioramento, abbiamo deciso di adottare una politica di sostenibilità, basata su principi volti al raggiungimento di performance aziendali che scaturiscano da scelte responsabili e sostenibili, nonché in linea con le esigenze di mercato. Lo sviluppo di tale politica nasce, infatti, da consapevoli scelte interne in risposta anche a un contesto dinamico in cui l'azienda opera, che vede il continuo sviluppo delle esigenze informative degli stakeholder, e in particolare degli investitori, oltre all'evoluzione della normativa sulla disclosure delle c.d. informazioni non finanziarie.

La dichiarazione di carattere non finanziario (DNF) che ti appresti a leggere, alla sua seconda edizione, costituisce l'ulteriore passo in questa direzione.

Con questa dichiarazione, noi di Italiaonline non ci limitiamo a rispondere a una richiesta normativa, ma vogliamo illustrare al pubblico e agli azionisti l'approccio seguito dal Gruppo rispetto alla dialettica tra il "fare" azienda e la responsabilità d'impresa, toccando diverse tematiche, come il rispetto per l'ambiente, l'interesse per la sfera sociale, il rapporto con il personale e i Clienti e l'esercizio dei processi di governance.

Saper miscelare innovazione, cultura aziendale e sostenibilità sta diventando infatti una sfida sempre più concreta che le aziende devono accettare per poter crescere. In questo senso il Gruppo Italiaonline pone al centro della propria attività di impresa principi di matrice etica, nella piena consapevolezza che soltanto con essi si possa costruire un percorso d'impresa mirato alla creazione di valore, sia per i propri azionisti che per tutta la comunità di riferimento, costituita dai dipendenti, dagli agenti, dagli utenti, dai Clienti, dai fornitori, dai partner commerciali e dalla Pubblica Amministrazione. Ed è per questo motivo che quest'anno abbiamo deciso di avviare per la prima volta un'attività di *stakeholder engagement* che ci ha permesso di incontrare e ascoltare, attraverso tavole rotonde dedicate, i nostri stakeholder al fine di individuare le tematiche di sostenibilità per loro più rilevanti.

Siamo costantemente orientati a valorizzare i principi etici, nel rispetto della normativa, attraverso l'istituzione di un governo d'impresa efficace che contempla organi di amministrazione e di controllo che garantiscono la parità di genere, un sistema di gestione dei rischi basato su un approccio di

enterprise risk management (ERM) che include i rischi ESG (Environmental, Social & Governance) e che permette di assumere le migliori decisioni finalizzate al processo di creazione di valore condiviso, alle politiche anticorruzione diffuse al personale dipendente e ai consulenti di vendita.

Come prima internet company italiana, siamo estremamente attenti agli impatti che i nostri prodotti e servizi possono avere sulla società in termini di qualità del servizio, tutela dei consumatori, sicurezza dei dati e delle informazioni, ponendo sempre l'accento sulla centralità del Cliente, sia come persona singola che come membro di un tessuto sociale. Per questo motivo ci preoccupiamo di accompagnare l'esperienza del Cliente attraverso il costante monitoraggio di indicatori di performance certificati, come di valutare i prodotti e servizi che offriamo, in termini di diffusione e qualità, e di attuare un sistema c.d. di *brand safety* che garantisca che i contenuti e le fonti che proponiamo all'interno dei prodotti siano conformi alle normative e sicure per i nostri utenti e inserzionisti, con un occhio di riguardo alle c.d. *fake news* e nel pieno rispetto dalle normative sulla privacy.

Sebbene le attività oggetto del nostro business possano essere classificate a basso impatto ambientale, siamo consapevoli di poter ridurre sensibilmente l'impatto generato dalle attività umane, tramite la diffusione di buone prassi quotidiane quali la riduzione di documenti stampati su carta, la corretta raccolta dei rifiuti e il monitoraggio dei consumi di energia. Abbiamo anche messo in campo azioni più strutturate fra le quali la scelta di utilizzare i prodotti editoriali cartacei di materia prima riciclata e l'avvio di un parallelo processo di smaterializzazione degli elenchi telefonici, implementando una produzione in formato digitale.

Siamo consapevoli che tutte le nostre attività, i nostri impatti e i nostri successi non potrebbero essere tali senza le nostre persone, che costituiscono la nostra principale ricchezza. Una gestione sostenibile del personale rappresenta un fattore essenziale per il successo della nostra attività e per questo motivo ci impegniamo costantemente a tutelare la diversità di genere e le pari opportunità ripudiando ogni forma di discriminazione, a tutelare la salute e sicurezza dei nostri lavoratori, a prevenire il rischio di corruzione e i conflitti di interesse, a rispettare un corretto sistema remunerativo e, naturalmente, al massimo orientamento al Cliente. A dimostrazione del nostro impegno, nel 2018 abbiamo ricevuto per il secondo anno consecutivo il premio *Diversity Award*, vincendo nella categoria *Value For Diversity*, riconoscimento ricevuto grazie alla sensibilità e all'impegno concreto che dimostriamo in materia di diversità e valorizzazione delle differenze di genere.

In conclusione, l'intenzione a perseguire questo percorso di sostenibilità, già avviato dallo scorso anno, ci condurrà nel dialogo e confronto costante con i nostri stakeholder e nella definizione di obiettivi di lungo termine volti a contribuire, per quanto più possibile, al raggiungimento degli obiettivi di sviluppo sostenibile definiti dall'ONU per il 2030.

Continuiamo a supportare il Paese lungo il cammino della crescita digitale, unendo la creatività alla tecnologia per costruire un futuro di innovazione, ma dal volto umano, con un forte e radicato senso di responsabilità sociale, strumento chiave per costruire uno sviluppo duraturo e sostenibile nel tempo.

Buona lettura!

L'Amministratore Delegato

Roberto Giacchi

