



GRANDI
STAZIONI
RETAIL

Stazioni da vivere

2025 | Bilancio di sostenibilità



Il quarto Bilancio di sostenibilità del Gruppo Grandi Stazioni Retail (GSR o il Gruppo) testimonia il suo impegno nell'adozione di un approccio strategico e strutturato alla gestione e alla valutazione degli impatti generati dalle proprie attività, con l'obiettivo di creare valore per tutti i portatori di interesse.

Questo documento offre una visione chiara e trasparente dei temi ambientali, sociali e di governance ritenuti prioritari per il Gruppo, illustrando le principali iniziative e le performance connesse.

A partire dall'identificazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità rilevanti per GSR e per i suoi stakeholder, l'edizione di quest'anno è stata redatta in accordo con lo standard europeo per la rendicontazione volontaria delle performance non finanziarie (Voluntary European Sustainability Reporting Standard for non-listed Small- and Medium-Sized Enterprises – VSME).

KNOWLEDGE PARTNER : TEHA Group
The European House-Ambrosetti

Il nostro 2025	4
Noi	5
Chi siamo	6
La strategia di Sostenibilità	13
Cambiamento Climatico	17
Il nostro impegno	18
Consumi energetici ed emissioni	18
Il nostro anno	20
Gestione dell'acqua	22
Il nostro impegno	23
Consumi idrici	23
Il nostro anno	24
Economia Circolare	25
Il nostro impegno	26
Il nostro anno	27
La gestione dei rifiuti	28
Forza Lavoro propria	29
Il nostro impegno	30
Le nostre persone	31
Il nostro anno	34
Comunità Interessate	38
Il nostro impegno	39
Il nostro anno	39
Consumatori e utilizzatori finali	41
Il nostro impegno	42
Il nostro anno	42
Governance	45
La nostra organizzazione	46
Una governance responsabile	48
Lotta alla corruzione	49
Nota metodologica	50
Come nasce questo documento	51
Indice dei contenuti VSME	57
Appendice tecnica	60

Il nostro 2025

14 Stazioni ferroviarie presenti con 11 città italiane	861 Unità commerciali	34 Temporary shop presenti all'interno delle stazioni
776 milioni Visite l'anno	162.380 Metri quadrati GLA	>2.000 Impianti digitali
240 milioni di ricavi nel 2025 (+12% rispetto al 2024)	100% dei nuovi tenant coinvolti in una survey sulla sostenibilità per monitorarne l'impegno	62 interventi di riqualificazione e ristrutturazione nelle stazioni
100% energia elettrica acquistata proveniente da fonti rinnovabili	5g CO₂eq le emissioni generate per visualizzazione del medium Out-of-home	-46% la riduzione dei consumi idrici rispetto al 2024
304 Dipendenti tra GSR e Retail Group	~6.400 ore di formazione erogate nel corso dell'anno	4% campagne probono sugli impianti pubblicitari per sensibilizzare su tematiche sociali e culturali



Noi

Chi siamo

[VSME B1]

Con circa 776 milioni di visite l'anno, le grandi stazioni ferroviarie italiane si confermano molto più che semplici punti di transito: sono spazi vivi, capaci di unire architettura, memoria storica e quotidianità, trasformandosi in vere e proprie piazze urbane al cuore del Paese. Dal 2016, Grandi Stazioni Retail si occupa di valorizzare gli spazi commerciali e pubblicitari nelle 14 stazioni dell'Alta Velocità più importanti d'Italia, presenti in 11 città su tutto il territorio nazionale.

Il perimetro di attività del Gruppo si articola su quattro fronti: la riqualificazione e valorizzazione delle stazioni; la gestione degli spazi tramite leasing commerciale e temporary store; la progettazione e realizzazione di eventi ed esposizioni; e lo sviluppo dell'advertising attraverso la vendita di spazi pubblicitari ad alto potenziale strategico. GSR ha chiuso l'esercizio con ricavi prossimi ai 240 milioni di euro, in crescita del 12% rispetto all'anno precedente. L'andamento positivo si inserisce in un contesto di moderata espansione del turismo in Italia (+2,5%), sostenuta in particolare dall'aumento dei visitatori stranieri.¹

STRATEGY

Al centro delle nostre stazioni il confort dei visitatori con servizi innovativi e dedicati ogni giorno dell'anno. Alle persone che amano muoversi offriamo ambienti confortevoli e sempre interessanti, con la possibilità di scoprire ciò che il luogo offre. La qualità dell'intera esperienza è fondamentale nella sfida di trasformare i visitatori in clienti.

MISSION

Diventare l'hub ideale per i brand che con noi possono sperimentare opportunità di comunicazione e business in location uniche per posizione e flussi. Grazie ai 776 milioni di visite ogni anno, siamo al vertice del travel retail. Ai brand offriamo la possibilità di incontrare il nostro target di clienti ad alto potenziale, di avere una visibilità massima grazie ai nostri impianti pubblicitari ad alto impatto e l'accesso privilegiato ad una conoscenza più profonda dei nostri flussi, grazie ai big data di cui disponiamo.

1. Assoturismo Confesercenti; Consuntivo turismo (2025).

La nostra storia

Nata nel 2016 dalla scissione di Grandi Stazioni S.p.A. dal Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane, GSR è passata sotto il controllo di Antin Infrastructure, Borletti Group e Icamap. Per rafforzare la propria presenza nel segmento dei temporary store e massimizzarne il potenziale all'interno delle stazioni, nel 2018 il Gruppo ha acquisito Retail Group, realtà specializzata nella commercializzazione e promozione di temporary shop, spazi commerciali temporanei situati all'interno delle stazioni, pensati per rispondere alle esigenze di una clientela quanto mai eterogenea. Nel 2024, il gruppo GSR è stata acquisito dai fondi di investimento DWS Group e OMERS Infrastructure.



Il nostro network

Le stazioni ferroviarie costituiscono il primo punto di contatto con il tessuto urbano delle città, luoghi capaci di restituire un'esperienza a tutto tondo in cui cultura, shopping e offerta gastronomica si incontrano in atmosfere accoglienti e ricche di fascino.



LEGENDA

- Alta velocità
- - - Linea tradizionale
- Interventi PNRR



Roma Termini

La stazione più grande d'Italia e l'unica al mondo che può vantare al suo interno reperti archeologici di assoluto valore. Si sviluppa su più livelli, dall'interrato nel quale confluiscono le linee di trasporto

metropolitano, alla Terrazza affacciata sui binari. La sua vitalità ed energia hanno fatto da sfondo a centinaia di film ed eventi, continuando ad ispirare il panorama nazionale e mondiale.

552.000
Visite Giornaliere

189
Unità Commerciali



Milano Centrale

La seconda stazione italiana per grandezza e traffico è uno snodo fondamentale per l'Alta Velocità e per i collegamenti con l'Europa. Definita da Frank Lloyd Wright come la "Stazione più bella del mondo", è

amatissima dai milanesi e si contraddistingue per la grandiosa facciata larga 200 metri e alta 50, oltre che gli ambienti con ascendenze liberty, secessioniste e Déco.

262.000
Visite Giornaliere

152
Unità Commerciali



Torino Porta Nuova

Con la sua galleria di testa larga 30 metri e lunga 150, è la terza più importante stazione italiana. Tra le eleganti vie del centro e il frizzante quartiere di San Salvario protagonista della vita notturna Torinese, questa

stazione incarna il dinamismo della città, costituendone un importante simbolo: «un salotto» da vivere, nonché una «porta/monumento» per chi arriva.

154.000
Visite Giornaliere

75
Unità Commerciali



Napoli Centrale

Un nodo di collegamento tra il Nord e il Sud Italia, caratterizzato dalle "piramidi", elementi architettonici triangolari che adornano il tetto, divenuti ormai parte dell'immaginario collettivo e spesso utilizzati come

location per film, spot e videoclip. Tra questi Mina, che nel celebre Carosello cantava "Se telefonando" proprio tra le piramidi della Stazione di Napoli.

241.000
Visite Giornaliere

114
Unità Commerciali



Firenze Santa Maria Novella

Unica ed imponente, rappresenta il fulcro per lo spostamento del Centro Italia. Inaugurata nel 1935, è un edificio di grande rilievo architettonico, il cui rivestimento esterno riprende sia i

materiali che i colori della città. Al suo interno, invece, ospita opere di valore come le sculture di Italo Griselli e le pitture di Ottone Rosai e Mario Romoli.

242.000
Visite Giornaliere

53
Unità Commerciali



Bologna Centrale

Collocata al centro delle più importanti direttrici che uniscono il Paese, questa stazione si pone come crocevia della Penisola. Inaugurata nel 1876, ha subito diversi interventi di ampliamento, tra cui l'apertura nel

2013 della nuova stazione sotterranea AV, consolidandosi come importante snodo per l'Alta Velocità. l'Alta Velocità.

164.000
Visite Giornaliere

46
Unità Commerciali



Roma Tiburtina

Composta da due atri uniti da un'enorme galleria di cristallo sospesa sopra i binari e da una piazza ipogea accogliente, rappresenta un vero "boulevard urban". La stazione Tiburtina, progetto dello studio ABDR

di Paolo Desideri, inaugurata nel 2011 è una delle più recenti realizzazioni ferroviarie del nostro paese.

51.000
Visite Giornaliere

62
Unità Commerciali



Venezia Santa Lucia

Grazie al posizionamento all'estremità occidentale del Canal Grande, costituisce l'unica porta di accesso alla città lagunare ed è la via che connette Venezia con la terraferma. La presenza di eventi e

di opere architettoniche di rilevanza internazionale, rendono il capoluogo veneto una destinazione turistica di altissimo livello.

159.000
Visite Giornaliere

39
Unità Commerciali



Venezia Mestre

Posta al confine tra i nuclei urbani di Mestre e di Marghera, è il raccordo tra il Nord-Est e il resto d'Italia e collega tutte le direttrici principali con Venezia e le città del Triveneto. Principale hub di accesso a Venezia dalla terraferma, la stazione

vuole offrire un ambiente più confortevole e ricco di servizi per viaggiatori e residenti. Per questo, a febbraio 2024, Rete Ferroviaria Italiana ha presentato un progetto di ampliamento e restyling che trasformerà la stazione, rendendola più moderna, funzionale e accessibile.

94.000
Visite Giornaliere

20
Unità Commerciali



Verona Porta Nuova

Porta d'ingresso al centro cittadino, questa stazione ha un'architettura particolare che gioca su dislivelli, disponendo di un'isola centrale interamente dedicata a servizi commerciali. Costruita nel 1852,

fu distrutta dai bombardamenti durante la Seconda Guerra Mondiale. Venne ricostruita in seguito, con una struttura simile secondo il progetto dell'architetto Narducci.

81.000
Visite Giornaliere

32
Unità Commerciali



Genova Piazza Principe

Rappresenta un importante snodo del trasporto urbano, extraurbano e turistico della Liguria e della città grazie anche alla vicinanza con il Porto. Realizzata nel 1860 su progetto

di Alessandro Mazzucchetti, durante la Guerra la grande volta in acciaio fu smantellata per utilizzare il metallo per fini bellici e non fu più ricostruita.

28.000
Visite Giornaliere

28
Unità Commerciali



Genova Brignole

Situata ai piedi del Colle Montesano, nella piazza omonima, questa stazione venne costruita in occasione dell'esposizione mondiale del 1905 su progetto dell'ingegnere Giovanni Ottino. L'architettura riprende lo stile

romantico della "rinascenza" di scuola francese, arricchito da ampi motivi decorativi.

46.000
Visite Giornaliere

20
Unità Commerciali



Bari Centrale

Tipica stazione di transito e punto di interscambio della Puglia con linee urbane, extraurbane e turistiche. Inaugurata nel 1864, la stazione venne successivamente ampliata verso la piazza adiacente con una pensilina in

ferro battuto in stile liberty.



Palermo Centrale

Il crocevia della Sicilia, unisce l'Isola con tutte le direttrici principali. È situata nel cuore della città, e collega l'aeroporto di Palermo con il servizio ferroviario metropolitano. Costruita nel 1885, è tra le più antiche stazioni

in attività d'Italia ed è testimonianza dello stile architettonico eclettico.

80.000
Visite Giornaliere

21
Unità Commerciali

17.000
Visite Giornaliere

10
Unità Commerciali

La catena del valore

GSR si impegna a promuovere la sostenibilità lungo tutte le fasi della propria catena del valore.

	Fase	Descrizione attività
A monte	Approvvigionamento di risorse	Gestisce la selezione delle risorse destinate alla riqualificazione e alla gestione degli spazi, privilegiando materiali di qualità, a filiera tracciabile e a basso impatto ambientale, in stretta collaborazione con i clienti per garantire un allestimento innovativo e responsabile (ad esempio attrezzature e materiali eco-friendly).
	Attività di retail	Lavora a fianco dei tenant nella progettazione degli spazi commerciali e dei temporary store, monitorando parallelamente l'impegno in materia di sostenibilità delle aziende partner attraverso la somministrazione di un questionario dedicato.

Operazioni proprie	Gestione e manutenzione degli spazi/asset	Gestisce la manutenzione, la conservazione, la pulizia, la sanificazione degli ambienti, e la gestione degli affitti e dei servizi igienici. Per i temporary store eroga servizi chiavi in mano, mettendo a disposizione personale specializzato (logistica, IT, amministrazione, vendita).
	Eventi	Progetta e realizza eventi di vario genere – spettacoli, concerti, mostre – sia nei propri spazi che in quelli di propria gestione, selezionando con cura fornitori e partner e coordinando la comunicazione legata agli eventi.
	Organizzazione delle campagne di comunicazione e marketing	Mette a disposizione spazi pubblicitari per attività di comunicazione commerciali, di intrattenimento e pro bono, curando la rassegna dei contenuti pubblicitari da trasmettere sui propri schermi e occupandosi della realizzazione di contenuti di intrattenimento.
A valle	Fruizione degli spazi	Gli spazi offerti sono dedicati a diverse attività e vi si accede nel pieno rispetto delle normative vigenti e dei contratti stipulati con i partner commerciali.
	Consumo dei prodotti	Acquisto e consumo, da parte dei visitatori delle stazioni, dei prodotti offerti negli spazi commerciali in locazione.
	Fruizione dei servizi igienici	Utilizzo dei bagni pubblici a pagamento da parte dei visitatori, con una media giornaliera che supera le 27.600 presenze.
	Partecipazione agli eventi	Coinvolgimento diretto dei visitatori negli eventi promossi da GSR e dai suoi partner all'interno degli spazi delle stazioni.

I nostri stakeholder

GSR promuove un rapporto aperto e costante con i propri stakeholder, favorendo dialogo e confronto e facendo tesoro dei feedback raccolti attraverso canali e strumenti dedicati. Questo approccio consente al Gruppo di tenere in considerazione le diverse prospettive nel processo di definizione della strategia aziendale, con l'obiettivo di migliorare progressivamente le proprie performance.

Stakeholder chiave	Modalità di coinvolgimento	In che modo l'impresa tiene conto del risultato
Management aziendale/ Dirigenza	Riunioni periodiche strategiche e operative, Consigli di Amministrazione.	Adattamento della strategia di business.
Dipendenti di GSR	Sondaggi interni, Bilancio di Sostenibilità, newsletter e piattaforme di comunicazione interna.	Adattamento delle politiche HR, miglioramento delle condizioni lavorative e promozione di iniziative basate sui feedback ricevuti.
Collaboratori di GSR	Sondaggi di feedback, newsletter e piattaforme di comunicazione dedicate.	Adattamento delle politiche HR, sviluppo e promozione di iniziative basate sui feedback ricevuti.
Clienti/Utenti finali	Sondaggi di soddisfazione	Pianificazione di eventi, iniziative e offerta più allineati alle aspettative dei visitatori, con particolare attenzione alla qualità dei servizi.
Comunità/ Associazioni locali e territorio/Enti e istituzioni di riferimento	Bilancio di Sostenibilità, sondaggi di feedback, collaborazione con le associazioni locali.	Sviluppo di progetti ed eventi con impatto positivo per le comunità.

Azionisti, banche e Assicurazioni	Assemblee degli azionisti, Bilancio di Esercizio e Bilancio di Sostenibilità, attività di comunicazione esterna.	Adeguamento della strategia aziendale per garantire trasparenza nel rispetto delle aspettative.
Fornitori/Partners/ Inserzionisti	Comunicati stampa, sito Internet aziendale, attività di relazioni esterne, Bilancio di Sostenibilità.	Integrazione delle informazioni raccolte nei processi di selezione di fornitori/partners/inserzionisti. Miglioramento dei servizi media, aggiornamento dell'offerta pubblicitaria e sponsorizzazione eventi.
Tenant – Leasing (non-food retail, Food retail, Services, other surface)	Survey annuale di sostenibilità, circolari e richiami.	Integrazione delle informazioni raccolte nei processi di selezione dei tenant.

La strategia di Sostenibilità

I temi che contano

Rendicontare la sostenibilità secondo standard di reporting riconosciuti significa fornire in modo trasparente ai propri stakeholder non solo le informazioni generali, utili a comprenderne le caratteristiche chiave di business di un'organizzazione, ma anche quelle specifiche relative agli impatti ambientali, economici e sociali più significativi. Nel 2024, GSR ha identificato i temi prioritari, confermandoli nel 2025, su cui concentrare la propria strategia di sostenibilità e impostare una rendicontazione efficace. Allineandosi alle richieste dello Standard unico europeo di rendicontazione di sostenibilità (European Sustainability Reporting Standard - ESRS), il Gruppo ha valutato le tematiche più significative in base agli impatti generati sul contesto esterno (materialità d'impatto) e quelli subìti (materialità finanziaria)².

Il processo di identificazione dei temi materiali ha visto il coinvolgimento di 3 esperti esterni, rappresentanti delle principali categorie di stakeholder del Gruppo, per cogliere aspettative, sensibilità e priorità di sostenibilità. Gli input sono stati successivamente integrati nell'analisi, che ha portato all'identificazione di 7 temi materiali, approvati dal Management durante un incontro dedicato.

2. Per ulteriori informazioni sulla metodologia e il processo seguito per l'analisi di doppia rilevanza si faccia riferimento alla [Nota metodologica](#).

	Materialità d'impatto	Materialità finanziaria	Doppia materialità
E1 - Cambiamenti climatici	●	●	●
E2 - Inquinamento	○	○	○
E3 - Acqua e risorse marine	●	●	●
E4 - Biodiversità ed ecosistemi	○	○	○
E5 - Uso delle risorse ed economia circolare	●	●	●
S1 - Forza lavoro propria	●	●	●
S2 - Lavoratori nella catena del valore	○	○	○
S3 - Comunità interessate	●	●	●
S4 - Consumatori e utilizzatori finali	●	●	●
G1 - Condotta delle imprese	●	●	●

Il nostro percorso di Sostenibilità

Il percorso di GSR di integrazione della sostenibilità all'interno del proprio business ha preso avvio nel 2018 con il progetto STREAM (Stations To Respect Environment and Change Mindset), pensato per sensibilizzare e coinvolgere i dipendenti sul tema. Da allora, l'impegno del Gruppo si è progressivamente consolidato attraverso programmi di formazione sempre più strutturati: il Sustainability Bootcamp nel 2022, rivolto al management, e il Sustainability LAB del 2024, che ha invece interessato l'intera forza lavoro, segnando un ampliamento significativo del livello di coinvolgimento interno.

Queste esperienze hanno posto le basi per lo sviluppo strategico del Piano di Sostenibilità, avviato nel 2022 e costruito a partire delle idee e dei contributi emersi durante le attività di formazione e i momenti di confronto diretto con i dipendenti, successivamente validati dal management.

Nella definizione dei suoi obiettivi, GSR ha seguito due direttrici complementari: intervenire direttamente nelle aree di propria competenza e, al contempo, valorizzare la rete di partner per moltiplicare l'impatto delle iniziative intraprese. Il Gruppo è chiamato ad agire come vero e proprio enabler, supportando le realtà con cui collabora nell'adozione di pratiche sostenibili e contribuendo così alla diffusione di un approccio responsabile lungo l'intera filiera. In questo percorso, Retail Group contribuisce in modo concreto al percorso attraverso iniziative e target strategici in ambito sociale e ambientale, dettagliati nei rispettivi capitoli del documento.

Il Piano di Sostenibilità di GSR

Tema	Obiettivo	Avanzamento
Relazioni commerciali	Vantaggio commerciale per palinsesti pubblicitari con brand e prodotti che sostengono la transizione sostenibile	Raggiunto
	3% del palinsesto riservato a no-profit che sostengono la transizione sostenibile	Raggiunto
	100% dei nuovi clienti vincolati alla compilazione della check list di sostenibilità e 50% dei contratti in essere con aziende con progetti di sostenibilità entro il 2025, 95% entro il 2030	Raggiunto
	100% tenant food coinvolto in iniziative contro lo spreco alimentare	Raggiunto
Catena di fornitura	75% dei fornitori selezionati e valutati secondo criteri di sostenibilità grazie alla formalizzazione di una politica di acquisto dedicata, con l'obiettivo di monitorarne le performance e stabilire azioni di miglioramento nel tempo	Non raggiunto
Spazi gestiti	0 emissioni di CO2 di Scope 1+2, grazie all'acquisto di energia 100% rinnovabile e l'utilizzo di mezzi di trasporto aziendali sostenibili	Raggiunto
	Riduzione di consumi energetici delle attività di Gruppo grazie a interventi di efficientamento	Raggiunto
	100% dei rifiuti correttamente smaltiti grazie alla creazione di appositi spazi e a attività di sensibilizzazione	Raggiunto
	75% nuovi lavori e nuovi arredi GSR/RG sostenibili, come da linee guida definite per i tenant	Raggiunto
	100% delle nuove toilette delle stazioni e degli uffici a impatto ridotto grazie all'installazione di sistemi per la riduzione dei consumi di acqua e al monitoraggio delle performance per identificare azioni di miglioramento	Raggiunto
Sviluppo delle persone	100% del personale coinvolto in percorsi di educazione alla sostenibilità attraverso formazione specifica	Raggiunto
	Introduzione di strumenti per la sensibilizzazione dei nuovi dipendenti sui temi di sostenibilità, promuovere la comunicazione interna in materia di sostenibilità al momento dell'ingresso in azienda dei nuovi assunti	Raggiunto
	Coinvolgimento dei dipendenti in iniziative di volontariato, impegnando fino a 4 giornate retribuite all'anno	Raggiunto
	Conciliazione tempi di vita e tempi di lavoro con l'introduzione della possibilità di smart working per 1 giorno alla settimana, riducendo così, allo stesso tempo, l'impatto ambientale del tragitto quotidiano casa-lavoro e i costi di commuting in capo al lavoratore	Raggiunto

Dal 2022, GSR ha scelto di rendicontare la propria performance in ambito ESG pubblicando la prima edizione del Bilancio di Sostenibilità. Oggi, il Gruppo ha deciso di proseguire in questo percorso redigendo il quarto esercizio di rendicontazione in linea con gli standard europei per la rendicontazione non finanziaria volontaria Voluntary European Sustainability Reporting Standard for non-listed Small- and Medium-Sized Enterprises (VSME ESRS). Nel 2025, GSR ha condotto per la prima volta la valutazione EcoVadis, una delle principali piattaforme internazionali per la misurazione delle performance di sostenibilità delle aziende. La metodologia EcoVadis analizza le pratiche ESG lungo quattro dimensioni – Ambiente, Pratiche Lavorative e Diritti Umani, Etica e Acquisti Sostenibili – e consente alle organizzazioni di misurare il proprio posizionamento rispetto a un benchmark globale, identificare le aree di miglioramento e comunicare in modo strutturato e credibile il proprio impegno verso gli stakeholder esterni.

Nel corso dell'anno, GSR ha adottato una CSR Policy che raccoglie e formalizza i principi che orientano l'approccio del Gruppo alla responsabilità sociale d'impresa. Il documento definisce gli impegni nei confronti dei principali stakeholder – dipendenti, partner commerciali, comunità locali e ambiente – e costituisce il riferimento strategico entro cui si inseriscono le iniziative e gli obiettivi del Piano di Sostenibilità, rafforzando la coerenza tra la visione dichiarata e le pratiche operative adottate.

In occasione di questa prima valutazione, GSR ha ottenuto un punteggio complessivo di 58/100, collocandosi al 55° percentile rispetto alle aziende valutate dalla piattaforma a livello globale. Questo risultato rappresenta un punto di partenza che ha consentito di individuare con maggiore chiarezza le aree di miglioramento e i temi prioritari su cui GSR orienterà il proprio impegno e le proprie azioni nei prossimi anni.



Cambiamento climatico

Il nostro impegno

[VSME B2]

GSR riconosce il cambiamento climatico come una delle sfide più urgenti a livello globale: in qualità di gestore di infrastrutture complesse e ad alta affluenza, è consapevole del proprio ruolo nel contribuire alla riduzione delle emissioni di gas a effetto serra, da perseguire attraverso una gestione più efficiente dei consumi energetici, interventi mirati per limitare il proprio impatto e un monitoraggio delle prestazioni ambientali dei propri partner. Tramite il suo Piano di Sostenibilità, GSR si impegna a ridurre progressivamente le emissioni di gas a effetto serra, migliorando la propria efficienza energetica, adottando opzioni di approvvigionamento rinnovabili, favorendo la scelta di soluzioni di mobilità sostenibile.

In linea con questi principi, il Gruppo ha definito uno specifico obiettivo in materia di cambiamento climatico, affiancato da target operativi individuati da Retail Group, orientati al miglioramento delle performance energetiche.

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	Obiettivo 2025	Stato di avanzamento
Grandi Stazioni Retail	2022: 15%	0 emissioni di CO ₂ eq, grazie all'acquisto di energia 100% rinnovabile e utilizzo di mezzi di trasporto aziendali sostenibili	Raggiunto
Retail Group	2022	Dispersione termica: Efficientamento del 20% (pop-up)	Raggiunto
Retail Group	2022	100% di energia rinnovabile acquistata green	Raggiunto
Retail Group	2022	Corpi luminosi a Led: >90% del perimetro (pop-up)	Raggiunto

Consumi energetici ed emissioni

[VSME B3] [VSME C3]

Nel 2025, il consumo totale di energia del Gruppo è stato pari a 7.017 MWh, generato principalmente dal parco mezzi aziendale e dall'energia elettrica 100% rinnovabile con Garanzia d'Origine, impiegata all'interno degli uffici.

Consumo di energia	2025	2024
	MWh	MWh
Consumo di energia totale	7.017	6.574

Consumo di energia totale da fonti fossili	51	44
Quota di fonti fossili sul totale	1%	1%
Consumo di energia da fonti rinnovabili		6.530
Energia elettrica, calore, vapore o raffrescamento da fonti rinnovabili (acquistato)	6.966	6.530
Quota di rinnovabili sul totale (%)	99%	99%

Nel 2025, le emissioni totali di GSR sono state pari a:

- Scope 1: 18 tCO₂eq, derivanti dalle emissioni dirette legate al consumo di combustibili fossili per alimentare il parco mezzi³.
- Scope 2 (location-based): 1.473 tCO₂eq, calcolate in base al mix energetico medio della rete di fornitura⁴.
- Scope 2 (market-based): 0 tCO₂eq, che riflettono le emissioni effettive in base agli acquisti di energia elettrica da fonti specifiche.
- Scope 3: 24.308 tCO₂eq, che includono le emissioni generate a monte e a valle della catena del valore di GSR⁵.

Emissioni lorde di gas effetto serra	2025	2024
	tCO ₂ eq	tCO ₂ eq
Scope 1	18	11
Scope 2 (basate sulla posizione)	1.473	2.053
Scope 2 (basate sul mercato)	0	0
Scope 3	24.308	46.849
1. Beni e servizi acquistati	1.528	1.097
2. Beni strumentali	1	22
3. Attività legate ai combustibili e all'energia (non incluse nello Scope 1 o 2)	26	26
5. Rifiuti generati nel corso delle operazioni	1.106	3.632
7. Pendolarismo dei dipendenti	2.330	2.456
8. Attivi in leasing a monte	3.920	4.028
13. Attivi in leasing a valle	15.394	35.587

3. Ai fini del calcolo, il Gruppo ha utilizzato i fattori di emissione per i combustibili resi disponibili dal DESNZ (2024, 2025).

4. Ai fini del calcolo, il Gruppo ha utilizzato i valori di residual mix resi disponibili da Carbon Footprint (2024, 2025) e da ISPRA (2024, 2025).

5. Per ulteriori informazioni in merito alle metodologie di calcolo delle emissioni di Scope 3 si faccia riferimento alla Nota metodologica.

Emissioni totali di GES (location based)	25.799	48.913
Emissioni totali di GES (market based)	24.326	46.860
Intensità emissiva	tCO ₂ eq/EUR	tCO ₂ eq/EUR
Emissioni totali di GES/Ricavi netti	0,01	0,02

Il nostro anno

[VSME B2]

Nel 2025, GSR e Retail Group hanno dato avvio e proseguito una serie di progetti volti all'efficientamento energetico e alla riduzione dei consumi, affiancati da iniziative di sensibilizzazione finalizzate a mitigare i rischi e gli impatti legati ai cambiamenti climatici. In questo contesto, nel 2025 il Gruppo ha rinnovato la propria Car Policy aziendale, definendo l'obbligo stringente di prediligere autovetture ibride, plug-in ed elettriche al momento della scelta della macchina aziendale.

La comunicazione a basso impatto ambientale

Nel 2025 GSR ha effettuato un'analisi dell'impatto ambientale legato alle attività di comunicazione all'interno delle proprie stazioni, conducendo una valutazione specifica dell'impronta carbonica associata alla fruizione dei contenuti pubblicitari. In particolare, il Gruppo ha analizzato l'impatto delle visualizzazioni sui maxischermi digitali presenti nei principali scali ferroviari.

I risultati confermano che il medium digitale Out-of-Home è tra i canali pubblicitari meno impattanti in termini di emissioni di gas a effetto serra: ogni singola visualizzazione genera circa 5 grammi di CO₂eq, un valore significativamente inferiore rispetto ad altri mezzi tradizionali (ad esempio, una visualizzazione televisiva, che può arrivare fino a circa 875 grammi di CO₂eq).

Diffondere buone pratiche

Il coinvolgimento dei partner commerciali rappresenta una leva fondamentale per la riduzione dei consumi energetici. Pur non avendo la diretta responsabilità sulla gestione degli spazi concessi in locazione, GSR opera attivamente su due fronti: da un lato, condividendo con i tenant raccomandazioni e best practice in materia; dall'altro, monitorando con continuità il livello di adozione delle iniziative promosse. Tra queste figurano l'adozione di sistemi di illuminazione a LED, l'installazione di timer nel quadro elettrico per programmare l'accensione e lo spegnimento di insegne e vetri e la sensibilizzazione del personale in negozio per la gestione delle temperature in modo che non siano inferiori a 26°C in estate e non superiori a 18°C in inverno. Grazie a questo approccio, nel corso dell'anno, l'80% dei tenant ha accolto l'invito di GSR, implementando almeno una delle azioni suggerite.

Riqualificare gli spazi commerciali

Nel corso del 2025, GSR ha portato a termine 62 interventi di riqualificazione e ristrutturazione dei propri spazi con l'obiettivo di migliorare la qualità, la sicurezza e la fruibilità delle stazioni, riducendo al contempo l'impatto ambientale degli interventi. Le attività sono state orientate alla valorizzazione delle infrastrutture esistenti, al miglioramento delle prestazioni energetiche e della qualità degli ambienti interni, e alla continuità di esercizio delle infrastrutture.

Ad esempio, a Roma Termini è stato realizzato un programma di revamping degli impianti idraulici e di servizio delle aree comuni e commerciali, finalizzato a migliorare l'affidabilità dei sistemi e l'efficienza complessiva degli impianti. A Bologna Centrale, invece, un locale precedentemente adibito a mensa è stato riqualificato e riconvertito in magazzini a servizio dei tenant, attraverso il recupero degli spazi esistenti e l'adeguamento funzionale e impiantistico degli ambienti.

Rinnovo dei collegamenti verticali a Milano Centrale

GSR ha avviato il rinnovo dei collegamenti verticali della Stazione di Milano Centrale, sostituendo i tappeti mobili con nuove scale mobili ad uso pubblico dotate di motori di ultima generazione, e riqualificando l'illuminazione

delle aree interessate con l'installazione di un sistema a LED integrato nell'architettura. L'intervento, articolato in quattro lotti funzionali per limitare le interferenze con i flussi dei passeggeri, ha previsto, ove possibile, il riutilizzo delle infrastrutture esistenti per la distribuzione elettrica, privilegiando soluzioni costruttive orientate a durabilità e manutenzione programmata. I lavori, il cui termine è previsto per il 2026, garantiranno affidabilità e continuità di esercizio dei collegamenti verticali, leggibilità dei percorsi e nella gestione dei flussi con effetti positivi su sicurezza, comfort e fruibilità degli spazi, riducendo al contempo i consumi energetici.

La “Galleria dei Mosaici” di Milano Centrale

Presso la Galleria dei Mosaici di Milano Centrale, GSR ha riqualificato alcuni locali commerciali con l'obiettivo di renderli pienamente flessibili e pronti per le future locazioni. La riconfigurazione degli spazi in quattro unità autonome, il miglioramento dell'illuminazione naturale e l'adeguamento degli impianti e dei presidi di sicurezza consentono oggi una gestione più efficiente degli spazi e una migliore qualità degli ambienti interni.

La cabina elettrica dei Magazzini Raccordati

Nel 2025 è stata completata la realizzazione di una nuova cabina elettrica di conversione tra media e bassa tensione e dei relativi locali tecnici a servizio dei Magazzini Raccordati. L'intervento ha così reso nuovamente alimentabili e fruibili i magazzini attraverso un'infrastruttura elettrica stabile, sicura e predisposta per una gestione evolutiva. Le attività hanno incluso il recupero di un locale in stato di degrado, il miglioramento delle condizioni di sicurezza e il risanamento dell'involucro, contribuendo alla continuità operativa delle future attività.

Le vetrate fronte binari a Torino Porta Nuova

GSR ha rinnovato gli involucri vetrati dei due padiglioni commerciali fronte binari a Torino Porta Nuova, mantenendo la struttura in acciaio e le geometrie originarie. Sono stati sostituiti serramenti, vetrate e porte con sistemi in vetro stratificato-temperato e pellicole di sicurezza, integrando dettagli di coronamento e un canale luminoso perimetrale. L'intervento ha migliorato trasparenza e qualità visiva verso la Galleria di Testa e i binari. Sono state così valorizzate le strutture esistenti, incrementando durabilità, sicurezza e manutenibilità e riducendo l'impiego di nuovi materiali.

Rinnovo degli infissi a Venezia Santa Lucia

GSR ha realizzato il rinnovo completo di alcune vetrine di Venezia Santa Lucia, all'interno di un contesto architettonico di pregio e sottoposto a tutela. Le chiusure esistenti sono state sostituite con nuovi sistemi ad alte prestazioni, caratterizzati da profili metallici strutturalmente rinforzati e finiture con una lunga vita utile, pienamente compatibili con i vincoli dell'edificio.

L'intervento ha migliorato in modo significativo le prestazioni termo-fisiche dell'involucro trasparente, grazie all'impiego di vetrate isolanti a bassa emissività e di sistemi di tenuta evoluti. In questo modo è stato possibile ottenere una riduzione delle dispersioni energetiche, l'incremento dei livelli di sicurezza e una migliore qualità percettiva degli spazi, particolarmente rilevante in un'area ad elevato afflusso di pubblico.

Nuovi spazi retail a Venezia Santa Lucia

GSR ha riconvertito un locale destinato ad attività di ristorazione della Stazione di Venezia Santa Lucia, mediante strip-out completo edile e impiantistico, in uno spazio retail dedicato alla vendita al dettaglio. Questa tecnica di demolizione consiste nella rimozione selettiva e controllata di tutte le finiture, delle partizioni interne e degli impianti esistenti, mantenendo inalterate le strutture principali dell'edificio, al fine di massimizzare il recupero di materiali e rifiuti.

L'intervento ha previsto nuovi accessi, una scala interna, il rifacimento degli impianti di climatizzazione con terminali ad alta efficienza e regolazione locale, il rinnovo dell'aria primaria con recupero di calore e la sostituzione delle reti idrico-sanitarie. Il Gruppo ha così migliorato efficienza energetica, comfort, qualità dell'aria e fruibilità, riducendo l'impronta materiale grazie al riuso delle infrastrutture esistenti.



Gestione dell'acqua

Il nostro impegno

[VSME B2]

La gestione responsabile delle risorse idriche costituisce una priorità concreta per GSR, che investe nello sviluppo di soluzioni volte a limitare gli sprechi idrici, con particolare attenzione agli spazi dei servizi igienici. Al contempo, il Gruppo vigila sulla corretta gestione degli scarichi da parte dei tenant, con l'obiettivo di prevenire potenziali inefficienze, sprechi e rischi di contaminazione, in particolare nei punti vendita del settore food. Data la natura della propria attività, l'impegno di GSR nella tutela delle risorse idriche si concentra prevalentemente sulla gestione e sulla manutenzione dei servizi igienici a pagamento presenti nelle stazioni. In questo ambito, il Piano di Sostenibilità prevede uno specifico obiettivo finalizzato alla riduzione degli sprechi idrici all'interno delle toilette delle stazioni e degli uffici aziendali, contribuendo a un utilizzo più efficiente della risorsa nel tempo.

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	Obiettivo 2025	Stato di avanzamento
Grandi Stazioni Retail	2022	100% delle nuove toilet delle stazioni e degli uffici a impatto ridotto grazie all'installazione di sistemi per la riduzione dei consumi di acqua e al monitoraggio delle performance per identificare azioni di miglioramento	100%

Consumi idrici

[VSME B6]

Nel corso del 2025, GSR ha registrato un consumo idrico pari a 248.240 m³, con una riduzione del 46% rispetto allo scorso anno. Il 62% dell'acqua consumata all'interno degli spazi di GSR proviene da aree classificate ad alto rischio idrico⁶.

Consumo idrico totale ⁷		2025	2024
		m ³	m ³
Consumo idrico totale		248.240	456.004
di cui prelievi		248.240	456.004
di cui scarichi		-	-
Intensità idrica		2025	2024
Intensità		0,001	0,002
Consumo idrico totale nelle operazioni proprie	m ³	248.240	456.004
Ricavi netti	€	239.736.089	213.990.271

6. Fonte: WRI's Aqueduct Water Risk Atlas

7. Il valore del consumo idrico totale coincide con il totale dei prelievi idrici.

Il nostro anno

[VSME B2]

Nel corso degli anni, GSR ha sviluppato un sistema articolato di iniziative per la tutela delle risorse idriche, orientate sia alla prevenzione delle contaminazioni legate alle attività dei partner della ristorazione, sia alla riduzione degli sprechi nei servizi igienici.

All'interno delle stazioni sono attualmente operativi 18 blocchi di servizi igienici pubblici a pagamento, che nel 2025 hanno registrato una media di circa 27.600 visite al giorno. Per assicurare ambienti puliti, sicuri, e rispettosi dell'ambiente, il Gruppo ha completato nel corso dell'anno la riqualificazione delle toilette della stazione di Roma Tiburtina Piastra e avviato i lavori in quelle di Genova Piazza Principe, Bari Centrale, Napoli Centrale e Bologna Centrale, che vanno ad aggiungersi alle 11 già oggetto di interventi nel 2024. I lavori di ristrutturazioni hanno incluso l'introduzione di soluzioni di risparmio idrico ed energetico tra cui rubinetterie e flussometri con fotocellule a rilevamento di movimento, capaci di attivare e interrompere il flusso d'acqua. Il sistema consente di contenere il consumo di acqua e senza compromettere l'esperienza del viaggiatore. Grazie all'utilizzo di questi rubinetti elettronici, il consumo di acqua si riduce a 3 litri/minuto, ovvero 0,5 litri consumati per ogni utilizzo. Inoltre, l'erogazione dell'acqua miscelata è stata regolata a temperatura controllata (25/30° C) al fine di evitare sprechi energetici.

Nel quadro di miglioramento continuo delle performance ambientali degli spazi, GSR ha inoltre ottenuto la certificazione BREEAM In Use per 14 dei 19 blocchi di servizi igienici a pagamento presenti nelle stazioni, a conferma della qualità delle soluzioni adottate in termini di efficienza energetica, gestione idrica, salubrità e comfort degli ambienti. I blocchi certificati sono quelli di Roma Termini (3 blocchi), Roma Tiburtina (2) Venezia Santa Lucia, Verona Porta Nuova, Genova Brignole e Genova Piazza Principe e Palermo Centrale, quest'ultima certificata nei primi mesi del 2026. Il processo di estensione della certificazione è in corso per le stazioni di Napoli Centrale, Bari Centrale e Bologna Centrale.

Sul fronte della prevenzione dell'inquinamento idrico, GSR richiede ai tenant l'installazione di separatori di grassi, garantendone il corretto funzionamento attraverso il coordinamento e il monitoraggio degli interventi di manutenzione periodica, inclusi quelli sulle linee di scarico collegate. Questi dispositivi consentono un trattamento preliminare delle acque reflue, rimuovendo grassi, olii vegetali esausti e altri residui organici prodotti dalle attività di ristorazione. Il Gruppo verifica nel tempo la corretta gestione degli impianti richiedendo evidenze delle operazioni di svuotamento e smaltimento e attraverso controlli periodici basati su campionamenti e analisi chimiche delle acque scaricate in fognatura.



Economia circolare

Il nostro impegno

[VSME B2]

GSR integra i principi dell'economia circolare nella propria attività: dalla riqualificazione degli spazi agli interventi di rigenerazione urbana, fino alla costruzione di relazioni commerciali più responsabili.

Per strutturare in modo rigoroso la propria azione in questo ambito, GSR ha introdotto una Procedura Procurement che definisce con chiarezza obiettivi, ruoli e responsabilità nel processo di acquisto di beni, lavori e servizi. Nello specifico, la procedura formalizza il processo di selezione dei fornitori: prima di avviare qualsiasi nuova collaborazione, viene richiesto loro di fornire evidenza delle proprie politiche ESG e la relativa documentazione a supporto. Le informazioni raccolte vengono archiviate nel Data Base Fornitori, garantendone tracciabilità e aggiornamento annuale e consentendo al Gruppo di tracciare e valutare nel tempo il percorso di ciascun partner verso pratiche più sostenibili.

Sul fronte della gestione dei rifiuti, le stazioni pongono una sfida significativa, considerato il flusso giornaliero di persone. Le fonti di produzione degli scarti sono molteplici – uffici, temporary store, toilette ed eventi – per cui il Gruppo adotta un approccio orientato alla prevenzione, puntando su materiali a noleggio, riciclati o riciclabili ogni volta che le condizioni lo permettono.

Nel suo Piano di Sostenibilità, GSR ribadisce 3 obiettivi legati all'economia circolare. Retail Group, in questa direzione, conferma 12 target per ridurre i rifiuti e favorire il riutilizzo e il riciclo dei materiali.

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	Obiettivo 2025	Stato di avanzamento
Grandi Stazioni Retail	2022	75% dei fornitori selezionati e valutati secondo criteri di sostenibilità grazie alla formalizzazione di una politica di acquisto dedicata, con l'obiettivo di monitorarne le performance e stabilire azioni di miglioramento nel tempo	62% dei fornitori attivi nel 2025
Grandi Stazioni Retail	2022	100% dei rifiuti correttamente smaltiti grazie alla creazione di appositi spazi e a attività di sensibilizzazione	Raggiunto ⁸
Grandi Stazioni Retail	2022	75% nuovi lavori e nuovi arredi GSR/RG sostenibili, come da linee guida definite per i tenant	81%
Retail Group	2022	100% di rivestimenti ecologici dei pavimenti	Raggiunto
Retail Group	2022	100% dei rivestimenti di pavimentazione utilizzando materiali sostenibili	40%
Retail Group	2022	Sostituzione di 20 banchi cassa con prodotti sostenibili (pop up)	Raggiunto

8. Nel 2025 GSR si è impegnata a mantenere l'obiettivo raggiunto e garantire maggiore tracciabilità dei rifiuti conferiti.

Retail Group	2022	100% dei banchi cassa sostenibili nei locali vacant	80%
Retail Group	2022	- 20% consumo e smaltimento cartucce	Raggiunto
Retail Group	2022	Digitalizzazione documenti interni, utilizzo di tablet nei punti vendita per i cataloghi	Raggiunto ⁹
Retail Group	2022	Riduzione del consumo di carta con compensazione delle emissioni fino a un massimo di 16 alberi piantati	Raggiunto
Retail Group	2022	100% di carta riciclata	Raggiunto
Retail Group	2022	Utilizzo shopper riciclabili	Raggiunto
Retail Group	2022	100% della raccolta differenziata	Raggiunto
Retail Group	2022	100% esercenti che hanno adottato pratiche di raccolta differenziata	Raggiunto
Retail Group	2022	90% dei Brand con progetti di sostenibilità di prodotto	81%

Il nostro anno

[VSME B2]

La gestione dei rifiuti negli spazi di GSR

I tenant presenti negli spazi gestiti dal Gruppo sono responsabili del conferimento dei rifiuti prodotti dalle loro attività all'interno degli appositi punti di raccolta e allo smaltimento di eventuali rifiuti speciali o pericolosi. Il servizio di raccolta si svolge tramite punti di raccolta nelle stazioni di Roma Termini, Milano Centrale e Torino Porta Nuova, mentre nelle stazioni di Roma Tiburtina, Firenze Santa Maria Novella, Bologna Centrale, Napoli Centrale e Venezia Santa Lucia è previsto un servizio porta a porta con trasporto interno ai punti di raccolta condominiali. GSR richiede a tutti i tenant di rispettare le normative sulla raccolta differenziata, pena l'addebito della tassa comunale sui rifiuti.

Con l'obiettivo di fornire ai tenant strumenti operativi e conoscenze adeguate per supportarli nell'applicazione corretta e consapevole delle procedure di gestione dei rifiuti, nel corso del 2025, GSR ha promosso momenti di confronto operativo con i tenant della stazione di Napoli, organizzando riunioni congiunte che hanno coinvolto anche la società incaricata della raccolta e della gestione dei rifiuti. Attraverso il coordinamento della funzione Mall Management, che si interfaccia quotidianamente con i tenant, il Gruppo ha rafforzato le attività di monitoraggio e verifica del rispetto dei processi operativi e delle procedure ambientali condivise, favorendo una gestione più efficace e allineata dei flussi di rifiuti all'interno della stazione.

Per valorizzare gli olii vegetali esausti (OVE) e per prevenirne la dispersione negli impianti di scarico, già nel 2024 GSR ha avviato una collaborazione con HERA, azienda multiservizi italiana, lanciando un progetto di raccolta degli OVE presso i punti vendita del settore food presenti all'interno delle stazioni. Gli olii raccolti vengono conferiti a bioraffinerie e trasformati in biocarburante destinato all'alimentazione dei mezzi di trasporto. Il progetto è stato successivamente esteso anche alle sedi del Gruppo, con l'introduzione di contenitori dedicati nelle aree cucina e nelle sale break. Nel 2025 sono stati raccolti oltre 11.250 kg di OVE, da cui sono stati prodotti quasi 11.600 litri di biocarburante, equivalenti a 31,9 tonnellate di CO₂ risparmiate rispetto alla produzione della stessa quantità di carburante fossile, pari a una riduzione dell'83% delle emissioni dal processo produttivo.

9. Nel 2025, RG ha posto maggiore focus sulla digitalizzazione delle schede e dei contratti dei dipendenti, nonché sull'eliminazione delle spedizioni di documenti fisici.

Le iniziative di Retail Group

Nel 2025, Retail Group ha rafforzato il proprio impegno per la circolarità e la riduzione del consumo di materie prime. Tra le iniziative portate avanti, ha promosso la digitalizzazione di schede e contratti per i dipendenti e ha eliminato le spedizioni di documenti stampati. Dal 2019 RG si è unito a PrintReleaf Exchange, attraverso il quale ha contribuito al rimboschimento di 104 alberi, compensando l'equivalente del suo consumo di circa 850.000 pagine stampate. RG ha introdotto un'iniziativa di compensazione delle emissioni generate dalle attività di stampa in ufficio, prevedendo la piantumazione di alberi in funzione del numero di stampe effettuate. Il meccanismo è pensato per incentivare una riduzione dell'utilizzo della carta: al diminuire delle stampe, diminuisce infatti anche il numero di alberi da piantare, a conferma di un minore impatto ambientale complessivo. Nel 2025, grazie alla riduzione delle stampe, Retail Group ha piantato ben 12 alberi, a fronte di un obiettivo massimo di 16. RG promuove la circolarità selezionando materiali sostenibili per l'allestimento degli spazi. Nel 2025, circa il 40% dei pavimenti è stato realizzato con materiali eco-friendly, così come l'80% delle postazioni di pagamento installate (banchi cassa) nei locali commerciali non locati (locali vacant) e il 100% in quelli pop-up. Inoltre, nell'ambito della selezione dei tenant, RG predilige brand virtuosi nello sviluppo di progetti di sostenibilità di prodotto, attualmente adottati da circa l'80% dei brand presenti nelle stazioni.

Raccolta e valorizzazione dei rifiuti

[VSME B2]

I rifiuti prodotti all'interno del network di GSR provengono principalmente dalle attività svolte dai tenant nelle stazioni, dal passaggio dei visitatori e dalle operazioni svolte negli uffici. Tra i principali rifiuti raccolti rientrano quelli assimilabili agli urbani (RSAU), derivanti dalla pulizia degli spazi comuni e dalla gestione dei materiali lasciati dai tenant, come frazione organica, carta e cartone e plastica. A questi si aggiungono i rifiuti speciali generati dalle attività di sgombero dei locali, che possono includere materiali pericolosi o non assimilabili. Infine, sono presenti i rifiuti prodotti dai servizi di pulizia nel corso degli interventi, come detersivi, stracci o acque di scarto provenienti dai macchinari di pulizia. In totale, nel 2024, GSR ha prodotto 6.607 ton di rifiuti, di cui il 68,5% è composto da materiali destinati alla raccolta differenziata, leggermente in aumento rispetto al 67,7% del 2024. Per quanto riguarda rifiuti provenienti dagli uffici di GSR, la quantità raccolta a livello nazionale è stata pari a 3,3kg/m2, con una percentuale di raccolta differenziata che si assesta al 53%.

Rifiuti per tipologia	2025		2024	
	t	%	t	%
Totale rifiuti	6.607,2	100%	6.644,4	100%
di cui rifiuti indifferenziati	2.079,9	68,5%	2.156,02	67,7%
di cui rifiuti differenziati	4.527,3	31,5%	4.488,4	32,3%
Composizione della raccolta differenziata	2025		2024	
	t	%	t	%
Totale rifiuti	4.527,3	100%	4.488,4	100%
di cui carta/cartone	1.897,0	41,9%	2.075,1	46,2%
di cui organico	1.580,6	34,9%	1.346,8	30,0%
di cui plastica	542,4	12,0%	508,5	11,3%
di cui vetro	453,3	10,0%	429,2	9,6%
di cui legno	54,0	1,2%	126,1	2,8%
di cui alluminio	36	0,8%	2,7	0,1%



Forza lavoro propria

Il nostro impegno

[VSME B2] [VSME C6]

Il capitale umano rappresenta per GSR un fattore determinante per il proprio sviluppo, e la valorizzazione delle persone un principio che orienta concretamente le scelte del Gruppo. Per tradurre questo impegno in pratiche strutturate, GSR ha definito un quadro di riferimento fondato su strumenti come il Codice Etico e la Politica sui Diritti Umani¹⁰, che sanciscono l'impegno del Gruppo a tutelare dignità, salute, sicurezza, privacy e integrità fisica e morale delle persone, e a promuovere la parità di trattamento a ogni livello dell'organizzazione. L'obiettivo è creare un ambiente di lavoro sicuro, inclusivo e basato sull'equità, in cui tutti siano chiamati a operare secondo principi di legalità, correttezza, trasparenza e professionalità. In quest'ottica, GSR rigetta qualsiasi forma di discriminazione legate, tra l'altro, a genere, età, origine, orientamento sessuale, opinioni politiche o ideologiche, stato di salute, nazionalità, religione o appartenenza sindacale. Nel 2025 non sono stati segnalati episodi di discriminazione né si sono verificati incidenti gravi in materia di diritti umani.

Per garantire un ambiente di lavoro fondato sulla fiducia e sulla trasparenza, GSR e Retail Group hanno adottato specifiche Procedure di Whistleblowing che consentono a dipendenti e collaboratori di segnalare, anche in forma anonima, comportamenti non etici o violazioni dei principi aziendali. Il sistema assicura la riservatezza dell'identità del segnalante e prevede il divieto assoluto di qualsiasi forma di ritorsione. GSR tutela, inoltre, i dati personali nel rispetto del Regolamento europeo sulla protezione dei dati (GDPR), adottando una specifica Procedura Data Breach per gestire eventuali violazioni. In caso di incidente, vengono attivate tempestivamente le misure di valutazione, notifica e mitigazione previste dalla normativa, al fine di ridurre l'impatto e prevenire il ripetersi dell'evento.

Il Gruppo ha definito 14 obiettivi rivolti alla forza lavoro propria, monitorandone costantemente lo stato di avanzamento e sviluppando alcune iniziative dedicate per il loro raggiungimento, conseguendo il 79% dei risultati prefissati.

Perimetro	Anno base	Obiettivo 2025	Stato di avanzamento
Grandi Stazioni Retail	2022	100% del personale coinvolto in percorsi di educazione alla sostenibilità attraverso formazione specifica	Raggiunto
Grandi Stazioni Retail	2022	Introduzione di strumenti per la sensibilizzazione dei nuovi dipendenti sui temi di sostenibilità, promuovere la comunicazione interna in materia di sostenibilità al momento dell'ingresso in azienda dei nuovi assunti	Raggiunto
Grandi Stazioni Retail	2022	Conciliazione tempi di vita e tempi di lavoro con l'introduzione della possibilità di smart working per 1 giorno alla settimana, riducendo così, allo stesso tempo, l'impatto ambientale del tragitto quotidiano casa-lavoro e i costi di commuting in capo al lavoratore	Raggiunto
Grandi Stazioni Retail	2022	Coinvolgimento dei dipendenti in iniziative di volontariato, impegnando fino a 4 giornate retribuite all'anno	Raggiunto

10. La Politica si ispira ai principali riferimenti internazionali in materia, tra cui i principi del Global Compact delle Nazioni Unite, la Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo e le convenzioni fondamentali dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro.

Grandi Stazioni Retail	2024	Incrementare del 50% il congedo di paternità rispetto ai requisiti legali attuali, dando la possibilità di usufruire di 5 giorni aggiuntivi rispetto ai 10 previsti	Raggiunto
Retail Group	2023	100% dei dipendenti coinvolti in attività di formazione interna di sostenibilità, tramite produzione di video sui temi ESG	Raggiunto
Retail Group	2023	Contributi formativi in corsi di studi: 1 lezione formativa c/o master	L'obiettivo è stato posticipato al 2026
Retail Group	2023	Progetti di stage in sede: 1 stage in sede organizzato	L'obiettivo è stato posticipato al 2026
Retail Group	2023	Comunicazione progetto CSR: adattamento grafiche e video	Raggiunto
Retail Group	2023	Nazionalità Estera/Nazionalità Italiana: EE/ IT >5%	Raggiunto
Retail Group	2023	Nazionalità: >7 nazionalità differenti	Raggiunto
Retail Group	2023	Abilità: >7% abilità	Raggiunto
Retail Group	2023	Survey interna CSR: Somministrazione	Raggiunto
Retail Group	2023	Formazione LIS per addetti vendita: Formazione personale indeterminato a NAC	L'obiettivo è stato posticipato al 2026

Le nostre persone

[VSME B8] [VSME B10] [VSME C5]

Nel corso del 2025, il Gruppo ha potuto contare complessivamente su 304 persone, di cui 115 in Grandi Stazioni Retail e 189 in Retail Group, registrando una lieve diminuzione del 5% rispetto al periodo precedente.

Dipendenti per regione	2025		2024	
	N.	%	N.	%
Numero totale di dipendenti	304	100%	320	100%
Nord	112	37%	123	38%
Centro	192	63%	197	62%

Il 67% dei dipendenti del Gruppo è assunto con contratto a tempo indeterminato, la quasi totalità dei dipendenti a tempo determinato è impiegata con contratti a termine in considerazione della specifica tipologia di mansioni svolte dai dipendenti di RG, operanti come addetti vendita presso negozi temporary situati nelle stazioni, caratterizzati da esigenze operative flessibili e legate alla natura temporanea dei punti vendita. Il 98% a tempo pieno. Nel 2025, i rapporti di lavoro cessati sono stati 45, con un tasso di cessazione pari al 15%. All'interno della propria forza lavoro, il Gruppo conta 13 persone con disabilità riconosciuta, pari a circa il 4% della popolazione aziendale totale.

Dipendenti per genere, tipologia di contratto e regione	2025			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Numero totale di dipendenti	206	98	304	219	101	320
A tempo indeterminato	131	74	205	128	75	203
Nord	71	50	121	54	30	84
Centro	60	24	84	74	45	119
A tempo determinato	75	24	99	91	26	117
Nord	52	19	71	33	6	39
Centro	23	5	28	58	20	78
A tempo parziale	9	0	9	7	0	7
Nord	4	0	4	4	0	4
Centro	5	0	5	3	0	3

Cessazioni e tasso di avvicendamento	2025			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Numero totale di cessazioni	29	16	45	14	10	24
GSR	3	9	12	5	8	13
RG	26	7	33	9	2	11
Tasso di cessazione	16%	14%	15%	6%	10%	8%

Nel 2025, l'84% della popolazione aziendale ha un'età pari o inferiore a 50 anni, in linea con l'anno precedente. I giovani sotto i 30 anni rappresentano il 32% della forza lavoro, mentre il 52% dei collaboratori rientra nella fascia tra i 30 e i 50 anni. Il restante 16% è composto da dipendenti di oltre 50 anni. L'alta dirigenza dell'intero Gruppo conta un totale di 10 membri, di cui 2 donne (20%)¹¹.

11. Nel conteggio è stato considerato solo il personale con inquadramento da Dirigente interno.

Dipendenti per fascia di età e Azienda di appartenenza	2025		2024	
	N.	%	N.	%
Numero totale di dipendenti	304	100%	320	100%
<30 anni	97	32%	127	40%
GSR	9	3%	15	5%
RG	88	29%	112	35%
30-50 anni	158	52%	144	45%
GSR	72	24%	66	21%
RG	86	28%	78	24%
>50 anni	49	16%	49	15%
GSR	34	11%	34	11%
RG	15	5%	15	5%

Membri della Dirigenza per genere	2025			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Numero totale di membri della Dirigenza	2	8	10	2	8	10
GSR	2	7	9	2	7	9
RG	0	1	1	0	1	1

Nel 2025, il Gruppo ha inoltre collaborato con 21 lavoratori non dipendenti. Di questi, 20 agenti di commercio sono stati impiegati presso le sedi di GSR con contratti di agenzia, mentre uno è assunto con contratto di somministrazione.

Il Gruppo applica contratti collettivi al 100% del personale, garantendo che tutti i rapporti di lavoro siano gestiti in conformità alle disposizioni del CCNL applicato. Il Gruppo prevede inoltre la presenza di una componente variabile (MBO) che viene assegnata in base al raggiungimento di specifici obiettivi, secondo criteri di attribuzione determinati da pesi ponderati per alcune figure professionali.

Il divario retributivo tra uomini e donne registrato in GSR – pari al 22% nel 2025, in lieve aumento rispetto al 19% del 2024 – è riconducibile principalmente alla composizione della forza lavoro. La struttura organizzativa del Gruppo è caratterizzata da una concentrazione di figure dirigenziali, storicamente remunerate a livelli più elevati, a prevalenza maschile, a fronte di una maggioranza femminile nelle posizioni impiegate. Questo squilibrio nella distribuzione per livello e genere incide in modo significativo sul calcolo del divario retributivo medio, amplificandone l'entità in misura non proporzionale alle politiche retributive effettivamente applicate.

Retribuzione oraria media lorda per genere e divario retributivo	2025			2024		
	Donne	Uomini	Divario retributivo	Donne	Uomini	Divario retributivo ¹²
GSR	22,82	29,10	22%	21,96%	26,99	19%
RG	11,37	12,34	8%	10,67	11,04	4%

Retribuzione mediana	2025	2024
	Rapporto tra la remunerazione mediana e lo stipendio più alto.	Rapporto tra la remunerazione mediana e lo stipendio più alto.
GSR	795%	1015%
RG	977%	949%

Il nostro anno

[VSME B2]

Il benessere dei dipendenti

GSR promuove il coinvolgimento attivo delle proprie persone come elemento centrale per migliorare i processi decisionali e rafforzare la qualità dell'ambiente di lavoro. Mediamente ogni due anni, GSR somministra ai propri dipendenti un'Employee Engagement Survey, un questionario pensato per comprendere bisogni, aspettative e percezioni delle persone che lavorano nel Gruppo. L'indagine approfondisce temi quali salute e benessere, equità di trattamento, relazioni con colleghi e responsabili e sistema di benefit. L'ultima edizione, somministrata nel 2024, ha evidenziato diversi elementi positivi, tra cui una chiara comprensione dei ruoli e degli obiettivi aziendali, una collaborazione efficace tra i team e un diffuso clima di fiducia. Allo stesso tempo, sono state individuate alcune aree di miglioramento, in particolare la necessità di rafforzare l'equilibrio tra lavoro e vita privata e di strutturare in modo più organico i percorsi di crescita professionale e di formazione.

A partire dai feedback ricevuti, è stato definito un piano d'azione per il 2025 che ha introdotto nuove misure a favore della conciliazione vita-lavoro e dello sviluppo delle competenze. Tra le principali iniziative rientrano l'estensione del congedo di paternità retribuito da 10 a 15 giorni e l'innalzamento da 8 a 12 anni dell'età massima dei figli per usufruire di permessi retribuiti legati a visite mediche o malattia. A partire già dal primo anno di assunzione, inoltre, a tutti i dipendenti vengono riconosciuti gli stessi ROL dei lavoratori con maggiore anzianità di servizio, in condizioni di favore rispetto a quanto previsto dal contratto collettivo nazionale.

Nel corso dell'anno sono proseguite e si sono ampliate le iniziative di comunicazione e condivisione interna, tra cui le town hall periodiche con il management, i momenti di confronto tra team e la newsletter aziendale. A partire dal 2025, un referente per ciascun dipartimento contribuisce alla raccolta di contenuti di interesse comune, che vengono rielaborati in una newsletter trimestrale inviata a tutti i dipendenti. Nel corso dell'anno sono stati avviati i Coffee Talk, incontri in formato informale con membri del top management, strutturati in piccoli gruppi per favorire un dialogo aperto su tematiche sia tipologie che personali. Nel 2025 ne sono stati organizzati nove, registrando un'ampia partecipazione e riscontri molto positivi. Infine, in occasione della formazione ESG sul tema del cambiamento climatico, è stata realizzata un'attività di serious game per rendere più concreti e partecipativi i contenuti della masterclass.

12. Si segnala che il dato per l'anno 2024 è stato aggiornato a valle di un controllo di qualità dei dati.

Il Gruppo ha continuato a promuovere l'equilibrio tra vita professionale e privata attraverso un sistema articolato di welfare e flessibilità organizzativa. I dipendenti hanno avuto accesso a un Piano di Welfare, a buoni pasto e a benefit di diversa natura, che includono coperture assicurative, assicurazione sanitaria e polizze infortuni. Sono inoltre previste modalità di lavoro flessibili, con la possibilità di svolgere smart working un giorno alla settimana e di usufruire di una fascia oraria di ingresso compresa tra le 8.30 e le 9.30. Nel 2025 è stata inoltre introdotta una politica aziendale volta a favorire la scelta di autovetture elettriche e ibride da parte dei dipendenti, nell'ottica di promuovere comportamenti più sostenibili anche nella mobilità individuale.

Accanto agli strumenti più strutturati, il Gruppo ha promosso numerose iniziative orientate al benessere quotidiano e alla socialità, tra cui il Family Day, con due giornate dedicate all'accoglienza dei figli e dei nipoti dei dipendenti presso le sedi di Roma e Milano, l'istituzione di spazi di book crossing in entrambe le sedi a partire da gennaio 2025, la distribuzione settimanale di frutta fresca in ufficio e l'attivazione di un portale di convenzioni che consente ai dipendenti di accedere gratuitamente a un sistema di scontistica dedicata.

In conformità ai CCNL di riferimento, tutti i dipendenti del Gruppo hanno diritto ad usufruire di congedi per motivi familiari. In totale nel corso dell'anno, 40 dipendenti hanno usufruito di congedi per motivi familiari.

Persone aventi usufruito di congedi familiari	2025			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Dipendenti che hanno usufruito di congedi per motivi familiari	33	7	40	31	9	40
di cui presso le sedi di GSR	8	4	12	9	5	14
di cui presso le sedi di RG	25	3	28	22	4	26

Formazione e sviluppo delle competenze

Per GSR, la crescita personale e professionale delle proprie persone rappresenta un fattore essenziale per sostenere nel tempo la qualità del servizio, l'innovazione e lo sviluppo del business. Nel 2025, il 38% dei dipendenti del Gruppo ha partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera. In GSR, la valutazione annuale delle performance si articola in due processi distinti: il sistema MBO, rivolto a dirigenti, quadri e figure commerciali, che ha coinvolto 51 persone, e il processo di performance management, destinato ai dipendenti non soggetti a MBO con almeno sei mesi di permanenza in azienda, a cui hanno partecipato 59 dipendenti. Quest'ultimo strumento consente di monitorare le prestazioni individuali, favorire la crescita delle competenze e allineare gli obiettivi professionali alle strategie aziendali, contribuendo alla valorizzazione del capitale umano.

Dipendenti soggetti a revisione periodica	2025			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Numero totale dipendenti soggetti a revisione periodica della performance	61	64	115	64	51	115
GSR	60	50	110	53	47	100
RG	11	4	15	11	4	15
Numero totale di dipendenti	206	98	304	219	101	320
Percentuale di dipendenti che hanno partecipato a revisioni	34%	55%	38%	29%	50%	36%

Nell'ottobre 2024 è stata avviata la prima iniziativa di job posting interno, con l'invio a tutto il personale GSR e Retail Group di una comunicazione contenente la descrizione della posizione aperta, la sede di lavoro e i requisiti richiesti, invitando i candidati a presentare la propria candidatura attraverso un form motivazionale. Tutti i partecipanti sono coinvolti in un colloquio con la Funzione HR e ricevono un feedback strutturato al termine del processo. Nel corso del 2025 sono state condivise due ulteriori opportunità, una delle quali si è conclusa con successo, confermando l'efficacia dello strumento come leva per la crescita interna.

A questo si affiancano iniziative pensate per favorire lo scambio di competenze e esperienze tra colleghi. Tra queste, lo Shadowing Program, offre la possibilità di affiancare figure professionali di altre funzioni, consentendo un apprendimento pratico e un ampliamento delle competenze. Nel 2025 sono pervenute 33 richieste di partecipazione, di cui nove sono già state avviate o si sono concluse nel corso dell'anno. Con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente la conoscenza del core business, è stata inoltre avviata l'iniziativa Station Tour, aperta a tutti i dipendenti, che offre la possibilità di trascorrere una giornata in una delle stazioni proposte, accompagnati dai Mall Manager, Media Asset Manager e Station Manager, per approfondire architettura, impianti media, dinamiche operative e dati economici dei diversi business.

Accanto alle iniziative di sviluppo esperienziale, il Gruppo investe in modo strutturato nella formazione. Nel corso dell'anno sono stati organizzati corsi su primo soccorso, antincendio, HACCP e sicurezza sul lavoro, affiancati da programmi di sviluppo delle competenze tecniche, linguistiche, trasversali e di sostenibilità, oltre a percorsi dedicati a strumenti digitali e alla cyber security. Complessivamente, GSR e Retail Group hanno erogato 6.433 ore di formazione, registrando un aumento del 33% rispetto allo scorso anno, contribuendo a sostenere la crescita professionale delle persone.

Ore di formazione media per dipendenti	2025			2024		
	Donne	Uomini	Totale	Donne	Uomini	Totale
Numero di ore di formazione per i dipendenti ¹³	3.736	2.697	6.433	2.655	2.164	4.819
Numero totale di dipendenti	206	98	304	219	101	320
Numero medio di ore di formazione	18,14	27,52	21,16	12,12	21,43	15,06

13. All'interno delle ore conteggiate sono state incluse anche le ore dedicate alla formazione obbligatoria in materia di salute e sicurezza.

Per favorire un inserimento efficace delle nuove risorse, viene costantemente proposto un programma strutturato di onboarding che prevede l'affiancamento di un tutor dedicato a ciascun nuovo collaboratore, momenti di incontro con i responsabili delle diverse funzioni, visite presso le sedi di Roma e Milano e welcome meeting dedicati. L'obiettivo è facilitare una rapida integrazione, favorire la comprensione del contesto organizzativo e supportare fin dalle prime fasi lo sviluppo delle competenze e del senso di appartenenza.

Salute e sicurezza

[VSME B2] [VSME B9]

GSR e Retail Group promuovono una cultura diffusa della prevenzione, nella consapevolezza che la tutela della salute e della sicurezza rappresenti una condizione essenziale per il benessere delle persone e per il corretto svolgimento delle attività. Tutte le operazioni sono svolte nel rispetto della normativa vigente e con l'obiettivo di garantire l'integrità psico-fisica dei lavoratori, evitando qualsiasi forma di pressione indebita, condizionamento o disagio.

Nel 2025 GSR ha adottato la propria Policy HSE (Health, Safety & Environment), formalizzando in un documento strutturato i principi e le responsabilità che guidano la gestione della salute, della sicurezza e dell'ambiente all'interno dell'organizzazione. La policy definisce gli standard di riferimento per la prevenzione dei rischi, la tutela dell'integrità fisica delle persone e la riduzione degli impatti ambientali legati alle attività operative, costituendo il quadro normativo interno entro cui si sviluppano tutte le iniziative in materia.

Nell'anno non sono stati registrati casi di infortuni sul lavoro, malattie professionali o decessi legati ad attività lavorative. Non si sono verificate giornate di assenza per infortunio o malattia professionale, sia tra i dipendenti che tra i lavoratori non dipendenti.

Ore lavorate, perse e di assenza	2025	2024
	n.	n.
Percentuale di dipendenti coperti da sistemi di salute e sicurezza	100%	100%
Numero di dipendenti coperti da sistemi di salute e sicurezza	304	320
Numero totale di dipendenti del Gruppo	304	320
Percentuale di non dipendenti coperti da sistemi di salute e sicurezza	95%	1%
Numero di lavoratori non dipendenti coperti da sistemi di salute e sicurezza	20	4
Numero totale di lavoratori non dipendenti del Gruppo	21	43



Comunità interessate

Il nostro impegno

[VSME B2]

Il business di GSR è strettamente correlato allo sviluppo del tessuto urbano in cui opera e dalle comunità che lo abitano, il cui benessere economico e sociale è essenziale per la generazione di valore. L'attività del Gruppo si sviluppa infatti in contesti urbani ad alta intensità di relazioni, in cui viaggiatori, visitatori delle stazioni, cittadini, utenti degli spazi riqualificati e partecipanti a eventi e mostre costituiscono una platea ampia e diversificata di interlocutori. Integrare le esigenze e le aspettative di queste comunità nella strategia aziendale significa contribuire allo sviluppo del territorio e, al tempo stesso, rafforzare la capacità del Gruppo di generare valore nel lungo periodo.

Retail Group si è impegnata a promuovere un impatto positivo sulle comunità, attraverso la definizione di 3 obiettivi.

Perimetro	Anno base	Obiettivo 2025	Stato di avanzamento
Retail Group	2023	Donazione del 5% dell'incasso su 4 settimane su Roma e Milano	Raggiunto
Retail Group	2023	Giornate gratuite per il volontariato: 1 riunione a Milano, 1 riunione di aggiornamento a Roma	Raggiunto
Retail Group	2023	Regalo sospeso: donazioni effettuate dai clienti presso i negozi delle stazioni in prossimità delle festività	Raggiunto

Il nostro anno

[VSME B2]

GSR mantiene un dialogo costante con i propri stakeholder territoriali, attraverso un approccio basato sull'ascolto e sulla partecipazione attiva. Ogni anno viene condotta un'indagine online rivolta ai visitatori delle stazioni, volta a raccogliere informazioni sulle abitudini di frequentazione e sulla qualità percepita dell'esperienza di visita. Il questionario esplora diversi ambiti – pulizia, sicurezza, accessibilità, servizi offerti, attenzione al cliente, comfort, intrattenimento, eventi organizzati e iniziative di riqualificazione – e i risultati vengono analizzati dalla funzione Mall Management per individuare eventuali criticità e definire azioni correttive mirate.

Accanto alla survey annuale, il Gruppo si avvale di ulteriori canali di raccolta dei feedback, tra cui i dispositivi digitali installati in alcuni spazi delle stazioni, come i tablet presenti nei servizi igienici a pagamento. Le segnalazioni e i reclami relativi ai servizi e ai prodotti offerti negli spazi in affitto e nei temporary store sono invece gestiti direttamente dai tenant di riferimento, secondo procedure dedicate.

I progetti di riqualificazione e ristrutturazione sono seguiti dalla Direzione Tecnica, mentre il programma di eventi e iniziative associative è coordinato dalla funzione Relazioni Esterne e Marketing. Ad oggi, non sono state ricevute segnalazioni di gravi problemi o incidenti in materia di diritti umani connessi alle comunità interessate.

Rigenerazione urbana e riqualificazione degli spazi

La rigenerazione urbana e la riqualificazione degli spazi rappresentano un asse prioritario dell'attività di GSR. Il Gruppo è impegnato da tempo nel valorizzare e rendere più accoglienti le aree circostanti le stazioni, integrando criteri di sostenibilità in tutte le fasi dei progetti, dal cantiere all'utilizzo finale degli spazi, con attenzione alla scelta dei materiali, all'efficienza energetica e alla riduzione dei consumi. Nell'ultimo triennio, GSR ha investito complessivamente oltre 16 milioni di euro in interventi di riqualificazione, con l'obiettivo di generare esternalità positive per le comunità locali e creare spazi sicuri, fruibili e confortevoli.

	2025			2024			2023		
	Area	Costo	Durata	Area	Costo	Durata	Area	Costo	Durata
	m²	M€	Mesi	m²	M€	Mesi	m²	M€	mesi
Milano	3.761	7,2	29	3.205	3,6	20	500	0,9	3
Roma	2.395	1,5	11	1.840	1,2	12	267	0,1	3,5
Genova	28	0,1	1	247	1	8,5	-	-	-
Venezia	-	-	-	229	0,6	6	-	-	-
Verona	-	-	-	195	0,6	2	42	0,1	1
Bologna	-	-	-	138	0,4	1	107	0,3	3
Bari	84	0,2	5	-	-	-	-	-	-
Palermo	149	0,5	5	-	-	-	-	-	-

Una nuova shopping area per la stazione e la città a Roma Termini

Nel 2025 è stata completata la riqualificazione della shopping area di Roma Termini, nell'Ala Mazzoniana con affaccio su via Giolitti, trasformando l'area in un percorso commerciale più luminoso e fluido.

L'intervento ha previsto la valorizzazione della luce naturale, il rinnovo del controsoffitto con integrazione di nuovi corpi illuminanti LED ad alta efficienza, e il miglioramento del confort degli ambienti attraverso la riqualificazione degli impianti di climatizzazione e ventilazione.

Lo spazio, ora gestito da Retail Group, ospita 11 corner temporanei e un'offerta dedicata a moda, bellezza, gioielleria e lifestyle, in un format modulabile e in continua evoluzione. Questa modalità valorizza l'area come laboratorio di retail contemporaneo e mantiene viva la relazione tra stazione, città e viaggiatori.

Urbanisticamente, il progetto contribuisce a ridare decoro e vitalità a via Giolitti, integrando gli interni della stazione con il tessuto urbano, favorendo nuovi flussi di socialità e movimento. Al contempo, l'intervento garantisce la riduzione dei consumi elettrici per illuminazione, il miglioramento dell'efficienza energetica complessiva, oltre a un incremento della qualità dell'aria indoor.

Sostegno alle comunità e alle persone fragili

Il sostegno alle persone in condizioni di fragilità e alle organizzazioni del territorio costituisce un filone di attività consolidato per GSR, che si concretizza attraverso iniziative solidali e progetti di inclusione sociale.

Nelle stazioni di Milano Centrale, Roma Termini e Napoli Centrale, in continuità con gli anni precedenti, è stata attivata l'iniziativa "Regalo Sospeso", che in prossimità delle festività ha consentito di raccogliere quasi € 8.000 destinati all'acquisto di beni di prima necessità per le associazioni locali. Durante la Charity Week, Retail Group ha inoltre sostenuto il polo sociale di accoglienza Binario 95 presso la stazione di Roma Termini, destinando il 5% dell'incasso aziendale realizzato in quattro settimane e raccogliendo complessivamente quasi €57.000 grazie alla partecipazione di 28 brand tra le stazioni di Napoli, Milano e Roma.

Nel 2025 GSR ha promosso due iniziative di team building solidale a forte valenza sociale, realizzate presso La Nuova Arca a Roma e Rob de Matt a Milano, in collaborazione con Bravo!, Bottegaio Nostrano e City Angels. I dipendenti, suddivisi in brigate, hanno partecipato a un'attività esperienziale durante la quale hanno vestito i panni di cuochi e ristoratori, preparando sia il pranzo per i partecipanti sia pasti aggiuntivi destinati a persone in difficoltà che vivono nei pressi delle stazioni di Roma e Milano. Le brigate sono state affiancate e guidate da ragazzi con disabilità cognitive – in particolare persone con disturbi dello spettro autistico e sindrome di Down – in un contesto di collaborazione, inclusione e scambio reciproco. I pasti preparati sono stati successivamente distribuiti alle persone senza dimora presenti sul territorio tramite City Angels. All'iniziativa hanno preso parte complessivamente 30 dipendenti, contribuendo a rafforzare la cultura aziendale dell'inclusione e dell'impegno concreto a favore delle comunità locali.



Consumatori e utilizzatori finali

Il nostro impegno

[VSME B2]

La qualità dell'esperienza di visita e di acquisto nelle stazioni rappresenta per GSR un tema di primaria importanza. Gestire spazi ad alta frequentazione implica una responsabilità diretta su più fronti: garantire un accesso corretto e trasparente alle informazioni, tutelare la salute e la sicurezza delle persone e assicurare un'esperienza inclusiva, priva di discriminazioni e barriere.

Il Piano di Sostenibilità declina questo impegno in azioni concrete, orientate alla promozione di pratiche commerciali responsabili e di una comunicazione chiara e affidabile, con il coinvolgimento attivo dei partner commerciali e dei brand presenti nel network.

In questo quadro, il Gruppo ha definito quattro obiettivi dedicati ai consumatori e agli utilizzatori finali, a cui si affianca un'iniziativa specifica di Retail Group rivolta ai brand, con l'obiettivo di migliorare progressivamente l'esperienza di visita e diffondere comportamenti commerciali sempre più responsabili.

Perimetro	Anno base	Obiettivo 2025	Stato di avanzamento
Grandi Stazioni Retail	2022	Vantaggio commerciale per palinsesti pubblicitari con brand e prodotti che sostengono la transizione sostenibile	Raggiunto
Grandi Stazioni Retail	2022	3% del palinsesto riservato a no-profit che sostengono la transizione sostenibile	4%
Grandi Stazioni Retail	2022	100% dei nuovi clienti vincolati alla compilazione della check list di sostenibilità e 50% dei contratti in essere con aziende con progetti di sostenibilità entro il 2025	Raggiunto
Grandi Stazioni Retail	2022	100% tenant food coinvolto in iniziative contro lo spreco alimentare	75%
Retail Group	2022	10 brand con almeno una certificazione di sostenibilità	8/10 brand con almeno una certificazione di sostenibilità
Retail Group	2022	Integrazione nel contratto e adesione del 50% dei brand food per la donazione di prodotti in scadenza	Raggiunta l'adesione del 50% dei brand food per la donazione di prodotti in scadenza. In corso l'integrazione all'interno dei contratti

Il nostro anno

[VSME B2]

Comunicazione consapevole e tutela dei visitatori

Migliorare l'esperienza di visita e d'acquisto nelle stazioni è una priorità che GSR persegue attraverso il coinvolgimento dei propri partner e la promozione di una comunicazione pubblicitaria trasparente e di qualità. In questo contesto, nel 2025 GSR ha formalizzato una politica commerciale Media orientata alla sostenibilità, che introduce un sistema strutturato di incentivazione per i brand che scelgono di veicolare campagne con contenuti ambientali e sociali coerenti con i valori del Gruppo. Nello specifico, le campagne che soddisfano i criteri di sostenibilità definiti internamente danno diritto a un vantaggio commerciale nella pianificazione, traducendo così l'impegno verso una comunicazione responsabile in un beneficio concreto per gli inserzionisti

virtuosi. La valutazione non si limita ai contenuti della singola campagna, ma considera anche il profilo del brand promotore, includendo l'analisi di eventuali precedenti riconducibili a pratiche di greenwashing, per garantire una comunicazione credibile e coerente con i valori del Gruppo. Il riconoscimento delle campagne più virtuose si traduce in un vantaggio commerciale non necessariamente economico, che può consistere, ad esempio, nell'ampliamento degli spazi e dei tempi di esposizione sugli impianti della stazione.

Le attività di advertising all'interno delle stazioni sono disciplinate dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale, che garantisce il rispetto dei principi di correttezza, responsabilità sociale e trasparenza. GSR si impegna a promuovere messaggi riconoscibili, veritieri e non ingannevoli, evitando contenuti offensivi o discriminatori e assicurando una particolare tutela dei minori, oltre a scoraggiare qualsiasi forma di pratica commerciale sleale. Il rispetto delle regole previste dal Codice è assicurato dagli organismi di controllo del sistema di autodisciplina, ai quali è possibile ricorrere in caso di comunicazioni non conformi.

Parallelamente, GSR mantiene un confronto costante con i tenant per favorire la comprensione e la gestione condivisa degli impatti rilevanti e promuovere comportamenti etici lungo l'intera rete commerciale. Con cadenza annuale, i partner sono inoltre coinvolti in una survey dedicata, finalizzata a monitorare l'avanzamento degli impegni e l'impatto delle iniziative adottate.

Promuovere pratiche commerciali responsabili

Considerata la natura del business di GSR, che comporta una responsabilità limitata sulle attività svolte all'interno degli spazi in gestione, il Gruppo si propone di fornire indicazioni e best practice per ottimizzare le performance dei tenant, promuovendo pratiche di business più sostenibili attraverso l'emissione di circolari periodiche.

Tra le iniziative promosse, particolare attenzione è stata dedicata alla riduzione dello spreco alimentare, coinvolgendo i punti vendita del settore food, restaurant e caffetteria. I tenant vengono sensibilizzati in merito alle iniziative per limitare gli sprechi, tra cui l'adesione al progetto Too Good To Go per la raccolta degli avanzi a fine giornata, l'applicazione di sconti nelle ultime ore di apertura, gli omaggi ai dipendenti o la collaborazione con associazioni attive nel settore e sono, poi, invitati a condividere con il Gruppo le scelte compiute. In quest'ottica, dal 2022, GSR è impegnata nella promozione dell'iniziativa Good Food in collaborazione con Too Good To Go, che nel corso dell'anno ha permesso di salvare un totale di oltre 45.000 pasti, evitando l'emissione più di 120.000kg di CO₂.

Per garantire la corretta conservazione degli impianti come degrassatori, cappe e sistemi di climatizzazione presenti all'interno degli spazi affittati, GSR si impegna a monitorare costantemente le attività di manutenzione condotte. I tenant sono invitati a condividere i risultati delle verifiche e i relativi rapporti, ricevendo suggerimenti e raccomandazioni per prevenire sversamenti e contaminazioni.

Il Gruppo verifica la corretta gestione e smaltimento dei rifiuti prodotti attraverso attività di controllo effettuate all'interno degli spazi comuni e dell'area rifiuti, supportati dall'implementazione del servizio Door to Door, attivo in diverse stazioni. Inoltre, in collaborazione con HERA, ha coinvolto i responsabili dei punti vendita restaurant in alcuni incontri formativi sul progetto di raccolta e recupero dell'olio vegetale esausto, destinato ai centri di conversione in biocombustibile.

La sicurezza rappresenta un altro aspetto chiave. Già nel 2018 è attivo il servizio di pulsante antirapina all'interno dei punti vendita, per segnalare un'eventuale situazione di emergenza. Ad oggi, il Gruppo fornisce a tutti gli esercenti i numeri utili di emergenza, inclusi i contatti della Control Room Security Service presente all'interno di tutte le stazioni. Servizio si occupa del monitorare in tempo reale le attività svolte nelle strutture, intervenendo prontamente nella gestione di eventuali situazioni di emergenza.

Diffondere comportamenti responsabili

Nell'ambito del proprio impegno a favore di un modello più responsabile, GSR svolge un ruolo attivo nel promuovere l'adozione di pratiche responsabili all'interno delle stazioni. Uno degli strumenti principali in questo senso è la survey annuale sulla sostenibilità, introdotta nel 2022: un questionario online composto da 10 domande – 8 a scelta multipla e 2 a risposta aperta – pensato per raccogliere informazioni sui comportamenti adottati da tenant e fornitori in relazione agli obiettivi del Piano di Sostenibilità.

Nel 2025, al quarto anno di somministrazione, la survey ha registrato un tasso di risposta del 100% tra i tenant contrattualizzati nel corso dell'anno, portando la quota complessiva di tenant mappati all'82%. I soggetti non ancora censiti sono riconducibili prevalentemente a esercizi commerciali di piccole dimensioni, come bar, edicole e tabacchi. Il progressivo ampliamento della platea di tenant mappati rappresenta uno degli obiettivi su cui il Gruppo continuerà a lavorare nei prossimi anni, con l'intento di ottenere una fotografia sempre più completa e rappresentativa delle pratiche ESG adottate all'interno del proprio network.

Complessivamente, la survey ai tenant ha raccolto 357 risposte, evidenziando alcuni aspetti chiave:

- l'81% ha dichiarato di aver adottato aspetti di sostenibilità nel business, il 55% lo fa da tempo, mentre il 27% è ancora alle fasi iniziali del proprio percorso;
- sul totale dei tenant che hanno risposto alla survey, il 41% incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dei consumi energetici in azienda, il 10% ha sviluppato un piano con obiettivi quantitativi per la riduzione dei consumi energetici monitorati annualmente e l'8% ha piano per la riduzione delle emissioni di CO2 dirette e indirette; il 2,5 ha inoltre certificato tramite la Science Based Target initiative o Carbon Disclosure Project;
- per quanto riguarda i consumi idrici, il 41% dei tenant che hanno risposto alla survey incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dei consumi, mentre quasi il 10% ha sviluppato un piano con obiettivi quantitativi per la riduzione dei consumi idrici;
- in tema di gestione dei rifiuti, il 51% dei tenant coinvolti incoraggia la diffusione di best practice per una corretta raccolta differenziata, e il 17% ha sviluppato un piano con obiettivi per la riduzione dei rifiuti ma non monitora i risultati quantitativi
- il 39,2% ha adottato una Politica di assunzione orientata all'inclusione e alla diversità. Sul tema della salute e sicurezza sul lavoro, il 55,2% dei tenant eroga formazione obbligatoria ai propri dipendenti e il 27,2% dispone di un piano strutturato per l'aggiornamento e la sensibilizzazione continua; tuttavia, solo l'8,4% ha definito obiettivi quantitativi per la riduzione degli infortuni e il 5% ha adottato un piano orientato al traguardo «zero accidents». La survey rivolta ai fornitori ha raccolto 134 risposte, evidenziando alcuni aspetti chiave:
- il 79% ha dichiarato di aver adottato aspetti di sostenibilità, il 61% lo fa da tempo e il restante 39% sono ai primi passi;
- sul fronte energetico, il 45,3% promuove best practice per la riduzione dei consumi, ma solo il 19% ha definito obiettivi quantitativi monitorati annualmente e meno del 4% ha certificato il proprio percorso tramite Science Based Target initiative o Carbon Disclosure Project;
- per quanto riguarda i consumi idrici, il 43,8% incoraggia la riduzione dell'utilizzo di acqua, ma solo il 4,4% dispone di un piano strutturato con obiettivi quantitativi;
- in tema di gestione dei rifiuti, il 53,3% promuove pratiche di raccolta differenziata, mentre circa il 12% ha sviluppato un piano per la riduzione dei materiali con obiettivi monitorati;
- in materia di pratiche lavorative, il 46% ha una Politica di assunzione inclusiva e il 19% monitora la composizione della forza lavoro con indicatori di genere;
- sulla salute e sicurezza, il 58,4% eroga formazione obbligatoria ai propri dipendenti, ma meno del 10% ha adottato un piano orientato al traguardo «zero accidents».

Amplificatori d'impatto

Nel 2025, GSR ha continuato a sviluppare soluzioni di comunicazione capaci di rispondere alle esigenze di investitori e brand, sperimentando linguaggi e formati innovativi attraverso gli spazi fisici e i canali digitali presenti nelle stazioni, contribuendo al contempo a migliorare la qualità dell'esperienza dei visitatori. In linea con gli anni precedenti, la programmazione ordinaria delle GOTV ha integrato contenuti di intrattenimento sotto forma di brevi filmati senza audio forniti da broadcaster come Sky, Eurosport e Paramount, con l'obiettivo di rendere gli ambienti più accoglienti e fruibili.

Sul fronte dell'offerta pubblicitaria, GSR ha consolidato un portafoglio di soluzioni modulari e tecnologicamente avanzate. L'offerta Digital Out Of Home (DOOH), basata su schermi ad alta definizione e sull'utilizzo dei dati, consente agli inserzionisti di sviluppare strategie di comunicazione ad alto impatto. L'inventario DOOH supporta la pianificazione in modalità programmatica, permettendo una gestione automatizzata delle campagne e una maggiore flessibilità nella selezione di soggetti, impianti e fasce orarie. Le soluzioni statiche completano l'offerta, integrandosi con l'architettura delle stazioni e accompagnando i viaggiatori lungo tutte le fasi della visita.

Nel corso dell'anno è proseguito lo sviluppo delle soluzioni data-driven introdotte negli anni precedenti, tra cui il prodotto Target Audience, evoluzione del progetto Total Audience, che integra le logiche di Retail Media per una pianificazione pubblicitaria più mirata ed efficace. Il sistema consente di ottimizzare le campagne per specifici settori merceologici – Food, Fashion e Beauty – favorendo il passaggio da un modello di comunicazione "one to many" a un approccio più orientato al pubblico di riferimento, con una riduzione della dispersione del messaggio e una maggiore efficacia degli investimenti.

Anche nel 2025 GSR ha confermato il proprio impegno nella diffusione di messaggi di utilità collettiva, selezionando campagne pro bono da trasmettere gratuitamente sui propri impianti. Le iniziative vengono scelte sulla base del loro impatto sociale e del valore culturale, con attenzione particolare ai progetti locali che affrontano temi di rilevanza globale o promuovono la cultura. Il Gruppo ha mantenuto l'obiettivo di riservare una quota dedicata del palinsesto alle campagne no-profit, rafforzando il ruolo delle stazioni come spazi di comunicazione a servizio della collettività.



Governance

La nostra organizzazione

[VSME B2] [VSME C9]

GSR adotta un modello di governance tradizionale articolato su tre organi: l'Assemblea degli Azionisti, con funzioni deliberative; il Consiglio di Amministrazione, responsabile della gestione; e il Collegio Sindacale, preposto alle attività di controllo.

Spetta all'Assemblea degli Azionisti nominare i membri del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale e, su proposta di quest'ultimo, il revisore contabile. Le modalità di nomina sono disciplinate dal Codice Civile e dallo Statuto societario, che riconosce a ciascun azionista il diritto di nomina in proporzione alla quota di partecipazione detenuta.

Il Consiglio di Amministrazione, composto da 9 membri, ha facoltà di designare il Presidente e l'Amministratore Delegato, ai quali sono attribuiti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione.

Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31/12/2025 ¹⁴			
Nome	Ruolo	Mandato	Genere
Paolo De Cesare	Presidente CdA	30/04/2025-31/12/2025	M
Alberto Baldan	Consigliere	30/04/2025-31/12/2025	M
Fabio Battaglia	Consigliere	30/04/2025-31/12/2025	M
Timm Robert Degenhardt	Consigliere	30/04/2025-31/12/2025	M
Alessandro Fiascaris	Consigliere	30/04/2025-31/12/2025	M
Luca Lupo	Consigliere	30/04/2025-31/12/2025	M
Walter Manara	Consigliere	30/04/2025-31/12/2025	M
Alessandro Mussari	Consigliere	30/04/2025-31/12/2025	M
Francesco Tagliapietra	Consigliere	30/04/2025-31/12/2025	M

14. La tabella riporta la composizione del massimo organo di governo al 31/12/2025, il Consiglio di Amministrazione, insediatosi ufficialmente in data 30 aprile 2025.

Gli organi di direzione ricevono aggiornamenti periodici sui risultati della supervisione di impatti, rischi e opportunità rilevanti per l'Azienda. Attraverso la figura del Service and Sustainability Manager, il CdA monitora il progresso degli impatti economici, ambientali e sociali, dei rischi e delle opportunità e delle azioni implementate in merito.

Parallelamente, il Collegio Sindacale ha il compito di vigilare sull'indipendenza e l'osservanza della legge e dello Statuto societario da parte del CdA nello svolgimento delle attività attribuitegli. Quest'organo è composto da 5 membri, o sindaci, di cui 2 donne (40%).

Composizione del Collegio Sindacale al 31/12/2025		
Nome	Ruolo	Genere
Marco Fiorentino	Presidente	M
Francesca Sanseverino	Sindaco Effettivo	F
Roberto Lorusso Caputi	Sindaco Effettivo	M
Mirka Cesnik	Sindaco supplente	F
Ciro Ferdinando De Luca	Sindaco supplente	M

La Società ha, infine, affidato il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi dell'art. 6 D.Lgs. 231/2001 (Modello Organizzativo 231) all'Organismo di Vigilanza (OdV), composto da due membri esterni e un membro interno.

Composizione dell'Organismo di Vigilanza al 31/12/2025			
Nome	Ruolo	Mandato	Genere
Carlo Alberto Marchi	Presidente OdV	2024-2026	M
Ascensionato Carnà	Membro esterno OdV	2024-2026	M
Anna Comanducci	Membro esterno OdV	2024-2026	F

La governance di sostenibilità

Il Service & Sustainability Manager ricopre un ruolo centrale nello sviluppo e nell'attuazione della strategia di sostenibilità, con il compito di migliorare le performance aziendali e diffondere una cultura ambientale e sociale tra dipendenti e collaboratori. La funzione coordina le attività ESG del Gruppo, ne supervisiona l'implementazione e assicura il coinvolgimento delle diverse funzioni aziendali e del management nell'identificazione delle priorità strategiche e dei principali impatti, rischi e opportunità. Supervisiona inoltre il processo di elaborazione del Bilancio di Sostenibilità, che viene successivamente esaminato e approvato dal CdA.

GSR ha integrato una componente variabile nel proprio sistema di incentivazione, articolata tra indicatori aziendali condivisi e parametri riferiti alle singole Direzioni e alle performance individuali. Accanto ai tradizionali indicatori economico-finanziari, nel 2024 sono stati introdotti obiettivi MBO di sostenibilità rivolti a dirigenti, quadri e figure con ruoli rilevanti per il business, legati sia a target quantitativi che qualitativi. La quota di remunerazione variabile collegata alla performance ESG è pari al 10%, aggiornata e valutata dal Service & Sustainability Manager in accordo con il management aziendale. Tutti gli obiettivi economico-quantitativi sono definiti in relazione ai progetti del budget annuale.

Una governance responsabile

GSR riconosce l'importanza di una cultura aziendale basata sull'onestà e sull'etica, prevenendo qualsiasi forma di corruzione attiva e passiva e favorendo un ambiente di lavoro corretto e trasparente.

Tutte le attività svolte da Grandi Stazioni Retail sono guidate dai principi di etica del business, rispetto delle normative e responsabilità sociale. In linea con tali valori, GSR e Retail Group hanno adottato due strumenti chiave, quali il Codice Etico e il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, attraverso i quali il Gruppo mira a stabilire norme di comportamento etico nei confronti dei diversi stakeholder, sia interni che esterni.

Nel 2025 GSR ha adottato una Treasury Policy che definisce i principi e le modalità di gestione delle risorse finanziarie del Gruppo, con l'obiettivo di garantire solidità patrimoniale, trasparenza nelle operazioni e una gestione prudente dei rischi finanziari. La policy stabilisce i criteri di riferimento per la gestione della liquidità, i rapporti con gli istituti di credito e il controllo delle esposizioni, contribuendo a rafforzare il sistema di governance interna. Nel corso dell'anno, GSR ha inoltre adottato una IT Security Policy che definisce le misure e le responsabilità in materia di sicurezza informatica, con particolare attenzione alla prevenzione e alla gestione degli attacchi cyber. La policy disciplina le modalità di protezione dei sistemi, dei dati e delle infrastrutture digitali del Gruppo, introducendo procedure strutturate per l'identificazione delle vulnerabilità, la risposta agli incidenti e la continuità operativa in caso di violazione.

Il Codice Etico

Il Codice Etico di Grandi Stazioni Retail e Retail Group definisce con chiarezza e trasparenza i valori e i principi a cui ciascuna azienda si ispira, nonché i criteri di condotta che regolano le rispettive attività. Le Società attribuiscono grande importanza al rispetto della legalità, all'integrità e alla trasparenza nella conduzione delle proprie operazioni. Le attività devono essere realizzate con lealtà e senso di responsabilità, correttezza e in buona fede, impegnandosi a garantire correttezza, completezza, accuratezza, uniformità e tempestività nella gestione e comunicazione delle informazioni aziendali.

Chiunque collabori con GSR e Retail Group è chiamato a svolgere diligentemente le proprie prestazioni professionali, operando nel solo interesse della Società e perseguendo l'efficacia e l'efficienza. Non sono, pertanto, tollerati comportamenti che risultino in contrasto con le normative vigenti o il contenuto del Codice Etico di riferimento. GSR e Retail Group si impegnano, inoltre, a trattare con la massima riservatezza le informazioni ottenute nel corso dello svolgimento delle attività aziendali e a non diffondere tali informazioni senza dovuta autorizzazione o per scopi diversi rispetto a quelli per le quali sono state ottenute.

Il rispetto e la conformità alle normative vigenti, a livello nazionale, europeo e internazionale, rappresentano un elemento cardine che le Società del Gruppo sono tenute a promuovere. In nessun caso è ammissibile una condotta contrastante con le disposizioni di legge, con il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo o con il Codice Etico per il perseguimento dell'interesse delle Società.

Infine, tutti i destinatari sono tenuti ad assicurare che ogni decisione sia presa nell'interesse dell'Azienda di appartenenza, evitando tutte le situazioni che possono comportare un conflitto di interesse tra le attività economiche personali e/o familiari e le mansioni ricoperte. In quest'ottica, ogni abuso della propria posizione per il perseguimento di indebiti vantaggi deve essere evitato.

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG)

Sviluppato in conformità al Decreto Legislativo 231/2001, il MOG rappresenta un sistema di conformità aziendale volto a garantire la legalità, la trasparenza e la correttezza nelle attività della Società. Attraverso questo strumento, il Gruppo si impegna a prevenire illeciti, sensibilizzare la propria forza lavoro sui rischi di reato e implementare controlli efficaci per contrastare comportamenti scorretti.

Il campo di applicazione delle disposizioni contenute all'interno dei Modelli di GSR e RG include tutti gli Organi Sociali e i loro componenti - Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale -, i dipendenti, i lavoratori somministrati e distaccati, i consulenti, i fornitori di beni e servizi, i componenti dell'Organismo di Vigilanza e tutti coloro che collaborano con la Società. I destinatari terzi sono vincolati, allo stesso modo, al rispetto dei contenuti tramite apposite clausole contrattuali.

L'efficacia e il corretto funzionamento dei MOG sono demandati agli Organismo di Vigilanza ("OdV") di GSR e Retail Group, dotati di poteri autonomi e indipendenti e responsabili del monitoraggio della loro applicazione e aggiornamento.

Chiunque sia soggetto al Modello è tenuto a segnalare eventuali violazioni all'OdV di competenza, utilizzando una piattaforma online protetta da misure di sicurezza o, in alternativa, un servizio di messaggistica vocale e incontri diretti, nel pieno rispetto della riservatezza.

Per assicurare la piena conoscenza e applicazione del Modello, del Codice Etico e delle Procedure implementate tra tutto il personale dipendente e i componenti degli organi sociali, entrambe le aziende GSR e Retail Group promuovono attività di formazione obbligatoria e richiedono ai destinatari la sottoscrizione di un impegno formale al rispetto dei suddetti documenti.

Lotta alla corruzione

[VSME B11]

Al fine di mitigare i rischi reputazionali e sanzionatori derivanti dal potenziale coinvolgimento in casi di violazione dei principi sanciti all'interno del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG 231) e dal Codice Etico da parte di tutti coloro che operano all'interno e per conto di GSR, la Società ha istituito un programma di formazione periodica sul contenuto del MOG 231. La formazione ricopre tutta le fattispecie di reato elencate all'interno del documento, inclusi i reati di corruzione.

Nel 2025, inoltre, a formalizzazione del proprio impegno nella lotta alla corruzione, GSR ha adottato una politica Anti-corruzione. Tale politica si applica a tutto il personale, ai membri del CdA e ai terzi con cui il Gruppo intrattiene rapporti commerciali, con l'obiettivo di prevenire e contrastare qualsiasi comportamento inappropriato.

Nel corso del 2025, non sono stati rilevati episodi di corruzione attiva e passiva, né tra i dipendenti di GSR né nei rapporti con i propri partner.

Condanne	U.d.m.	2025	2024
Numero totale di condanne per corruzione	n.	0	0
Importo delle ammende	€	0	0
Casi di corruzione attiva e passiva accertati	U.d.m.	2025	2024
Casi accertati in cui lavoratori propri sono stati licenziati o sanzionati per episodi di corruzione attiva o passiva	n.	0	0



Nota metodologica

Come nasce questo documento

[VSME B1]

Il Bilancio di Sostenibilità 2025 di GSR, redatta su base consolidata, si riferisce all'anno fiscale 2025 (1° gennaio 2025 - 31 dicembre 2025). Il perimetro di rendicontazione dei dati qualitativi e quantitativi corrisponde al perimetro utilizzato per la rendicontazione di carattere finanziario. Sono state considerate tutte le attività di Grandi Stazioni Retail S.p.A. e di Retail Group S.p.A., ad eccezione di Grandi Stazioni Česká Republika s.r.o. Ove disponibile, è presente un confronto con i dati chiave del 2024 al fine di restituire una comparazione delle performance di sostenibilità nel tempo.

Il documento è stato redatto secondo lo standard europeo per le piccole medie imprese (PMI) che rendicontano le proprie performance non finanziarie su base volontaria, denominati Voluntary European Sustainability Reporting Standard for non-listed Small- and Medium-Sized Enterprises (VSME ESRS) sviluppato dall'EFRAG e pubblicato in data 12 dicembre 2024. In particolare, GSR ha selezionato l'opzione B, che prevede l'adozione dei Moduli Base e Modulo Comprehensive.

Nella redazione dei contenuti, la Società non si è avvalsa della possibilità di omettere alcuna specifica informazione corrispondente a proprietà intellettuale, know-how o a risultati e sviluppi imminenti.

L'analisi di materialità

Il Bilancio ruota attorno ai 7 temi materiali identificati come rilevanti per il business nel 2024 e confermati per il 2025. Allineandosi alle richieste dello Standard unico europeo di rendicontazione di sostenibilità, European Sustainability Reporting Standard, GSR ha identificato le tematiche più significative per l'organizzazione nelle sue relazioni con l'ambiente, l'economia e le persone, conducendo un'analisi di doppia rilevanza, integrando quindi due dimensioni: la rilevanza d'impatto, che misura gli effetti del Gruppo sull'ambiente e sulle persone, e la rilevanza finanziaria, che comprende rischi e opportunità economiche derivanti dal contesto esterno con effetti diretti sull'attività aziendale.

L'analisi è stata sviluppata a partire da un elenco strutturato di temi, sottotemi e sotto-sottotemi indicato dagli standard ESRS (Appendice A, ESRS 1, Direttiva 2013/23/UE). Nell'identificare i temi rilevanti, GSR ha tenuto conto del contesto in cui opera, dei trend legati alla sostenibilità e al business, e delle aspettative degli stakeholder. A valle degli input raccolti, è stato stilato un elenco di temi potenzialmente rilevanti e una lista di impatti, rischi e opportunità (IRO) ad essi connessi. Gli IRO sono stati valutati sulla base di punteggi quali-quantitativi secondo la metodologia fornita all'interno degli ESRS 1 (Doppia Rilevanza). Le scale di valutazione seguono una classificazione dall'1 al 5 valutando i seguenti aspetti:

- Significatività degli impatti negativi e positivi:
 1. Attuali negativi: valutati in base alla gravità (entità, portata e irrimediabilità).
 2. Attuali positivi: considerati sulla base di entità e portata.
 3. Potenziali negativi: analizzati attraverso la gravità (entità, portata e irrimediabilità) moltiplicata per la probabilità di accadimento.
 4. Potenziali positivi: valutati in base a entità, portata e probabilità di accadimento.
- Magnitudo dei rischi e delle opportunità: determinata considerando l'effetto finanziario (valutato in modo qualitativo) moltiplicato per la probabilità di accadimento.

GSR ha voluto sottoporre il lavoro svolto al giudizio di 3 esperti esterni, nonché rappresentanti delle principali categorie di stakeholder del Gruppo, al fine di integrare il punto di vista dei portatori di interesse nell'analisi. I temi identificati come materiali sono stati successivamente discussi e approvati dal Management durante un incontro dedicato.

La tabella seguente offre una panoramica degli impatti, dei rischi e delle opportunità rilevanti per Grandi Stazioni Retail, evidenziando il punto della catena del valore in cui si concentrano, gli orizzonti temporali previsti e gli effetti attuali e previsti associati a impatti, rischi e opportunità.

Il Piano di Sostenibilità declina questo impegno in azioni concrete, orientate alla promozione di pratiche commerciali responsabili e di una comunicazione chiara e affidabile, con il coinvolgimento attivo dei partner commerciali e dei brand presenti nel network.

In questo quadro, il Gruppo ha definito quattro obiettivi dedicati ai consumatori e agli utilizzatori finali, a cui si affianca un'iniziativa specifica di Retail Group rivolta ai brand, con l'obiettivo di migliorare progressivamente l'esperienza di visita e diffondere comportamenti commerciali sempre più responsabili.

Tema ESRS		IRO	Descrizione	Catena del valore	Orizzonte temporale
AMBIENTE	E1 – Cambiamenti Climatici	Impatto negativo attuale	Impatti negativi derivanti da eventi climatici estremi	Tutta la catena del valore	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio fisico legato al clima	Aumento costi per danni	A valle	Medio periodo (1-5 anni)
		Opportunità	Facilità di accesso al credito	Operazioni proprie	Lungo periodo (>5 anni)
	E1 – Cambiamenti Climatici	Opportunità	Facilità di accesso al credito	Operazioni proprie	Lungo periodo (>5 anni)
		Mitigazione	Impatto negativo attuale	Emissioni GHG	Tutta la catena del valore
	E1 – Cambiamenti Climatici	Opportunità	Migliore percezione d'immagine	Tutta la catena del valore	Medio periodo (1-5 anni)
		Energia	Impatto negativo attuale	Emissioni GHG	Operazioni proprie
		Impatto negativo attuale	Emissioni GHG	A monte	Breve periodo (<1 anno)
	E3 – Acqua e risorse marine	Rischio di transizione legato al clima	Aumento costi energetici	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Impatto negativo attuale	Emissioni GHG	A monte	Breve periodo (<1 anno)
	E3 – Acqua e risorse marine	Impatto positivo attuale	Riduzione degli sprechi d'acqua	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Opportunità	Benefici reputazionali	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
	E5 – Economia circolare Afflussi di risorse	Impatto positivo potenziale	Riduzione impatti sull'ambiente	A valle	Breve periodo (<1 anno)
		Opportunità	Benefici reputazionali e di immagine	Tutta la catena del valore	Breve periodo (<1 anno)
		Afflussi di risorse	Impatto positivo potenziale	Minori impatti sull'ambiente	A monte

AMBIENTE	E5 – Economia circolare Rifiuti	Opportunità	Benefici reputazionali e riduzione dei costi	A monte	Lungo periodo (>5 anni)
		Opportunità	Maggiore facilità di accesso al credito	A monte	Lungo periodo (>5 anni)
		Rifiuti	Impatto positivo attuale	Riduzione dei rifiuti in plastica	Operazioni proprie
		Impatto negativo potenziale	Impatti negativi sull'ambiente	Tutta la catena del valore	Breve periodo (<1 anno)
SOCIAL	S1 – Forza lavoro propria Occupazione sicura	Impatto positivo potenziale	Maggiore stabilità e sicurezza finanziaria dei lavoratori	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Impatto negativo potenziale	Minore stabilità e sicurezza finanziaria per i lavoratori	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Rischio	Aumento dei costi legati al turnover	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Orario di lavoro	Impatto positivo attuale	Maggiore attrattività e aumento della produttività	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Sanzioni, danni reputazionali e perdita di potenziali partner	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Salari adeguati	Impatto positivo potenziale	Miglioramento della fidelizzazione dei lavoratori	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Impatto negativo potenziale	Effetti negativi sul clima aziendale e sull'equità	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Sanzioni, danni reputazionali e perdita di potenziali partner	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)

SOCIAL	S1 – Forza lavoro propria Equilibrio vita professionale - privata	Impatto positivo attuale	Aumento della produttività e benessere	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Maggiori costi di turnover e forte insoddisfazione dei lavoratori	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Salute e sicurezza	Impatto positivo attuale	Riduzione del numero di infortuni	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Sanzioni, spese legali e danni reputazionali	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Parità di genere e di retribuzione per un lavoro di pari valore; Diversità	Impatto negativo potenziale	Malcontento tra i lavoratori	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Opportunità	Benefici reputazionali, maggiore produttività dei dipendenti	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Rischio	Maggiori costi di turnover	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Formazione e sviluppo delle competenze	Impatto positivo attuale	Miglioramento progressivo delle competenze	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Opportunità	Vantaggi economici	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Occupazione e inclusione delle persone con disabilità	Impatto negativo potenziale	Limitazione delle opportunità di crescita	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Opportunità	Sanzioni, spese legali e danni reputazionali	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
	S1 – Forza lavoro propria Misure contro la violenza e le molestie sul luogo di lavoro	Impatto negativo potenziale	Disagi psicologici e morali ai lavoratori	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Rischio	Sanzioni, spese legali e danni reputazionali	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)

SOCIAL	S3 – Comunità interessate Impatti legati al territorio	Impatto positivo attuale	Sostegno a persone	A valle	Lungo periodo (>5 anni)
		Impatto positivo attuale	Promozione della tutela del territorio e della cultura	Operazioni proprie	Lungo periodo (>5 anni)
		Opportunità	Benefici reputazionali e maggiore attrattività tra gli stakeholder	A valle	Lungo periodo (>5 anni)
		Opportunità	Benefici reputazionali grazie	A valle	Lungo periodo (>5 anni)
	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Riservatezza	Rischio	Rischi reputazionali e sanzioni	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Accesso a informazioni (di qualità)	Impatto positivo attuale	Maggiori opportunità educative	Tutta la catena del valore	Breve periodo (<1 anno)
		Opportunità	Benefici reputazionali e migliore percezione	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Salute e sicurezza	Impatto positivo attuale	Maggiore garanzia di salubrità degli spazi accessibili	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Rischi reputazionali e spese legali	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Rischio	Sanzioni e danni economici	A valle	Medio periodo (1-5 anni)
	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Sicurezza della persona	Impatto positivo attuale	Maggiore sicurezza	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Rischi reputazionali	Tutta la catena del valore	Medio periodo (1-5 anni)
		Rischio	Aumento dei costi	A valle	Lungo periodo (>5 anni)

SOCIAL	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Accesso a prodotti e servizi	Impatto negativo potenziale	Accesso limitato a prodotti e servizi	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Opportunità	Sanzioni, spese legali e danni reputazionali	A valle	Breve periodo (<1 anno)
	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Pratiche commerciali	Impatto positivo attuale	Promozione di pratiche di consumo responsabili	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Opportunità	Benefici reputazionali e maggiori opportunità di business	A monte	Lungo periodo (>5 anni)
GOVERNANCE	G1 – Condotta delle imprese Cultura delle imprese	Impatto negativo potenziale	Fuoriuscita di dati sensibili	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Danni reputazionali	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
	G1 – Condotta delle imprese Corruzione attiva e passiva i	Impatto positivo attuale	Prevenzione della corruzione	Operazioni proprie	Lungo periodo (>5 anni)
		Rischio	Rischio di interruzione del business	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	G1 – Condotta delle imprese Incidenti di corruzione	Rischio	Sanzioni, danni reputazionali e possibili interruzioni del business	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)

Indice dei contenuti VSME

Modulo Base – Informazioni generali

Codice ESRS	Informativa	Ubicazione (o informazioni)
B1 – Basi per la preparazione	B1 (a) – Opzione utilizzata per la rendicontazione	Come nasce questo documento
	B1 (b) – Omissione di informazioni	N/A
	B1 (c) – Perimetro di rendicontazione	Come nasce questo documento
	B1 (d) – Lista delle controllate incluse nel perimetro di rendicontazione	Come nasce questo documento
	B1 (e) – Altre informazioni	i) GSR è una Società per Azioni ii) 47.11 iii, iv) Chi siamo v) Le nostre persone vi) Chi siamo vii) Chi siamo
B2 – Pratiche, politiche e iniziative future per la transizione verso un'economia più sostenibile	B2 – Pratiche per la transizione verso un'economia più sostenibile	Le informazioni relative a pratiche, politiche e iniziative volte alla transizione verso un'economia più sostenibile sono riportate lungo tutto il documento in corrispondenza del tema trattato.
B3 – Energia ed emissioni di gas serra	B3 – Energia ed emissioni di gas serra	Consumi energetici ed emissioni
B4 – Inquinamento di aria, acqua e suolo	B4 – Inquinamento di aria, acqua e suolo	GSR non genera emissioni di sostanze inquinanti in aria, suolo e acqua.
B5 – Biodiversità	B5 (a) – Siti e impianti operativi localizzati nei pressi o vicino a zone sensibili sotto il profilo della biodiversità	GSR non opera nei pressi o vicini a zone sensibili sotto il profilo della biodiversità.
	B5 (b) – Metriche relative al cambiamento di uso del suolo	Non applicabile in quanto il Gruppo non effettua attività di cambiamento di uso del suolo.

B6 – Acqua	B6 – Prelievi, consumi e scarichi idrici	Consumi idrici
B7 – Utilizzo di risorse, economia circolare e gestione dei rifiuti	B7 (a) – Rifiuti generati	La gestione dei rifiuti
	B7 (b) – Rifiuti destinati a riciclo o riutilizzo	La gestione dei rifiuti
	B7 (c) – Afflussi di risorse	N/A
B8 – Forza lavoro propria – Caratteristiche generali	B8 (a) – Numero totale di dipendenti suddiviso per tipologia di contratto	Le nostre persone
	B8 (b) – Numero totale di dipendenti suddiviso per genere	Le nostre persone
	B8 (c) – Numero totale di dipendenti per nazione	Le nostre persone
B9 – Forza lavoro propria – Salute e sicurezza	B9 (a) – Numero e indice di frequenza di infortuni sul lavoro registrabili	Salute e sicurezza
	B9 (b) – Numero di decessi dovuti ad incidenti sul lavoro e di malattie professionali	Salute e sicurezza
B10 – Forza lavoro propria – Remunerazione, contratti collettivi, e formazione	B10 (a) – Rapporto tra remunerazione e salario minimo	Le nostre persone
	B10 (c) – Percentuale di dipendenti coperti da contrattazione collettiva	Le nostre persone
	B10 (d) – Numero medio di ore di formazione per dipendente	Formazione e sviluppo delle competenze
B11 – Condotta di impresa	B11 – Condanne e sanzioni per casi di corruzione	Lotta alla corruzione

Modulo Comprehensive

Codice ESRS	Informativa	Ubicazione (o informazioni)
C1 – Strategia: modello di business e iniziative relative alla sostenibilità	C1 (a) – Descrizione dei gruppi significativi dei prodotti e/o servizi offerti	Chi siamo
	C1 (b) – Descrizione dei mercati significativi in cui l'azienda opera	Chi siamo
	C1 (c) – Descrizione delle principali relazioni di business	I nostri stakeholder
	C1 (d) – Descrizione degli elementi chiave della strategia relativa alla sostenibilità	La strategia di Sostenibilità
C2 – Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future per una transizione ad un'economia più sostenibile	C2 (a) – Descrizione di pratiche, politiche e iniziative future	Le informazioni relative a pratiche, politiche e iniziative volte alla transizione verso un'economia più sostenibile sono riportate lungo tutto il documento in corrispondenza del tema trattato.
C3 – Riduzione delle emissioni e transizione climatica	C3 – Obiettivi di riduzione delle emissioni e transizione climatica	Il Piano di Sostenibilità
C4 – Rischi climatici	C4 – Analisi dei rischi climatici	Ad oggi, GSR non ha condotto un'analisi dei rischi climatici.
C5 – Forza lavoro propria – Informazioni generali	C5 (a) – Diversità di genere a livello manageriale	Le nostre persone
	C5 (b) – Personale non dipendente	Le nostre persone
C6 – Forza lavoro propria – Politiche e processi per i diritti umani	C6 (a) – Codice di condotta	Una governance responsabile
	C6 (b) – Politiche sui diritti umani	La tutela dei diritti umani
	C6 (c) – Meccanismi di segnalazione	La tutela dei diritti umani
C7 – Incidenti sui diritti umani	C7 (a) – Incidenti sui diritti umani	Le nostre persone

C8 – Ricavi da alcuni settori ed esclusione da benchmark di riferimento EU	C8 (a) - Ricavi da alcuni settori	N/A
	C8 (b) - Esclusione da benchmark di riferimento EU	GSR non è esclusa dai benchmark di riferimento EU.
C9 – Diversità di genere negli organi di governo	C9 – Diversità di genere negli organi di governo	Una governance responsabile

Appendice tecnica

Metodologia di calcolo delle emissioni di scope 3

Nel 2023, la Società ha condotto per la prima volta il calcolo delle proprie emissioni di Scope 3, definendo il proprio inventario dei gas a effetto serra (GHG) secondo le linee guida stabilite dal Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard (GHG Protocol) e dallo Standard Corporate Value Chain (Scope 3) (Scope 3 GHG Protocol), sviluppati dal World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) in collaborazione con il World Resources Institute (WRI).

I calcoli seguono le metodologie delineate nelle linee guida del GHG Protocol Scope 2 (Scope 2 Guidance), nelle linee guida per il calcolo delle emissioni Scope 3 (Scope 3 Guidance)¹⁵.

Ad oggi, in assenza di dati primari, GSR ha calcolato le proprie emissioni facendo riferimento a fonti indirette basate su medie settoriali e proxy. Consapevole dell'importanza di utilizzare dati primari, il Gruppo si riserva, in futuro, di migliorare i processi di raccolta delle informazioni, coinvolgendo eventualmente in modo attivo gli attori a monte e a valle della propria catena del valore, come i tenant che occupano gli spazi del Gruppo.

Nella seguente tabella vengono riportate le categorie di Scope 3 rilevanti e le metodologie di calcolo utilizzate.

Categoria di Scope 3	Descrizione	Rilevanza	Metodologia di calcolo e ipotesi
3.1 Beni e servizi acquistati	Emissioni a monte (dalla culla al cancello) dei beni e servizi acquistati.	Rilevante	Spend-based
3.2 Beni strumentali e capitali	Emissioni a monte derivanti dalla produzione di beni strumentali acquistati o acquisiti.	Rilevante	Spend-based
3.3 Attività legate al combustibile e all'energia	Emissioni legate alla produzione e distribuzione dell'energia consumata.	Rilevante	Activity-based

15. Ai fini della definizione dei confini organizzativi dell'inventario, GSR ha adottato l'"Operational Control Approach", secondo cui l'azienda contabilizza tutte le emissioni derivanti dalle operazioni sulle quali essa stessa o una delle sue controllate esercita un controllo diretto e può influenzare le decisioni che incidono sulle emissioni di gas a effetto serra (GHG). Ciò include tutte le strutture e i veicoli di proprietà o in locazione gestiti dalla Società.

3.4 Trasporti e distribuzione a monte	Trasporto e distribuzione di prodotti acquistati nell'anno di riferimento, tra i fornitori di livello 1 di un'azienda e le proprie attività.	Non rilevante	-
3.5 Rifiuti generate dalle attività aziendali	Emissioni derivanti dallo smaltimento e dal trattamento da parte di terzi dei rifiuti generati,	Rilevante	Activity-based
3.6 Viaggi di lavoro	Emissioni derivanti dal trasporto dei dipendenti per le attività aziendali in veicoli di proprietà o gestiti da terzi, come aerei, treni, autobus e autovetture.	Non rilevante	-
3.7 Trasferimenti casa-lavoro dei dipendenti	Emissioni derivanti dal trasporto dei dipendenti tra le loro abitazioni e i loro luoghi di lavoro.	Rilevante	Dati raccolti tramite questionario somministrato ai dipendenti.
3.8 Asset in leasing	Emissioni derivanti dal funzionamento di beni presi in leasing dall'azienda dichiarante nell'anno di riferimento e non già inclusi negli inventari di Scope 1 o di Scope 2 dell'azienda stessa.	Rilevante	Proxy: stima dei consumi totali dei tenant moltiplicando il consumo medio mensile per ciascuna categoria di tenant — determinato sulla base dei dati forniti dai tenants stessi, in relazione alla specifica attività svolta — per il numero totale di mesi affittati.
3.9 Trasporti e distribuzione a valle	Emissioni prodotte nell'anno di riferimento dal trasporto e dalla distribuzione dei prodotti venduti.	Non applicabile	

3.10 Lavorazione dei prodotti venduti	Emissioni derivanti dalla lavorazione dei prodotti intermedi venduti da parte di terzi.	Non applicabile	
3.11 Uso dei prodotti venduti	Emissioni derivanti dall'uso di beni e servizi venduti dall'azienda dichiarante nell'anno di riferimento.	Non applicabile	
3.12 Trattamento di fine vita dei prodotti venduti	Emissioni derivanti dallo smaltimento e dal trattamento dei rifiuti dei prodotti venduti dall'azienda.	Non applicabile	-
3.13 Asset offerti in leasing	Emissioni derivanti dal funzionamento di beni di proprietà di GSR e affittati ad altre entità.	Rilevante	Proxy: stima dei consumi totali dei tenant moltiplicando il consumo medio mensile per ciascuna categoria di tenant — determinato sulla base dei dati forniti dai tenants stessi, in relazione alla specifica attività svolta — per il numero totale di mesi affittati.
3.14 Franchising	Emissioni derivanti dall'attività di franchising non incluse nello Scope 1 o nello Scope 2.	Non applicabile	
3.15 Investimenti	Emissioni di ambito 3 associate agli investimenti dell'azienda dichiarante nell'anno di riferimento, non già incluse nell'ambito 1 o 2.	Non applicabile	-



GRANDI
STAZIONI
RETAIL

CONTATTI

Telefono

+39 02 22199621

Email

info@gsretail.it

Indirizzo

Via Ferrante Aporti 1/B, 20125
Milano

Sito Web

www.gsretail.it