

GRANDI  
STAZIONI  
RETAIL

# STAZIONI DA VIVERE

**2022** Bilancio di Sostenibilità



PALAZZO  
CENTRALE



FIRENZE  
S. MARIA NOVELLA



NAPOLI  
CENTRALE



MILANO  
CENTRALE



VENEZIA  
MESTRE



TORINO  
PORTA NUOVA



ROMA  
TERMINI



VERONA  
PORTA NUOVA



BOLOGNA  
CENTRALE



GENOVA  
BRIGNOLE



ROMA  
TIBURTINA



VENEZIA  
SANTA LUCIA



BARÌ  
CENTRALE

Il primo bilancio di sostenibilità di Grandi Stazioni Retail rappresenta un **importante passo verso la crescita e l'integrazione della sostenibilità nella propria attività** e ripercorre le iniziative intraprese sulla base degli standard di rendicontazione non finanziaria.

Attraverso il bilancio, Grandi Stazioni Retail racconta **il proprio impegno per sostenere il pianeta, valorizzare le persone che lavorano con l'azienda e prepararsi ai futuri requisiti europei**. Trasformare le stazioni in piazze e luoghi di ritrovo, ispirando un cambiamento positivo nella società e creare un futuro più luminoso per tutti.

KNOWLEDGE PARTNER

The European House-Ambrosetti

# SOMMARIO

<b>Lettera agli stakeholder</b>	<a href="#">05</a>
<b>01 GSR: One network, millions of opportunities</b>	<a href="#">08</a>
Chi siamo	<a href="#">08</a>
Il percorso di GSR per integrare la sostenibilità	<a href="#">14</a>
<b>02 Le sfide della sostenibilità</b>	<a href="#">19</a>
<b>03 La stazione è un'Agorà</b>	<a href="#">25</a>
Le stazioni si trasformano	<a href="#">25</a>
Da luoghi del trasporto ferroviario a spazi di cultura	<a href="#">30</a>
<b>04 Sostenibilità dentro e fuori le stazioni</b>	<a href="#">37</a>
Il nostro impegno ambientale	<a href="#">37</a>
Il nostro impegno sociale	<a href="#">42</a>
La sostenibilità dei fornitori e dei Tenant	<a href="#">44</a>
<b>05 Chi anima le stazioni</b>	<a href="#">46</a>
Una squadra che si rafforza	<a href="#">46</a>
Creare una cultura della sostenibilità	<a href="#">49</a>
La struttura di governance: nuove soluzioni e modelli	<a href="#">49</a>
<b>06 Come nasce questo documento</b>	<a href="#">53</a>
Nota metodologica	<a href="#">53</a>
<b>07 Indice dei contenuti GRI</b>	<a href="#">55</a>
Informative generali	<a href="#">55</a>
Informative specifiche	<a href="#">57</a>
Allegato tabellare	<a href="#">67</a>

# LETTERA AGLI STAKEHOLDER

[GRI 2-22]

Alberto Baldan

Dal 2019, il Gruppo Grandi Stazioni Retail ha intrapreso un percorso di formazione e crescita che ci ha portato a maturare la consapevolezza, come azienda e come persone, del nostro ruolo nella promozione della sostenibilità. Una consapevolezza che è entrata a far parte del nostro lavoro quotidiano e che ci ha portato alla definizione dei nostri obiettivi di sostenibilità e alla pubblicazione di questo nostro primo bilancio di sostenibilità.

Il 2022 per Grandi Stazioni Retail ha rappresentato un anno di rilancio e di nuove sfide, come è stato per molte aziende del Paese. Abbiamo affrontato un contesto imprevedibile e senza precedenti, segnato dallo shock energetico e dalla ripresa post crisi pandemica, due contingenze che hanno avuto forti ripercussioni sui mercati e sull'economia globale.

Con oltre 750 milioni di visite ogni anno all'interno delle stazioni del nostro network, siamo ben consapevoli del ruolo fondamentale che possiamo avere come amplificatori della sostenibilità e abbiamo deciso di intraprendere questo percorso attraverso due binari: quello ambientale e quello sociale. Il nostro obiettivo è trasformare le stazioni affinché non siano soltanto luoghi di passaggio e servizi, ma diventino, giorno dopo giorno, grandi piazze di incontro e spazi di condivisione e inclusione, contenitori e promotori di cultura, educazione e sviluppo.

Nello scambio osmotico che quotidianamente abbiamo con milioni di persone, vogliamo poter trasmettere a chi attraversa questi luoghi l'importanza di farsi parte attiva nella transizione sostenibile. Questo bisogno si concretizza, ogni giorno, attraverso un'ampia offerta di opzioni di **acquisto sempre più sostenibili**, tanto nei prodotti quanto negli allestimenti e nella gestione dei nostri negozi e attraverso la **comunicazione di iniziative** legate alla **sostenibilità**, **all'inclusione** e alla **cultura** e che ogni anno vengono veicolate sui nostri impianti pubblicitari.

Fermamente convinti che la mobilità sostenibile rappresenti un tassello importante nella decarbonizzazione del Paese, ci impegniamo a fare la nostra parte, studiando e implementando soluzioni per migliorare l'efficienza energetica delle stazioni, anche in collaborazione con i nostri

stakeholder. Per il 2023 ci siamo posti l'obiettivo di raggiungere il 100% dei consumi direttamente gestiti con energia da fonti rinnovabili. Inoltre, abbiamo mappato gli strumenti di misurazione e gestione delle performance di sostenibilità di 344 tra fornitori e tenant, per avviare insieme un percorso di partnership e di miglioramento.

Ogni giorno ci impegniamo a migliorare l'esperienza dei nostri visitatori ma anche a **restituire alle nostre stazioni il ruolo di cerniera urbana** con i quartieri circostanti e di **volano** per la **rigenerazione** di ampi spazi delle città. Per questo nostro impegno abbiamo già investito importanti risorse nella riqualificazione urbana a Milano, Napoli, Torino e Roma e ci accingiamo ad estendere il nostro perimetro d'azione così da consentire il recupero da parte della città degli spazi delle stazioni, vere icone dell'architettura e splendidi monumenti. Per le città, oltre che per i viaggiatori, abbiamo dato vita a tante iniziative ed eventi, tra i quali voglio ricordare le mostre dedicate a Banksy, l'esposizione fotografica con Unicef "Vite in Movimento", la mostra "Body Worlds" e "Senstation on ICE" che, con il loro successo, hanno contribuito a riavvicinare alle stazioni giovani e famiglie.

Questi successi sono il **frutto dell'impegno collettivo di noi tutti**. Un impegno che trova espressione in questo documento che riassume i traguardi raggiunti fino ad ora e rappresenta un importante strumento di **trasparenza e responsabilità** verso tutti i nostri **stakeholder**, valori che, ogni giorno, ci accompagnano e accompagneranno nel nostro percorso di crescita.

# 01



# GSR: ONE NETWORK, MILLIONS OF OPPORTUNITIES

## Chi siamo

<b>14</b> Stazioni ferroviarie	<b>11</b> Città italiane	<b>750 milioni</b> visite l'anno
<b>800</b> Unità commerciali	<b>230.000</b> Metri quadrati GLA <sup>1</sup>	<b>1.900</b> Impianti media

## MISSION

Trasformare le grandi stazioni italiane, cuore della mobilità sostenibile, in nuove piazze, luoghi confortevoli di incontro e di innovazione sociale ma anche in propulsori di rigenerazione urbana e di sviluppo economico e culturale.

**Grandi Stazioni Retail (GSR)** è il gestore delle **14 stazioni ferroviarie di Alta Velocità più grandi d'Italia**, al centro delle 11 maggiori città della Penisola, una collezione di icone dell'architettura e della storia italiana che rappresenta il network con più alto flusso di visitatori a livello europeo. Attraversate ogni anno da **750 milioni di viaggiatori, turisti e visitatori**, le stazioni sono il primo punto di contatto di chi arriva nelle nostre città e rappresentano un inestimabile patrimonio.

GSR contribuisce tutti i giorni alla trasformazione delle stazioni in grandi piazze urbane dove la bellezza, lo shopping e le eccellenze gastronomiche si incontrano

in un ambiente confortevole e sociale, per offrire ai visitatori opportunità uniche di conoscere, incontrarsi e sviluppare nuove opportunità di business e comunicazione.

Ponendo sempre al centro il comfort dei viaggiatori, **GSR offre un'esperienza di alta qualità con servizi innovativi e dedicati a soddisfare le esigenze di chi ama muoversi, visitare e sperimentare.**

<sup>1</sup> GLA (Gross Leasable Area): comprende tutta l'area in cui un'attività commerciale svolge la propria attività, non solo di vendita ma anche di ricezione merce (magazzino) o produzione (laboratorio).

## La nostra storia

**Grandi Stazioni Retail nasce nel 2016** dal processo di scissione e vendita di Grandi Stazioni SpA, società del Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane. Acquisita dalla cordata costituita dal fondo infrastrutturale francese Antin, dall'imprenditore italiano Maurizio Borletti e da Icamap. Alla società è affidato in **esclusiva il diritto di utilizzo commerciale e pubblicitario delle 14 principali stazioni ferroviarie italiane**, al centro delle 11 più importanti città del Paese. La società ha da subito caratterizzato il suo operato facendo leva su un **nuovo modello gestionale basato su un concept innovativo degli spazi** delle principali stazioni ferroviarie italiane. Negli anni, Grandi Stazioni Retail ha contribuito in maniera significativa a rinnovare l'immagine e la funzione delle grandi stazioni, che rappresentano un inestimabile patrimonio storico ed architettonico e, al tempo stesso, cuore della mobilità

sostenibile, coniugando tradizione e innovazione. Inoltre, per il massimo sviluppo e integrazione del business temporary, nel 2018 è stata portata a termine **l'acquisizione della società Retail Group**, specializzata nel commercio di transito, con particolare riguardo alla **commercializzazione e promozione dei temporary shop** del medesimo circuito GSR. Retail Group gestisce direttamente oltre **50 punti vendita** all'interno del perimetro delle stazioni proponendo un'offerta commerciale temporanea di locali ad alto flusso di persone.

In un ampio disegno di trasformazione e di ripensamento organico dell'intero network, nell'ultimo triennio **GSR ha investito complessivamente oltre 100 milioni di euro per importanti interventi di riqualificazione** come quelli a Milano Centrale, a Torino Porta Nuova, a Napoli Centrale e a Roma Termini con l'obiettivo di creare spazi sociali, sicuri e confortevoli.

## oltre € 80M di investimenti

 ROMA TERMINI	<b>Roma Termini</b> investimento <b>€30m</b>	 MILANO CENTRALE	<b>Milano Centrale</b> investimento <b>€16m</b>
 TORINO PORTA NUOVA	<b>Torino P. Nuova</b> investimento <b>€20m</b>	 NAPOLI CENTRALE	<b>Napoli Centrale</b> investimento <b>€15m</b>

Gli interventi attuati e in via di realizzazione nelle stazioni fungono da amplificatore per migliorare e sviluppare il tessuto urbano che le circonda e per rafforzare un dialogo con le città, portando allo stesso tempo un grande vantaggio competitivo e di visibilità per i brand che le scelgono.



Il nostro network

Le stazioni sono degli importanti punti di riferimento, edifici che dal punto di vista storico, artistico e di posizione rappresentano il cuore pulsante della città di cui fanno parte, nonché presente e futuro della mobilità sostenibile.



**ROMA TERMINI**

**Roma Termini:**  
 è 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 dove confluiscono le linee metro, alla nuovissima Terrazza affacciata sui binari. La sua vitalità ed energia hanno fatto da sfondo a centinaia di film ed eventi e continuano a ispirare anche nuovissime start up del panorama nazionale e mondiale.

**MILANO CENTRALE**

**Milano Centrale:**  
 fondamentale snodo per l'Alta Velocità nel nord del Paese e per i collegamenti con l'Europa, è la seconda stazione italiana per grandezza e traffico. Definita da Frank Lloyd Wright come la "Stazione più bella del mondo", amatissima dai milanesi e contraddistinta dalla grandiosa facciata larga 200 metri e alta 50, dalle spettacolari tettoie in ferro progettate dall'ingegnere Alberto Fava, con una luce libera dell'arcata principale di 72 metri, e dai due cavalli alati che, dalla sommità, accolgono cittadini e viaggiatori.



**Napoli Centrale:**

il principale raccordo tra nord e sud Italia. Tra gli elementi strutturali che contraddistinguono la stazione, le "piramidi", i motivi triangolari che caratterizzano il tetto sono ormai entrate nell'immaginario collettivo della città tanto da diventare spesso location di film, spot e videoclip. Il motivo architettonico è stato infatti reso famoso dalla grande Mina che in un Carosello, cantava "Se telefonando" proprio tra le piramidi della Stazione di Napoli.



**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, Torino Porta Nuova incarna a pieno il dinamismo della città e ne costituisce un importante simbolo: «un salotto» da vivere e dove incontrarsi per i torinesi e una «porta/monumento» per chi arriva.



**Firenze Santa Maria Novella:**

rappresenta uno dei fulcri dello spostamento principali del Centro Italia e uno degli edifici recenti di maggior rilievo architettonico, capolavoro del razionalismo, la stazione fu inaugurata nel 1935. I rivestimenti esterni riprendono i materiali e i colori della città, mentre l'interno ospita opere di valore come le sculture di Italo Griselli e le pitture di Ottone Rosai e Mario Romoli.



**Bologna Centrale:**

si trova al centro delle più importanti direttrici che uniscono il Paese, ponendosi come principale crocevia della Penisola e importante snodo per l'alta velocità grazie alla nuova stazione sotterranea AV inaugurata nel 2013.



**Roma Tiburtina:**

due atri principali, uniti da un'enorme galleria di cristallo sospesa sopra i binari e da una piazza ipogea accogliente. La nuova Stazione Tiburtina, progetto dello studio ABDR di Paolo Desideri, inaugurata nel 2011 è una delle più recenti realizzazioni ferroviarie del nostro paese.



**Venezia Santa Lucia:**

grazie al posizionamento unico 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 ed il resto del mondo.



**Venezia Mestre:**

posta al confine tra i nuclei urbani di Mestre e di Marghera, è il raccordo principale del Nord-Est con il resto d'Italia e collega tutte le direttrici principali con Venezia e le città del Triveneto. Oggi si presenta confortevole e ricca di servizi per viaggiatori e residenti.



**Verona Porta Nuova:**

dall'architettura particolare che gioca su dislivelli, dispone di un'isola centrale interamente dedicata a servizi commerciali. È stata distrutta dai bombardamenti durante la Seconda Guerra Mondiale, per poi essere ricostruita con una struttura simile ma esteticamente diversa.



**Genova Piazza Principe:**

è la Stazione principale della Liguria e della città, snodo del trasporto urbano, extraurbano e turistico, grazie anche alla vicinanza con il Porto.



**Genova Brignole:**

sorge alle falde del Colle Montesano, nella piazza omonima dalla quale prende il nome. Venne realizzata in occasione dell'esposizione mondiale del 1905 su progetto dell'ingegnere Giovanni Ottino.



**Bari Centrale:**

tipica stazione di transito e principale 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:**

è il crocevia principale della Sicilia, unendo 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.

## Il percorso di GSR per integrare la sostenibilità

Dal 2019, **Grandi Stazioni Retail ha avviato il suo percorso lungo i binari della sostenibilità**, ponendo le basi per favorire una cultura aziendale e un vocabolario su questi temi condivisi e un maggior senso di appartenenza. Un viaggio che parte da un processo di condivisione per la co-generazione di idee, dalla scoperta dei trend del mercato e delle azioni principali che è possibile mettere in campo.

### STREAM: Stations To Respect Environment and Change Mindset

Questo importante percorso è stato avviato con il **progetto STREAM** (Stations To Respect Environment and Change Mindset), un primo passo verso il coinvolgimento interno che, attraverso un contest di idee, aveva l'**obiettivo di raccogliere spunti per massimizzare il contributo dell'azienda in termini di sostenibilità a partire dai contributi di tutta la popolazione aziendale**. Partito a dicembre del 2019 ha coinvolto, su base volontaria, circa 40 persone da tutte le funzioni del Gruppo suddivise in 4 gruppi di lavoro, STREAM si è concluso digitalmente durante il lockdown. Il progetto, finalizzato al potenziamento delle performance di sostenibilità, ha fatto leva sull'**empowerment delle persone per la creazione di una cultura interna condivisa**. Ha affrontato diversi temi: dal business responsabile, alla sicurezza e dalla mobilità e economia circolare, al cambiamento climatico. Durante il percorso sono stati utilizzati strumenti innovativi come il metodo del Design Thinking per la generazione e la selezione di idee concrete, poi giudicate da una giuria di esperti, e alcuni dei principali strumenti di sperimentazione tipici delle startup, come il Business Model Canvas e le tecniche per la costruzione di un Pitch di presentazione perfetto. **I risultati del percorso STREAM si sono concretizzati in diverse iniziative**, tra cui il progetto vincitore Good food. Avviato con lo scopo di combattere lo spreco alimentare, vede GSR agire come intermediario tra gli operatori della ristorazione e del food presenti nelle

stazioni e Too Good to Go, una realtà presente in 15 Paesi d'Europa, negli Stati Uniti e in Canada che conta ad oggi oltre 62 milioni di iscritti impegnati nella lotta allo spreco alimentare. I risultati dell'iniziativa nelle stazioni nel corso del 2022 sono promettenti: **10.849 pasti salvati con un risparmio di oltre 27.000 kg di CO2.**<sup>2</sup>

### Sustainability Bootcamp

Avviato nel corso del 2020 e concluso nel 2021, il **Sustainability Bootcamp ha posto le basi per la definizione del piano di sostenibilità di GSR**. Nel corso di 4 workshop da 4 ore ciascuna, il management di GSR ha acquisito tutte le conoscenze, abilità e competenze necessarie per progettare un percorso di transizione sostenibile «a prova di futuro» della propria organizzazione. L'obiettivo finale era infatti di raccogliere stimoli utili e costruire insieme il primo Piano di sostenibilità di GSR che fosse articolato in un sistema di target e indicatori quantitativi e che tenesse conto delle proposte progettuali sviluppate dai gruppi di lavoro nel corso di STREAM.

### Il piano di sostenibilità GSR

La definizione degli obiettivi del **piano di sostenibilità di GSR**, avviata nel 2021 durante il Sustainability Bootcamp e finalizzata nel 2022, dimostra l'importanza per l'azienda di stabilire un piano per la misurazione e il miglioramento delle proprie performance di sostenibilità. La definizione degli obiettivi è stata raggiunta grazie ad una collaborazione tra le diverse funzioni aziendali e al **dialogo costante tra i membri del top management dell'azienda**, allo scopo di **migliorare l'impegno di GSR nel creare un impatto positivo sull'ambiente, sulle persone e sulla società** attraverso le proprie attività.

<sup>2</sup> Dati forniti da Too Good To Go.

## I 10 obiettivi al 2025 per migliorare la sostenibilità di GSR:

### Nelle relazioni commerciali

Vantaggio commerciale per palinsesti pubblicitari con brand e prodotti che sostengono la transizione sostenibile

3% del palinsesto riservato a no-profit che sostengono la transizione sostenibile

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

100% tenant food coinvolto in iniziative contro lo spreco alimentare

### Nella 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

### Negli spazi gestiti

0 emissioni di CO<sub>2</sub>, grazie all'acquisto di energia 100% rinnovabile e l'utilizzo di mezzi di trasporto aziendali sostenibili

Riduzione di consumi energetici delle attività di Gruppo grazie a interventi di efficientamento

100% dei rifiuti correttamente smaltiti grazie alla creazione di appositi spazi e a attività di sensibilizzazione

75% nuovi lavori e nuovi arredi GSR/RG sostenibili, come da linee guida definite per i tenant

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

**Le priorità al 2023:**

**nello sviluppo delle persone**

100% del personale coinvolto in percorsi di educazione alla sostenibilità attraverso formazione specifica

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

Coinvolgimento dei dipendenti in iniziative di volontariato, impegnando fino a 4 giornate retribuite all'anno

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

**Analisi di materialità**

Nel 2022 GSR ha dato il via al progetto per la realizzazione del suo **primo bilancio di sostenibilità**, attraverso il quale fornire in modo trasparente ai suoi stakeholder informazioni sulla governance, l'etica del business e le performance economico-finanziarie dell'azienda, ma anche su temi specifici selezionati in base agli impatti più significativi sull'azienda e i suoi stakeholder. In linea con quanto suggerito dagli Standard GRI e dal futuro standard unico europeo di rendicontazione di sostenibilità sviluppato dall'European Financial Regulation Advisory Group (EFRAG), GSR ha condotto un'analisi di materialità, per identificare gli argomenti più importanti in termini economici, sociali e ambientali, e i relativi impatti positivi e negativi, attuali e potenziali, generati e subiti, connessi alle proprie attività e alla propria catena del valore.

**LA CATENA DEL VALORE DI GSR**



**Affitto degli spazi:** attività di retail e di comunicazione attraverso gli spazi pubblicitari.



**Gestione degli spazi:** azioni per la salvaguardia e l'integrità dei propri asset.



**Utilizzo degli spazi:** fruizione degli spazi da parte dei tenant e degli investitori media.



**Consumo:** fruizione dei servizi offerti da GSR e dai tenant.

Tali impatti sono stati oggetto di una valutazione tecnica, orientata a misurarne la significatività attraverso indicatori come la portata, il perimetro geografico, il grado di irrimediabilità e la probabilità di accadimento. Per testare gli impatti, GSR ha incontrato **15 rappresentanti delle diverse categorie di stakeholder dell'azienda (Azionisti, Banche e Assicuratori, Clienti, Comunità, Enti istituzionali, Fornitori, Tenant, Persone di GSR), raccogliendo i loro punti di vista** e integrando le loro esperienze e competenze **per definire l'impatto dei temi materiali**. Grazie a questo incontro, GSR ha potuto confrontarsi con le aspettative del contesto in cui opera e trasformarle in una spinta per lo sviluppo

sostenibile. **Partendo da un elenco di 16 potenziali temi rilevanti, GSR ha identificato 9 temi materiali prioritari.**

**IL RISULTATO**

È un'analisi completa degli impatti connessi alle attività GSR che, in un momento storico senza precedenti, si sono rivelati più significativi per l'azienda e gli stakeholder, con lo scopo ultimo di permettere una riflessione tanto sul presente quanto sul futuro, orientando impegni ed iniziative laddove il potenziale d'azione è maggiore.

**Temi materiali**



1. Asset e spazi efficienti, accessibili e sicuri				
2. Esperienza positiva per tutti i visitatori				
3. Riqualficazione e valorizzazione degli asset e del territorio				
4. Impronta ambientale dei negozi e temporary store				
5. Sviluppo e valorizzazione delle proprie persone				
6. Engagement e buona comunicazione interna				
7. Etica dei media ed educazione alla sostenibilità				
8. Qualità del lavoro, benessere, salute e sicurezza				
9. Efficienza energetica e approvvigionamento dell'energia				
10. Selezione e gestione dei fornitori				
11. Qualità e sicurezza dei servizi				
12. Diversità, inclusione e promozione della parità di genere				
13. Economia circolare				
14. Mitigazione e adattamento al cambiamento climatico				
15. Cybersecurity e protezione virtuale				
16. Anticorruzione, conflitti d'interesse e mediazione				

## 02

## LE SFIDE DELLA SOSTENIBILITÀ

**Le stazioni sono una parte integrante del paesaggio urbano e rappresentano i cuori pulsanti delle città**, fornendo l'accesso a una comoda modalità di trasporto per i passeggeri e fungendo da punto di incontro e luogo di socializzazione.

Con la pandemia da COVID-19 e a causa della necessità di limitare la diffusione del virus, il settore dei trasporti è stato impattato significativamente. Pur senza mai fermarsi del tutto<sup>3</sup>, il 2020 ha visto infatti, un calo del 49% dei passeggeri-km sulla rete ferroviaria. Due anni dopo la vitalità delle stazioni è tornata alla normalità, **gli spostamenti sono in grande ripresa con un aumento del 269% della domanda di trasporto passeggeri sui treni Alta Velocità** rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente<sup>4</sup>.

Il rilancio del traffico nelle stazioni italiane rappresenta un passo importante verso un futuro più sostenibile e connesso e conferma come queste giochino un ruolo cruciale sia a livello sociale che ambientale, supportando la crescita e la prosperità delle comunità locali e offrendo una forma di trasporto sostenibile.

## Stazioni sostenibili

Lo sviluppo della sostenibilità nelle stazioni ferroviarie sta diventando sempre più importante a livello mondiale. Secondo l'OCSE, i passeggeri per km diventeranno 122 trilioni entro il 2050, quasi il triplo rispetto ai 44 trilioni del 2015, e le ferrovie extraurbane saranno il mezzo di trasporto che crescerà più rapidamente entro il 2030<sup>5</sup>.

**Il trasporto ferroviario è uno dei sistemi più**

**efficienti dal punto di vista energetico e meno impattanti in termini di emissioni climalteranti.**

In Europa, pur coprendo il 13% delle merci e il 7% dei passeggeri, è responsabile solo dello 0,4% delle emissioni di CO2 e il 2% dei consumi energetici riconducibili al settore. Le emissioni di CO2 di un viaggiatore che utilizza il treno sono mediamente il 75% in meno rispetto a quanto emesso se avesse usato l'aereo e il 60% in meno rispetto all'automobile. Una delle soluzioni più interessanti per combinare risparmio energetico e abbattimento delle emissioni sono i treni a idrogeno, che potrebbero raggiungere il 20% delle quote del mercato entro il 2030<sup>6</sup>.

L'alto potenziale della sostenibilità nella rete ferroviaria è stato premiato anche dalle istituzioni europee che sostengono l'accelerazione e la modernizzazione per dare un'alternativa più sostenibile ai mezzi di trasporto meno efficienti. Tra gli **obiettivi al 2050 l'Unione Europea vuole trasferire il 50% del trasporto di passeggeri nel medio raggio (da 300 km e oltre) su rotaia** e il 50% del trasporto via gomma delle merci su ferro e vie d'acqua<sup>7</sup>.

## La mobilità e accessibilità in Italia

La mobilità in Italia sta attraversando un periodo di profonde trasformazioni, che può rappresentare un'opportunità di indirizzo verso un trasporto più sostenibile, innovativo e sicuro<sup>8</sup>.

Come dimostrano i dati del 2021 sugli spostamenti degli italiani, **la mobilità urbana rappresenta la forma**

<sup>3</sup>ISFORT (2021): 18° Rapporto sulla mobilità degli italiani.

<sup>4</sup>Autorità di Regolazione dei Trasporti (2022): IX Relazione annuale.

<sup>5</sup>OCS (2019): ITF Transport Outlook 2019.

<sup>6</sup>AEA (2021): Trasporto motorizzato: qual è la soluzione più verde?

<sup>7</sup>Commissione Europea: Rassegna stampa.

<sup>8</sup>Ministero delle infrastrutture e della mobilità sostenibili (2022): Mobilità e logistica sostenibili.

**più registrata, coprendo il 70,6% dei viaggi.** Questa risulta dominata dalla componente pedonale, seguita dalla micro-mobilità (biciclette, scooter e monopattini), mentre il trasporto pubblico e l'auto rappresentano una quota relativamente bassa della domanda. I numeri del trasporto pubblico italiano, infatti, sono inferiori al resto d'Europa. L'Italia può contare su meno del 40% dei km della dotazione di metropolitane rispetto alla media dei principali Paesi europei, su **meno del 48% della dotazione di reti tranviarie e sul 50% di quelle ferroviarie suburbane.** Su Milano e Roma si evidenzia, invece, una forte crescita dei noleggi dei servizi di sharing; tenendo in considerazione le auto, gli scooter, i monopattini e le biciclette a pedalata assistita, si raggiunge il 95% di veicoli elettrici<sup>9</sup>. **Per la mobilità extraurbana di medio o lungo raggio, lo scenario è dominato dall'auto,** che soddisfa dall'80 all'87% della domanda, mentre il trasporto pubblico rappresenta solo l'8,3% dei viaggi.

In calo rispetto al 2010, questo dato è sicuramente influenzato dalla crisi sanitaria che ha dato il via a un declino degli indici di soddisfazione per i mezzi di trasporto pubblici, allargando ulteriormente la forbice di utilizzo tra i mezzi individuali e i mezzi collettivi<sup>10</sup>. Un ulteriore ostacolo allo sviluppo della mobilità pubblica è l'accessibilità dei trasporti in Italia, soprattutto con il progressivo invecchiamento della popolazione. Infatti, sono circa 3 milioni gli italiani costretti a casa a causa di barriere architettoniche che impediscono la piena raggiungibilità dei servizi alle persone con disabilità<sup>11</sup>, mentre sono oltre **7 milioni le persone in Italia** con almeno 75 anni di età<sup>12</sup> e **la cui mobilità è condizionata dalla qualità e dall'accessibilità dei servizi.** La transizione verso una mobilità sostenibile richiede un impegno sistemico per garantire non solo la riduzione delle emissioni ma anche la piena l'accessibilità a tutti.

Mobilità, Milano Centrale



<sup>9</sup> ISFORT (2021): 19° Rapporto sulla mobilità degli italiani.  
<sup>10</sup> Ibidem.

<sup>11</sup> Centro servizi informativi per la disabilità (2023).  
<sup>12</sup> Istat (2019): conoscere la disabilità.

## Riqualficazione urbana

La diminuzione di disponibilità degli spazi edificabili e la necessità di integrare aree verdi all'interno dei centri urbani, oltre alle previsioni di aumento della popolazione delle aree urbane secondo cui il 65% dell'umanità si sposterà verso le città entro il 2050<sup>13</sup>, sta ponendo sempre più in evidenza la questione della riqualficazione urbana. In questo contesto, **le stazioni ferroviarie possono giocare un ruolo chiave grazie all'esteso patrimonio immobiliare e paesaggistico che detengono.** Oltre all'utilizzo delle sedi ferroviarie e stazioni come luogo per attività sociali è possibile sfruttare alcuni spazi inutilizzati per un'ulteriore a valorizzazione del territorio. Ad esempio, Rete Ferroviaria Italiana (RFI) ha trasformato 496 chilometri di linee dismesse in percorsi ciclabili e greenways<sup>14</sup>. La riqualficazione delle stazioni ferroviarie e delle zone a loro limitrofe rappresenta un'opportunità di trasformazione urbana e di benessere della comunità e un'occasione per trattare diverse tematiche sociali importanti, come **il sostegno ai senzatetto, lavorando in collaborazione con il terzo settore per trovare soluzioni più dignitose per la persona.** Nel 2021, in Italia erano circa 5,6 milioni le persone in stato di povertà assoluta<sup>15</sup>, di cui 1,4 milioni di bambini. I numeri sono in aumento, con un +7,7% di persone che hanno chiesto aiuto agli enti dedicati del terzo settore rispetto all'anno precedente. Gli interventi maggiormente richiesti alle associazioni che operano a supporto di queste fasce di popolazione in difficoltà economica riguardano principalmente l'erogazione di beni e servizi materiali (74,7%), seguiti da attività di ascolto (7,5%), accoglienza (7,4%), sussidi economici (4,6%), sostegno socio-assistenziale (2,2%) e interventi sanitari (1,5%)<sup>16</sup>.

<sup>13</sup> Asvis (2018): Goal 11.  
<sup>14</sup> RFI (2022): Nuovo Piano Commerciale di Rete Ferroviaria Italiana.  
<sup>15</sup> Povertà assoluta: le famiglie e le persone che non possono permettersi le spese minime per condurre una vita accettabile.  
<sup>16</sup> Centri di Ascolto Caritas (2022): Rapporto povertà Caritas.  
<sup>17</sup> ThinkwithGoogle (2022): Tendenze e insight di consumo.  
<sup>18</sup> EY (2022): Future Consumer Index 2022.  
<sup>19</sup> Altroconsumo (2022): Inchiesta comportamenti sostenibili.

## Orientamento dei consumatori alla sostenibilità

L'importanza dello sviluppo sostenibile si estende anche all'interno alle stazioni: oggi **sono i consumatori a chiedere prodotti più sostenibili che possano contraddistinguersi per una forte componente valoriale.** La pandemia COVID-19 ha accentuato la consapevolezza ambientale tra i consumatori e ha trasformato la sostenibilità in un valore personale fondamentale anche in Italia<sup>17</sup>: **la priorità assegnata ai temi legati alla tutela dell'ambiente è aumentata al 35% rispetto al 17% dei mesi di pandemia**<sup>18</sup>. Anche se la preoccupazione per il clima geopolitico e la finanza sono aumentate, la sostenibilità rimane una priorità per gli italiani, con quasi **1 italiano su 2 disposto a pagare di più per prodotti con un minore impatto ambientale**<sup>19</sup>. Tuttavia, **l'adozione di comportamenti sostenibili incontra alcuni ostacoli.** Una survey condotta da BCG su 19.000 consumatori in Stati Uniti, Giappone, Germania, Francia, Italia, Cina, India e Brasile ha evidenziato come **la preoccupazione dei consumatori per la sostenibilità non sia proporzionale all'impegno nei comportamenti d'acquisto**<sup>20</sup>. Solo una minoranza di consumatori, tra l'1% e il 7%, ha scelto di pagare un premio per prodotti sostenibili. La motivazione principale dietro questi risultati è la percezione limitata della propria capacità di influire sul mercato: solo il 20% degli intervistati si sente in grado di mettere in moto un cambiamento con il proprio comportamento d'acquisto. Anche **la diffusione del greenwashing complica ulteriormente le scelte dei consumatori sostenibili.** La Commissione europea ha condotto un esame annuale dei siti web per rilevare violazioni sul mercato, scoprendo che nel 42% dei casi le affermazioni sulle prestazioni sostenibili dei prodotti o servizi sono esagerate, false o fuorvianti, rendendo più complesso per i consumatori identificare prodotti veramente sostenibili<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> BGC (2022): Climate and sustainability consumer survey.  
<sup>21</sup> European Commission: Screening of websites for 'greenwashing': half of green claims lack evidence (2021).

## L'importanza delle persone

Il mercato del lavoro sta attraversando una fase di transizione anche a causa della Great Resignation, fenomeno globale che vede una crescita nei numeri di persone che decidono di lasciare il proprio lavoro. In Italia più di un lavoratore su due sta cercando un nuovo posto di lavoro o inizierà a farlo<sup>22</sup>, rappresentando così una sfida per le aziende che devono ricercare e attrarre nuovi talenti<sup>23</sup>. **La maggior parte delle organizzazioni, infatti, ha difficoltà a trovare talenti adatti al prezzo giusto e con sufficiente rapidità.** Di fronte a profonde e rapide trasformazioni, ciò che non cambia sono i bisogni fondamentali delle persone, come trovare una fonte di appartenenza e identificazione nel lavoro, sentirsi riconosciuti, valorizzati e sicuri. **Le persone cercano flessibilità lavorativa sia in termini di orari che di luogo, e vedono il lavoro come un'occasione per nuove esperienze e crescita personale e professionale**<sup>24</sup>.

Tuttavia, i risultati di un'indagine recente suggeriscono che spesso le aziende e i dipendenti non parlano la stessa lingua e molte delle preoccupazioni dei dipendenti non vengono ascoltate o interpellate dall'organizzazione. La crisi economica, le dimissioni, la salute mentale, le scarse opportunità di apprendimento e il non essere ascoltati sono alcune delle preoccupazioni nella mente dei lavoratori<sup>25</sup>.

**La pandemia ha ampliato le disuguaglianze, con un aumento della disoccupazione, soprattutto tra le donne.** Nonostante un aumento della partecipazione femminile al mercato del lavoro in UE, le donne guadagnano ancora il 14% in meno rispetto agli uomini e solo il 49% delle donne italiane lavora<sup>26</sup>. Questo è dovuto anche alla mancanza di un sistema di welfare che permetta loro di dedicare alla carriera le stesse energie

<sup>22</sup> Ranstad (2022): Workmonitor 2022.

<sup>23</sup> Fonte: CaffèinaSparks 2021, Aidp, l'Associazioneitalianadirezionepersonale2022.

<sup>24</sup> Ranstad (2023): Workmonitor 2023.

<sup>25</sup> Culture Amp, 2022, «The 5 biggest concerns of the European workforce in 2022».

<sup>26</sup> Eurostat (2021) – Gender Pay Gap.

e continuità degli uomini<sup>27</sup>. L'Italia risulta infatti tra i peggiori Paesi in Europa, 25° su 35, quando si misura il divario di genere in termini di partecipazione economica e politica, salute e livello di istruzione<sup>28</sup>. Flessibilità, lavoro ibrido, salute e sicurezza, sviluppo professionale con un focus sulla chiusura del gap di genere, formazione e percorsi di crescita sono le tematiche più importanti che le persone cercano nel posto di lavoro. Il 75% dei knowledge worker in Italia si aspetta di poter trovare nell'ambito del lavoro una maggiore flessibilità<sup>29</sup>. I lavoratori chiedono più smart working ma i datori di lavoro sono preoccupati: un lavoratore su tre sarebbe disponibile a rinunciare a un aumento di stipendio in cambio di un maggior controllo sul proprio orario di lavoro, mentre il 72% dei manager sono preoccupati del potenziale deterioramento della cultura aziendale<sup>30</sup>.

## Formazione e sviluppo delle persone

**La formazione e lo sviluppo professionale sono fattori chiave per il successo sia delle persone che delle aziende.** Il mismatch delle competenze, ovvero la mancata corrispondenza tra le competenze richieste dalle aziende e quelle effettivamente in possesso dei lavoratori, rappresenta una minaccia per l'economia mondiale, con una perdita di PIL che raggiunge 8 trilioni di dollari, il 6% del prodotto interno lordo. Secondo le previsioni, **entro il 2025 la perdita di produttività potrebbe raggiungere l'8% in uno scenario ottimista e l'11% in uno scenario pessimistico**<sup>31</sup>.

La tecnologia e la digitalizzazione stanno causando una dirompente trasformazione in ogni settore, e il mondo post Covid-19 ha acuito questa tendenza. In questo contesto, è sempre più importante che le persone sviluppino competenze per il futuro, per garantire la sostenibilità e la competitività delle aziende e dei

<sup>27</sup> Governo Italiano (2021) - Le dichiarazioni programmatiche del Presidente Draghi.

<sup>28</sup> World Economic Forum (2022): Global Gender Gap Index.

<sup>29</sup> Rielaborazione The European House Ambrosetti da Gartner «Future of Hybrid Work» Ranstad.

<sup>30</sup> Mercer: «Global Talent Trends Study 2022: La nascita dell'azienda elastica e sostenibile» (2022).

<sup>31</sup> Boston Consulting Group, 2020, «Alleviating the Heavy Toll of the Global Skills Mismatch».

lavoratori<sup>32</sup>. Secondo il World Economic Forum, entro il 2025 il 50% dei dipendenti dovrà riqualificarsi o formarsi, per soddisfare le esigenze del mercato del lavoro in evoluzione<sup>33</sup>.

**Oggi le aziende riscontrano una carenza significativa di competenze interne, con il 98% delle organizzazioni che segnala questo problema**<sup>34</sup>. La soluzione più efficace spesso non è la ricerca di nuovi talenti ma l'investimento

nello sviluppo delle proprie persone. Uno studio condotto dall'Istituto Gallup ha rilevato che una formazione continua produce un aumento medio del 14-29% dei profitti e una riduzione del 72% del turnover, oltre a un incremento del 9-15% dell'engagement dei dipendenti.

## Un momento dedicato alla formazione



<sup>32</sup> World economic forum (2022):Davos 2022, questo è il futuro del lavoro.

<sup>33</sup> WEF (2020): Future of Jobs 2020.

<sup>34</sup> Mercer: «Global Talent Trends Study 2022: La nascita dell'azienda elastica e sostenibile» (2022).

# 03

## LA STAZIONE È UN'AGORÀ

### Le stazioni si trasformano

[GRI 201-1; 203-1]

**168 milioni**  
Valore economico generato nel 2022

**143 milioni**  
Valore economico distribuito nel 2022

**+24.300**  
Metri quadrati ristrutturati e riqualificati nel triennio nelle quattro principali stazioni

Le stazioni del sistema di Grandi Stazioni Retail rappresentano un'opportunità per migliorare e sviluppare il tessuto urbano che le circonda. **A meno di tre chilometri da una stazione vive e lavora oltre metà degli italiani**, c'è la quasi totalità degli atenei e dei dipartimenti universitari, una variegata concentrazione di servizi e imprese, monumenti e spazi per la salute, la cultura, lo svago e lo sport.

Grandi Stazioni Retail si impegna a creare esperienze sempre più confortevoli e arricchenti, attraverso **investimenti e progetti per la rigenerazione** degli spazi urbani. Grazie agli **interventi attuati e in via di realizzazione** GSR ha contribuito a trasformare le grandi stazioni italiane in nuove piazze favorendo lo sviluppo

locale e rafforzando un dialogo serrato con le città e i quartieri che le circondano.

**GSR vuole favorire lo sviluppo sostenibile del territorio**, con l'obiettivo di contribuire attivamente alla prosperità economica e sociale delle comunità in cui opera, non solo attraverso la valorizzazione delle stazioni, ma anche attraverso **l'opportunità di creare nuovi posti di lavoro e l'offerta di nuove esperienze culturali e di intrattenimento**.

Nel 2022, il valore generato dalle attività di GSR è stato pari a 167.866.728 euro, il 85% di questo è stato ridistribuito tra i dipendenti (11%), fornitori (68%) e i fornitori di capitale (13%).



Un progetto di rigenerazione urbana



### GRI 201-1: Valore generato e distribuito da GSR, valori in Euro

	2022	2021	2020
Valore economico generato	167.866.728	121.750.324	116.564.347
Valore economico distribuito	142.829.960	105.074.084	105.772.939
Costi operativi	97.444.899	73.850.138	74.198.660
Valore distribuito ai dipendenti	14.982.220	13.970.368	12.925.064
Valore distribuito ai fornitori di capitale	18.885.738	19.187.208	21.739.132
Valore distribuito alla P.A.	11.517.103	1.933.631	3.089.916
Valore economico trattenuto	65.256.768	16.676.240	10.791.407

#### Per la comunità

#### Dall'emergenza sanitaria all'emergenza umanitaria

Durante l'anno della pandemia, GSR si è dedicata a **supportare le persone, i propri dipendenti e i partner commerciali all'interno delle stazioni ferroviarie**. Numerose iniziative sono state messe in atto, come la **somministrazione gratuita e volontaria dei test covid e la fornitura di presidi di protezione per i dipendenti**. Anche gli store hanno ricevuto attenzione, grazie alla creazione di una app per il click&collect e la vendita in totale sicurezza, ma anche attraverso webinar e costanti attività di comunicazione per monitorare la situazione e tracciare insieme la strada da seguire.

Le stazioni, oltre al contributo durante la crisi sanitaria, hanno anche **fornito assistenza all'inizio dell'invasione russa in Ucraina**. In previsione degli arrivi previsti di profughi ucraini, GSR ha concesso in comodato d'uso gratuito alla Regione Lombardia lo spazio di via Mortirolo presso la stazione centrale di Milano, oltre **3.500 m², da adibire all'accoglienza** dal 18 marzo al 30 settembre 2022, riuscendo a dare una risposta tempestiva all'emergenza Ucraina. Inoltre, sono stati messi a disposizione della Croce Rossa Italiana spazi di comunicazione per una prima e immediata raccolta fondi.

Per dare il proprio contributo alla ripresa del Paese, GSR ha deciso di avviare **lavori di riqualificazione nelle stazioni** di Roma Termini, Milano Centrale, Torino Porta Nuova e Napoli Centrale durante i mesi più difficili della pandemia.

#### Per la rigenerazione urbana

#### Roma Termini

Roma Termini è la più grande stazione d'Italia in termini di grandezza e flussi, con **più di 500.000 visitatori giornalieri e oltre 170 attività commerciali**. Negli ultimi tre anni, GSR ha **investito più di 16 milioni di euro** nel rinnovo e nella riqualificazione di una superficie di circa 13.400 m². La metamorfosi di Termini si articola in un intervento complesso e strutturato che riguarda tutto l'edificio di stazione e che ha come faro guida il comfort dei visitatori: nuovi percorsi, illuminazione, servizi, wayfinding e offerta commerciale, senza dimenticare l'enorme sforzo per la valorizzazione dei resti archeologici che fanno di Termini una stazione unica al mondo.

Il progetto prevede la riorganizzazione dei flussi pedonali e lo spostamento in posizione centrale del varco di passaggio alla zona binari rispetto all'ingresso di Piazza dei Cinquecento, intervento questo che favorirà l'orientamento dei viaggiatori. Nella galleria principale (cosiddetta gommata) sono state realizzate due grandi asole che hanno creato una connessione visiva tra il piano binari e quello del "Forum" al piano interrato, prima completamente ipogeo. Il piano interrato è stato completamente rivisitato grazie alla sostituzione dei controsoffitti, dell'illuminazione, delle vetrine e dei pavimenti sui quali sono stati installati percorsi loges di ultima generazione per facilitare gli spostamenti in autonomia dei disabili visivi.

Nella galleria gommata sono state modificate le facciate commerciali esistenti con vetrate a tutta altezza e modificati i temporary box per valorizzare la spazialità complessiva dell'area. Sono stati completamente risanati e riqualificati gli spazi in fondo alla galleria gommata - lato via Marsala - particolarmente ammalorati dal trascorrere degli anni.

Tra gli esempi più significativi di questa riqualificazione c'è sicuramente **"Mignon alle Mura"**, uno spazio concepito per valorizzare con discrezione le **vestigie archeologiche delle Mura Serviane** restituite dopo anni allo sguardo dei visitatori e della Città.

Tutti i lavori, dalla fase progettuale fino alla realizzazione, rispettano i criteri fondamentali della sostenibilità, anche attraverso la scelta di materiali riciclabili e tecnologie per il risparmio energetico. Viene posta massima attenzione anche in fase di demolizione per la corretta differenziazione dei materiali di risulta ed il loro riciclo. L'efficienza energetica, il contenimento dei consumi e la riduzione delle emissioni nocive, caratterizzano gli spazi dalle fasi di cantiere fino all'utilizzo finale delle location commerciali.

Roma Termini



## Milano Centrale

La più grande stazione di Milano, che conta **tutti i giorni 326.000 visite**, nell'ultimo triennio è stato **teatro di molti progetti e investimenti** per GSR.

Primo tra tutti l'apertura di **"Mercato centrale Milano"**, un grande polo del cibo già presente a Firenze, Roma e Torino. Inaugurato ad aprile 2020 ospita **25 botteghe del gusto** con una selezione di offerte gastronomiche del territorio locale, regionale e nazionale, distribuite su oltre **4.500 m²**. Ma Mercato Centrale è soprattutto un grande esempio di rigenerazione urbana: nei suoi spazi trasformati e aperti alla condivisione c'erano uffici dimenticati e chiusi da oltre vent'anni e ora restituiti alla città per creare dialogo e unione con il quartiere e la città. Per questo progetto GSR ha investito circa **7 milioni di euro**.

## IL GIARDINO DELLE BAMBINE E DEI BAMBINI DI TUTTO IL MONDO

Proseguendo all'esterno della stazione di Milano Centrale fino ad arrivare a **Piazza Luigi di Savoia**, il 27 maggio 2021 in occasione della **Giornata mondiale dei diritti dell'infanzia**, è stata inaugurata una nuova area dedicata esclusivamente ai bambini e ai loro accompagnatori, sostenuta anche da UNICEF. Il progetto è stato reso possibile grazie agli sforzi del Comune e delle associazioni di quartiere e dal sostegno finanziario di Grandi Stazioni Retail, che ha realizzato tutti i lavori per trasformare il vecchio e abbandonato giardino in un parco giochi attrezzato. L'area, alla quale possono accedere soltanto bambini e i loro

accompagnatori, viene utilizzata per insegnare ai piccoli i loro diritti, principi e valori universali, fornendo allo stesso tempo uno spazio in cui giocare e imparare.

## LA RIGENERAZIONE URBANA DALLE FONDAMENTA: I MAGAZZINI - DROPCITY

Un altro progetto di riqualificazione è la **rigenerazione dei Magazzini Raccordati** della stazione Centrale di Milano, nel **Centro di Architettura e Design Dropcity**, ideato dall'architetto Andrea Caputo. I Magazzini Raccordati rappresentano una parte importante della Stazione Centrale di Milano. Con una superficie di oltre 40.000 m², sono stati progettati per consentire i rifornimenti dei magazzini e degli spazi di stazione, nonché lo scambio merci, con un sistema di collegamenti orizzontali e verticali tra i locali. Sono **la parte più antica della stazione Centrale**, progettati con collegamenti stradali di attraversamento volti a limitare l'impatto di "barriera fisica" tra le due aree urbane limitrofe, e sono stati **utilizzati per molteplici attività fino all'abbandono progressivo** avvenuto a partire dalla fine degli anni '80 del secolo scorso. Il progetto di riqualificazione è nato e si è sviluppato a partire dal 2017 grazie alla collaborazione tra Grandi Stazioni Retail e le istituzioni e le associazioni di quartiere. Il progetto sarà attivo nel 2024 grazie ad un investimento complessivo di 16 milioni di euro da parte di Nhood, società internazionale di servizi e consulenza immobiliare. **Dropcity**,

che darà una nuova vita ai Magazzini, avrà una superficie di oltre **10.000 m² suddivisi in 28 tunnel** e includerà gallerie espositive, atelier di produzione, laboratori di falegnameria, robotica e prototipia avanzata, nonché spazi ufficio e una biblioteca pubblica dedicata ad Architettura e Design.

## Torino Porta Nuova

La terza più importante stazione italiana, che può vantare oltre **192.000 visite giornaliere** e **32.000 m² calpestabili**, è stata oggetto di importanti investimenti e ristrutturazioni che hanno visto l'apertura nel 2021 de **"Il Terrazzo"**, una nuova area di **2.000 m² dedicata all'ospitalità, al food e alla socialità**, che offre 10

ristoranti e 4 chioschi, oltre a comode sedute, ampi tavoli per il coworking e la socialità, aree di ricarica device, Bancomat e toilette.

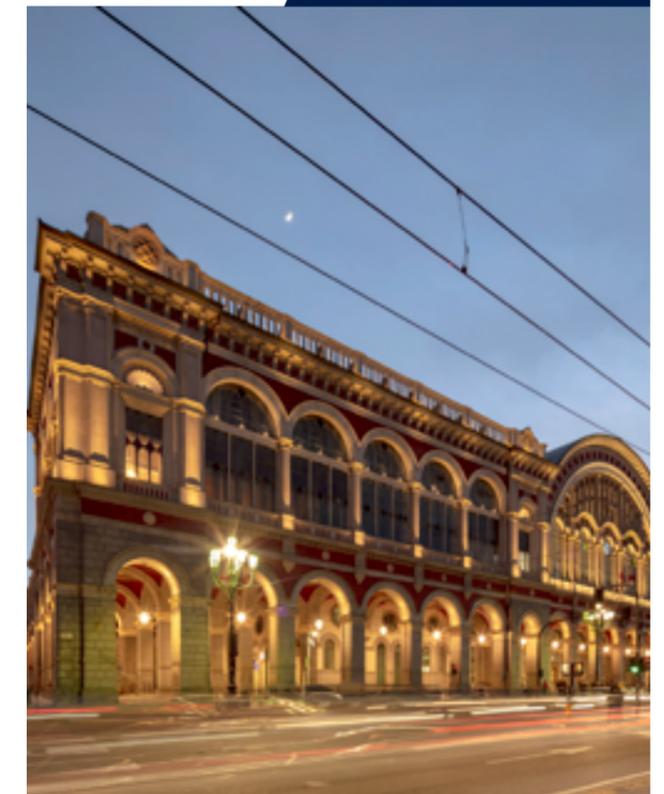
Il nuovo spazio è stato ripensato per godere al massimo di luce naturale e nel pieno rispetto dell'ambiente, **con una grande attenzione al risparmio energetico e alla sostenibilità**. Il pavimento nelle aree centrali è stato realizzato in bamboo per contenere la dispersione energetica e mantenere un ideale microclima nello spazio; per favorire l'illuminazione naturale sono state realizzate due grandi vetrate lato binari di oltre 230 m² complessivi.

"Il Terrazzo" guarda anche alla comunità e allo sviluppo: con circa **250 posti di lavoro creati e due spazi centrali che in occasione dell'apertura sono stati riservati alla Fondazione Forma dell'Ospedale Infantile Regina Margherita** di Torino per la raccolta fondi dedicata alla costruzione del nuovo reparto di nefrologia e gastroenterologia e alla Regione Piemonte

Milano Centrale



Torino Porta Nuova



per la promozione del territorio.

La stazione ha subito un'ulteriore trasformazione con l'apertura di un nuovo **Esselunga** nel giugno 2022, che si estende su una **superficie di vendita di 860 m²**. Dopo quasi 10 anni dalla chiusura del precedente supermercato, la stazione è tornata ad essere un punto di riferimento non solo per i residenti del quartiere, ma anche per i pendolari che hanno ora la possibilità di ottimizzare il loro tempo d'attesa del treno grazie alla presenza di un negozio ben fornito.

### Napoli Centrale

Lo snodo principale del traffico tra nord e sud Italia, con un **investimento da 15 milioni di euro, nel 2021**, ha visto l'inaugurazione della **Food Hall di Napoli Centrale**, un'area di **oltre 4.000 m² dedicata alle eccellenze gastronomiche**, completamente permeabile ai flussi e affacciata sui binari della stazione **che ha permesso la creazione di 200 nuovi posti di lavoro**.

L'intervento di Grandi Stazioni Retail ha **trasformato un grande spazio in disuso da oltre 20 anni in un luogo aperto** e ha consentito anche di realizzare un nuovo collegamento tra stazione e Città, una nuova connessione per recuperare una parte fortemente degradata di Corso Novara.

Nel perimetro dello spazio sono ospitate le attività di ristorazione, mentre nel mezzo è stato recuperato il grande lucernario progettato dall'architetto Nervi, con un giardino pensile ripiantumato con essenze originali. La Food Hall è suddivisa su due piani, con scale mobili, ascensore e scale fisse, così da essere **facilmente accessibile** da tutti. **Il design, i materiali, il risparmio energetico e il comfort acustico sono stati attentamente curati** per creare un accogliente luogo di pausa e offrire un piacevole intervallo nel turbinio della stazione. In pochissimo tempo il nuovo spazio è diventato meta anche per coloro che vivono nelle vicinanze e che hanno trovato nella Food Hall la possibilità di godere di un ambiente confortevole e sicuro nel quale incontrarsi per una pausa.

Napoli Centrale



## Da luoghi del trasporto ferroviario a spazi di cultura

Oltre a offrire una vasta gamma di beni e servizi per i viaggiatori, nelle stazioni trovano oggi spazio **momenti di cultura e arte**, che possono offrire uno stimolo di riflessione e nuove occasioni di incontro.

**Grazie alla loro centralità**, ai numerosi collegamenti urbani ed extra-urbani, al forte impatto visivo e all'alto valore architettonico degli edifici, **le stazioni si prestano ad ospitare eventi di ogni tipo, tra cui party, spettacoli, comunicazioni, eventi, concerti e mostre d'arte**.

Così le stazioni assumono una "unicità" che le rende teatro di set cinematografici, sfilate di moda, meeting, concerti ed esposizioni. Questo utilizzo delle stazioni non solo arricchisce l'offerta culturale della città, ma valorizza anche la bellezza architettonica degli edifici

stessi, rendendoli un'attrazione turistica a sé stante.

### Stazioni di cultura e di eventi

#### Accademie in Stazione

Nel 2020, le **Accademie di Belle Arti di Napoli e Roma** hanno collaborato con le stazioni di Napoli Centrale e Roma Termini per creare **due importanti momenti di arte pubblica**, offrendo agli studenti la possibilità di esporre le loro opere in spazi di grande visibilità. Gli studenti hanno sperimentato nuove tecniche digitali e, nonostante i limiti imposti dalla pandemia, hanno dato luogo a due percorsi espositivi. **"Visioni d'istanti"** a Roma Termini, che si è sviluppata in 19 opere in cui gli studenti hanno interpretato e raccontato la stazione Termini. **"PopNapoliPop"** è un murales di oltre 400 m² lungo Corso Novara a Napoli che rappresenta un atto d'amore verso la città e celebra icone e luoghi simbolo per la città con il colore e la dinamicità. L'iniziativa ha coinvolto anche i professori delle Accademie, che hanno reso possibile l'iniziativa.

PopNapoliPop



### Giornata Mondiale per la libertà di Stampa

Il 2 maggio 2021, in occasione della Giornata Mondiale per la libertà di Stampa, la stazione di Milano Centrale ha ospitato sulla Piazza Duca D'Aosta un'**installazione artistica realizzata** dal collettivo artistico PXLs **di 75.000 pagine di quotidiani italiani** con il titolo "Sarà Vero?".

L'opera, realizzata in collaborazione con gli artisti 2501 e Aldo Amoretti, ha occupato 700 m², visibili e "calpestabili" e ha invitato i lettori a riflettere sulla veridicità delle notizie che leggono. L'iniziativa ha rivelato anche la **posizione dell'Italia nella classifica mondiale della libertà di stampa: 41° posto su 130**.

#### Future Shock

GSR con la start-up Benefit italiana **Reasoned Art** ha lanciato il programma Future Shock in collaborazione con la Soprintendenza ABAP di Milano per portare l'arte digitale internazionale sugli schermi delle stazioni ferroviarie di Roma Termini e Milano Centrale. Avviata a febbraio 2022, è stata la **prima iniziativa del suo**

Sarà vero?



**genere in Europa:** presente in esclusiva sui giganteschi schermi pubblicitari delle due stazioni per 15 minuti ogni due settimane, ha offerto una vetrina d'eccellenza per i nuovi artisti e reso le grandi stazioni una speciale galleria d'arte.

### Vite in movimento

In occasione della **Giornata Internazionale dei Diritti dei Migranti** del 2022, l'UNICEF ha lanciato un tour virtuale della mostra fotografica "Vite in Movimento. Sogni e sfide di 16 adolescenti in Italia", che **rappresenta la vita di 16 adolescenti migranti e rifugiati** che sono arrivati di recente in Italia.

La mostra è stata inaugurata il 10 dicembre presso la stazione ferroviaria di Roma Tiburtina ed è il risultato di un laboratorio condotto dal **fotografo professionista Giacomo Pirozzi**. La mostra, composta da 14 pannelli, cattura diversi aspetti della vita degli adolescenti

migranti, inclusi il loro passato, le sfide della migrazione e le loro speranze per il futuro. Il laboratorio aveva l'obiettivo di fornire una piattaforma per permettere ai teenager di esprimere i loro sentimenti e aspirazioni attraverso la fotografia.

### The World of Banksy - The Immersive Experience

Le opere di Banksy hanno fatto la loro comparsa a Milano Centrale, dal 3 dicembre 2021 al 27 febbraio 2022 con la mostra "The World of Banksy - The Immersive Experience" presso la Galleria dei Mosaici. La mostra ha esposto più di **30 nuove opere mai esposte prima e oltre 130 opere in totale**. Le opere di Banksy affrontano **temi politici e di denuncia sociale e sono un simbolo di lotta e di protesta** contro gli interessi economici prevalenti nella società contemporanea. Vicino ai più

iconici capolavori "Flower Thrower" e "Girl with Balloon" che lo hanno reso famoso in tutto il mondo, trova spazio anche una speciale sezione video che ripercorre la storia e il messaggio sociale dei murales realizzati da Banksy in strade, muri e ponti di tutto il mondo. Dopo il successo dell'esposizione alla stazione di Milano Centrale, **l'arte di Banksy ha fatto tappa a Torino Porta Nuova, Verona Porta Nuova e Roma Tiburtina coinvolgendo nelle 4 tappe oltre 450.000 spettatori**. La mostra è un'esperienza senza precedenti che viaggia di stazione in stazione con l'obiettivo di arrivare in tutta Italia per portare il suo messaggio attraverso le sue opere.

### Body Worlds - Il Ritmo Della Vita

La mostra Body Worlds, che ha già incantato oltre 52 milioni di visitatori in tutto il mondo, è stata ospitata a Milano Centrale all'interno della Galleria dei Mosaici, dal

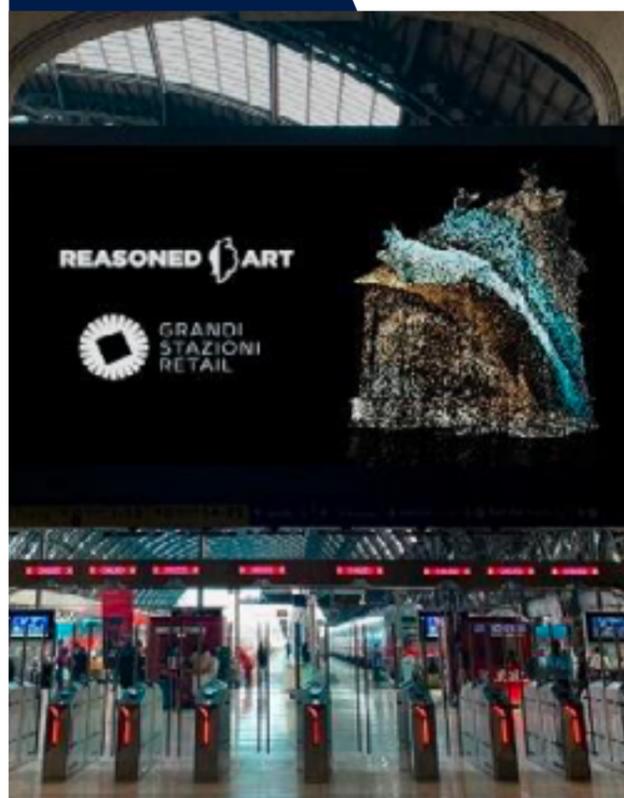
4 novembre 2022 al 26 febbraio 2023. Realizzata dai dott. Gunther von Hagens e la dott. ssa Angelina Whalley la nuova esposizione offre una **panoramica completa dell'anatomia e della fisiologia del corpo umano**. Attraverso la spiegazione delle funzioni dell'organismo e delle patologie legate alla nostra civiltà e come queste si manifestano, la mostra ha uno **scopo scientifico, divulgativo e preventivo, invitando i visitatori a riflettere sulla loro salute fisica e mentale**. La mostra offre anche informazioni sull'alimentazione, il movimento e il sistema immunitario, dimostrando come sia possibile vivere bene e in salute.

### Le Rotte di Gaia: i Viaggi dell'Umanità

#### #InTransito

"Le Rotte di Gaia: i Viaggi dell'Umanità" è un **progetto interattivo e partecipativo che esplora le molteplici**

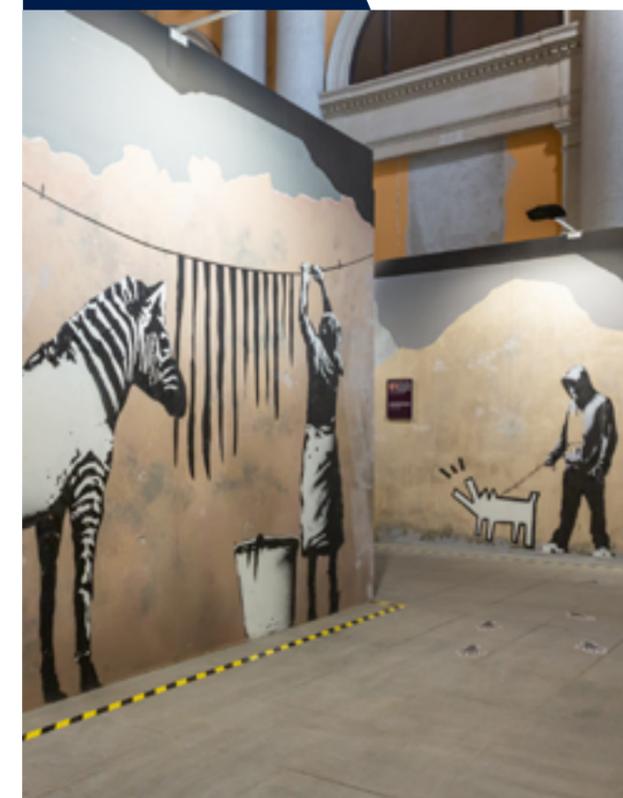
Future Shock



Vite in movimento



The World of Banksy



Body Worlds



**dimensioni e possibilità del viaggio** attraverso vari linguaggi creativi (digitali e in presenza) che ha visto svolgersi anche la sua **terza edizione** a Roma Tiburtina. L'evento, prodotto dall'associazione culturale Music Theatre International, è stato promosso da Roma Capitale-Assessorato alla Cultura.

Il tema trattato quest'anno è stato l'esperienza del **viaggio nel mondo, nonché del viaggio interiore dell'essere umano** verso la rigenerazione, le capacità relazionali e la sensibilità emotiva. Il progetto ha incluso **moltissime attività**, tra cui installazioni, mostre, incontri dal vivo e laboratori per bambini.

**Un social wall** dove il pubblico ha potuto interagire con la **mappa digitale del mondo online consultabile** su un maxi-schermo touch: visualizzabili e attivabili i contributi video dei **"sustainable traveler"** che hanno risposto alla call per "inviati speciali" di #InTransito.

Anche questa edizione di #InTransito 3 ha visto presenti **interpreti LIS per rendere le attività accessibili ai sordi**.

### Vinokilo

Partito dalla stazione di Milano Centrale ad ottobre 2021, dove ha registrato il record di presenze con oltre **13.000 visitatori in appena 5 giorni**, Vinokilo ha intrapreso un **tour in quattro grandi stazioni ferroviarie**. Un progetto che supera i confini del fashion per unire shopping, entertainment ed edutainment all'insegna della condivisione e della consapevolezza sociale. Vinokilo è la **più grande "kg sale" europea di abbigliamento ed accessori vintage e second hand** si è fermata poi nelle stazioni di **Napoli Centrale, Roma Termini, Torino Porta Nuova e di nuovo Milano Centrale**.

La moda e i trasporti sono due settori che hanno un grande impatto ambientale e sui quali è importante sensibilizzare le persone e spingere a fare scelte più sostenibili in questi ambiti. Grazie al riciclo e al riuso dei capi e degli accessori, Vinokilo è riuscito a contribuire

significativamente alla riduzione dell'impatto ambientale dell'industria risparmiando 5 milioni di kg di CO<sub>2</sub><sup>35</sup>.

### Senstation On ICE

A dicembre 2022, Piazza Duca d'Aosta si è trasformata in uno dei principali luoghi di riferimento per le festività natalizie a Milano, grazie a Senstation On Ice, il **villaggio di Natale** che è riuscito a ricreare l'atmosfera tipica dei paesaggi nordici invernali in pieno centro città.

Il villaggio ha offerto sport e divertimento gratuiti a oltre 300.000 visitatori in poco più di 30 giorni, quasi un quarto della popolazione milanese (1.305.200), di cui il 70% erano nuclei familiari e il restante 30% erano giovani tra i 15 e i 30 anni. Ma **il successo più importante è stato quello di restituire a Milano una delle sue piazze più grandi ed importanti, riportando le famiglie e i giovani in un luogo dal quale spesso si tengono lontani**.

La principale attrazione, la pista di pattinaggio **"Ice Rink"**,

era accessibile gratuitamente a tutti i pattinatori così come la **pista di Snow Tubing**, una delle attrazioni preferite dai piccoli visitatori o il magnifico albero di Natale di 18 metri. Tra i dati positivi di Senstation On Ice, vanno evidenziati quelli relativi al **recupero dei materiali utilizzati** per la realizzazione delle strutture del villaggio e il **riciclo delle plastiche**, elementi presi in considerazione già in fase di progettazione.

L'utilizzo del verde, con **120 alberi in vaso, ha consentito la restituzione ai vivai e floricultori**, così come gli archi in ferro della pista di pattinaggio e il legno delle balauste, cassette in legno e cupole in pvc in noleggio torneranno ai fornitori per altro utilizzo, mentre il riciclo del pvc di striscioni e scritte e le plastiche donerà alle materie utilizzate altri impieghi.

Le **emissioni derivate dall'abbattimento dell'albero di Natale sono state compensate**, mentre tutte le stampe sono state realizzate con HP LATEX, tecnologia di stampa a impatto zero con inchiostri a base acqua, su supporti stampa PVC free, riciclati alla fine dell'evento.

<sup>35</sup>Dati forniti da Vinokilo.

Le Rotte di Gaia



Vinokilo



Senstation On Ice



# 04

## SOSTENIBILITÀ DENTRO E FUORI LE STAZIONI

16%

Energia elettrica consumata e direttamente controllata da fonti rinnovabili

19

Campagne pro bono sugli impianti pubblicitari per la sensibilizzazione su tematiche sociali

344

Soggetti mappati tra tenant e fornitori sulle performance e modalità di gestione della sostenibilità

Nella visione di Grandi Stazioni Retail, e concretamente nei suoi progetti, **la stazione non è più un edificio dedicato al viaggio, ma ha una rivoluzionaria funzione urbana e sociale**: nuove piazze coperte dove incontrarsi e stare insieme, in spazi ampi e sicuri, ma anche propulsori di rigenerazione per il contesto cittadino che le circonda.

Le stazioni sono ormai divenute dei veri e propri punti di riferimento delle città, **presente e futuro della mobilità sostenibile**, e rappresentano un'opportunità per sensibilizzare i cittadini su tematiche ambientali e sociali.

degli impianti media e attraverso il rinnovamento della sua flotta aziendale. Attualmente dispone di un **parco auto di 10 vetture**, di cui **6 sono in fase di sostituzione con motorizzazioni plug-in hybrid**, in linea con gli obiettivi dell'azienda per la sostenibilità.

GSR sta lavorando inoltre per **migliorare l'efficienza energetica degli impianti media**, come i maxischermi e le GOTV, che rappresentano circa il 42%<sup>36</sup> dei consumi energetici direttamente controllati dell'azienda. Per questo motivo, è essenziale **utilizzare impianti ad alta efficienza energetica**, e GSR negli anni ha rinnovato con costanza le infrastrutture per **mantenere le migliori prestazioni possibili**. Con questo focus, il nuovo **piano di sostituzione degli impianti media** per il 2023, prevede **rigorosi requisiti di sostenibilità**, come un minor consumo energetico e l'utilizzo di materiali riciclati o riciclabili.

Nel corso del 2022, Grandi Stazioni Retail ha collaborato con Grandi Stazioni Rail, società del gruppo FSI che ha in carico la gestione dei complessi immobiliari di stazione,

### Il nostro impegno ambientale

[GRI 302-1; 305-1; 306-1]

#### Consumi energetici ed emissioni climalteranti

**GSR si sta impegnando a implementare strategie per la riduzione delle emissioni** all'interno del proprio perimetro di intervento, agendo sull'efficienza energetica

<sup>36</sup> Il dato è stato calcolato in base a una proiezione sull'intero anno, considerando i mesi che vanno da gennaio a ottobre del 2022.

per **individuare azioni mirate al contenimento dei consumi energetici**, come linee d'azione sull'illuminazione, l'adeguamento alle normative vigenti e la definizione di iniziative che potessero rispondere a problematiche più specifiche all'interno delle stazioni. Per rispondere al Piano Nazionale di contenimento dei consumi di gas naturale per la stagione termica 2022/2023, sono state adottate alcune misure, come il **posticipo della data di accensione dei riscaldamenti** e la **regolazione dei set-point di temperatura**. Inoltre, è stata **dismessa la storica centrale termica a gas naturale di Milano Centrale, sostituita da pompe di calore ad alta efficienza**.

Sono state fornite anche raccomandazioni ai partner commerciali per limitare i consumi energetici, come l'impostazione dei fancoil a temperature ridotte (14-15°C) durante le ore di chiusura dei negozi. L'implementazione di queste iniziative ha portato ad un **risparmio del 18% di gas naturale** rispetto all'anno precedente.

Inoltre, per **ridurre la dispersione termica** dovuta a varchi verso l'esterno e infissi aperti, in parte dovuti all'architettura degli edifici e in parte al fatto che avere dei negozi con porte aperte è necessario per facilitare l'accesso dei consumatori, GSR ha studiato e introdotto diverse soluzioni come l'**installazione di fotocellule e sensori** che controllano l'apertura e la chiusura delle porte. In particolare, a Roma Termini è stato avviato a maggio 2022 il progetto di introduzione di **lame d'aria con lame orientabili**, che aiutano a creare una barriera d'aria che separi due ambienti, come ad esempio l'interno e l'esterno di un locale commerciale, impedendo alla maggior parte dell'aria esterna di entrare. Nel corso dell'anno sono state installate 7 lame d'aria delle 18 previste dal progetto, le restanti verranno installate nel 2023 a completamento delle opere e relativa apertura di tutti i punti vendita.

Nel 2022 GSR ha **consumato 142.012 GJ di energia**, di cui solo il **15,6% (22.151 GJ) è direttamente gestita**: ossia proveniente dai consumi dei POD intestati all'azienda. I consumi dei POD intestati a RETAIL GROUP provengono al 100% da energia rinnovabile. Il **15,9%** di questi consumi **provviene al 100% da energia rinnovabile**.

Il restante **84,4% dell'energia consumata è gestito da GSRail**: l'83,8% è usata per il riscaldamento e il raffrescamento degli ambienti e proviene da fonti non rinnovabili come gasolio, metano, teleriscaldamento, teleraffrescamento, il restante 16,2% dell'energia è rinnovabile al 100%.

Il **totale della carbon footprint<sup>37</sup> di GSR è 7.967 tonCO<sub>2</sub>**: il **30% di queste emissioni deriva da consumi energetici direttamente gestiti**, che si prevede di azzerare entro il 2023 mediante l'acquisto di energia 100% rinnovabile. Per quanto riguarda i consumi energetici non direttamente gestiti, non si registrano emissioni di CO<sub>2</sub> per quanto riguarda l'elettricità, poiché questa proviene interamente da fonti rinnovabili. L'intera quota di emissioni di CO<sub>2</sub> non direttamente gestite è invece legata alla climatizzazione degli spazi.

Consumo diretto o indiretto di energia nel 2022	Energia consumata in GJ <sup>38</sup>
Energia da fonti rinnovabili	26.809
Energia da fonti non rinnovabili	18.532
Consumo di energia per il riscaldamento e raffrescamento	96.672
<b>Totale energia consumata</b>	<b>142.013</b>

<sup>37</sup> Il calcolo include le emissioni Scope 1 e Scope 2 secondo la metodologia del protocollo GHG. Lo Scope 1 è pari a zero, poiché GSR non ha un consumo diretto di energia. Lo Scope 2 è calcolato secondo una metodologia basata sul mercato.

<sup>38</sup> I dati numerici sono stati raccolti da 3 fonti differenti e sommati tra loro successivamente: • Dati sui consumi energetici di Retail Group • Dati sui consumi energetici direttamente sostenuti da GS Retail per gli impianti media, gli uffici, contatori di competenza esclusiva di GS Retail all'interno delle stazioni e i servizi igienici.

## Gestione dei rifiuti

Le stazioni, con il loro alto volume di traffico, rappresentano una sfida notevole per la gestione dei rifiuti. Le attività di GSR contribuiscono in vari modi alla produzione di rifiuti che avviene negli uffici, presso i partner commerciali, nelle toilette e durante l'allestimento e lo svolgimento degli eventi organizzati. GSR nello svolgimento delle sue attività cerca di produrre meno scarto utilizzando materiali in affitto, riciclati o riciclabili per ridurre l'impatto ambientale.

Per quanto riguarda i partner commerciali, **ogni brand è soggetto alle politiche per la raccolta differenziata**, pena il pagamento degli oneri relativi alla tassa comunale sui rifiuti.

Nel 2022<sup>39</sup>, l'**83% degli esercenti commerciali ha adottato pratiche di raccolta differenziata**, raggiungendo circa 2,5 milioni di tonnellate di rifiuti raccolti durante l'anno. La maggior parte dei rifiuti prodotti è costituita da carta e cartone (34%), seguito a poca distanza dall'organico (28,5%) e dall'indifferenziata (RSU - 17%).

## Servizi igienici

Tra i tanti servizi offerti ai viaggiatori nelle stazioni, vi sono anche i bagni pubblici a pagamento che contano quasi 9 milioni di clienti l'anno, oltre 24.000 al giorno. Nel corso del 2022, GSR ha avviato un **corposo piano di investimenti** per poter adeguare a standard altamente sostenibili **tutti i servizi igienici del network**. Il primo intervento ha riguardato le toilette più frequentate di **Roma Termini**, quelle situate nel piano interrato lato Via Giolitti. Qui i lavori hanno permesso di migliorare la qualità dei servizi offerti ai viaggiatori, garantendo un

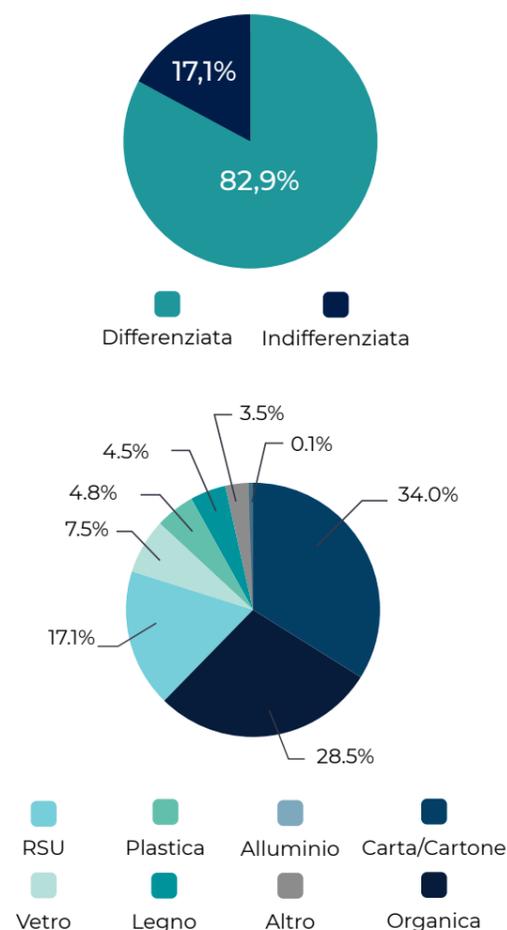
<sup>38</sup> (Segue) • Ripartizione dei consumi totali di GS Rail proporzionale all'addebito economico effettuato riguardo agli oneri condominiali di GS Retail. Tale criterio di ripartizione viene analogamente utilizzato da GS Rail per le proprie dichiarazioni nell'ambito del Report di Sostenibilità del Gruppo FS.

<sup>39</sup> I dati sulla raccolta rifiuti provengono dai dati raccolti da GS Rail e riguardano i rifiuti prodotti dagli esercenti commerciali di GS RETAIL.

ambiente sicuro, confortevole e funzionale. Sostenibilità, manutenzione, pulizia, accessibilità, decoro e sicurezza sono stati i punti cardine su cui si è basata la loro progettazione. In particolare, gli interventi hanno previsto l'utilizzo di **attrezzature e materiali eco-friendly**, la predisposizione di **zone separate dedicate alle pulizie**, l'adozione di una **segnaletica efficace e l'accessibilità** dei servizi igienici per tutti, la **garanzia di privacy**, un'adeguata **qualità dell'aria e dell'illuminazione** e l'**ascolto dei clienti** attraverso la rilevazione dei feedback.

La forte attenzione di GSR verso l'impatto ambientale si manifesta fin dall'ingresso ai servizi igienici, dove gli schermi pubblicitari presenti sono stati esclusi dalla commercializzazione e dedicati esclusivamente alla comunicazione dell'impatto ambientale delle nuove toilette.

Rifiuti esercenti commerciali  
Tipologia di raccolta



Per la ristrutturazione delle toilette sono state adottate **soluzioni di risparmio idrico ed energetico**. Nel dettaglio, sono state impiegate **rubinetterie e flussometri automatizzati dotati di sensori temporizzati**, che includono un sistema di riduzione del consumo di acqua che non comprometta il comfort dell'uso. Grazie all'utilizzo di rubinetti elettronici con riduttore di portata, **il consumo di acqua si riduce a 3 litri/minuto, 0,5 l consumati per ogni lavaggio**.

Per quanto riguarda il sistema di risciacquo dei wc, è stato adottato un **flussometro elettronico "intelligente"**, che aiuta il risparmio di acqua. In caso di mancanza di energia elettrica, è stato comunque previsto un pulsante per uso manuale.

Per quanto riguarda il risparmio energetico, è stato installato un **sistema di illuminazione ad alta efficienza con tecnologia LED** insieme all'**automatizzazione di accensione e spegnimento negli stalli wc** dotati di sensori di presenza. Per i rubinetti, inoltre, è stata prevista l'erogazione di **acqua miscelata a temperatura controllata** (25/30° C) per evitare sprechi di energia.

Grazie a queste soluzioni, si stima che siano stati **risparmiati e si risparmianno 55.000 litri di acqua al mese e il 60% di energia elettrica**. Inoltre, il comfort degli utenti è stato mantenuto, mentre l'efficienza dei servizi igienici è stata aumentata.

GSR ha deciso di adottare **opzioni ecologiche anche nella scelta dei materiali per i rivestimenti delle pareti**. A seguito di un processo di valutazione è stato scelto il PaperStone, prodotto con carte riciclate e certificate FSC impregnate con una resina naturale PetroFree, un materiale che risulta altamente performante e rispettoso dell'ambiente.

### RETAIL GROUP, pioniere per la sostenibilità nelle stazioni

Pioniere di tante attività per favorire la transizione sostenibile nel Gruppo GSR e nelle stazioni è sicuramente Retail Group. Grazie alla gestione diretta di 50 punti

vendita e di tutti gli aspetti legati agli allestimenti, al personale e alla vendita, RG riesce a mettere in campo e testare operazioni ed iniziative di alto impatto e valore, anche a preludio della loro applicazione in tutto l'ecosistema GSR.

Attiva da tempo in progetti di impegno sociale e ambientale, per il 2022 RG ha programmato **15 attività, con i rispettivi goal, per lo sviluppo sostenibile all'interno dell'azienda** e per tracciare la strada per gli anni futuri.

A conferma dello sforzo e dell'impegno, RG **ha raggiunto già nel 2022 alcuni degli obiettivi stabiliti, con il 100% dei suoi negozi serviti da energia prodotta da fonti rinnovabili e la riduzione del 10% della dispersione termica**. Sono stati avviati progetti di rinnovamento dei materiali d'arredo come pavimenti e banchi cassa in materiali certificati eco e di sostituzioni dell'illuminazione con soluzioni a Led; sono stati inoltre avviati i corsi di formazione **LIS per gli addetti alla vendita** per offrire un servizio sempre più **inclusivo**.

Nel suo impegno quotidiano verso la sostenibilità RG applica un indirizzo anche nella scelta dei brand da ospitare all'interno dei suoi temporary store: il **69% dei brand ha in corso progetti di sostenibilità**, mentre il **28% possiede una certificazione di sostenibilità**.

All'interno dei suoi negozi, inoltre, viene data rilevanza alla circolarità, con il **100% di utilizzo di shopper riciclabili e con la massima attenzione alla raccolta differenziata**.

Sono stati **digitalizzati il 100% dei documenti e per le stampe viene utilizzata esclusivamente carta riciclata**. Inoltre, per il terzo anno consecutivo è stata rinnovata l'adesione a Printreleaf per la piantumazione di alberi. Quest'anno sono stati **piantati 22 alberi per un totale di 97 dal 2019**, compensando la stampa di 808.889 pagine.

Sono stati **digitalizzati il 100% dei documenti e per le stampe viene utilizzata esclusivamente carta riciclata**. Inoltre, per il terzo anno consecutivo è stata rinnovata l'adesione a Printreleaf per la piantumazione di alberi. Quest'anno sono stati **piantati 22 alberi per un totale di 97 dal 2019**, compensando la stampa di 808.889 pagine.

### Il nostro impegno sociale

La sostenibilità non riguarda solamente l'ambiente, ma anche il benessere della comunità. Integrare attività di **supporto e solidarietà sociale o promuovere**

	<b>Attività per la sostenibilità ambientale</b>	<b>Goal</b>	<b>Realizzazione al 2022</b>
<b>1</b>	Utilizzo scotch riciclabile	Utilizzo scotch carta eco	Riprogrammato per consentire lo smaltimento delle giacenze
<b>2</b>	Rivestimenti ecologici dei pavimenti	Personalizzazione pavimenti con materiali certificati eco	Raggiunto
<b>3</b>	Pavimentazione con materiale sostenibile	Sostituzione in 6 box	Non ancora avviato riprogrammato per il 2023
<b>4</b>	Banchi cassa sostenibili	Sostituzione di 10 banchi cassa	In corso
<b>5</b>	Riduzione consumo e smaltimento cartucce	-20% consumo cartucce	In corso
<b>6</b>	Digitalizzazione documenti interni	Digitalizzazione RDA e Fatture passive	Raggiunto
<b>7</b>	Adesione Printreleaf	Piantare 22 alberi	Raggiunto
<b>8</b>	Utilizzo carta riciclata	100% carta eco	Raggiunto
<b>9</b>	Utilizzo shopper riciclabili	100% shopper eco	Raggiunto
<b>10</b>	Brand con progetti di sostenibilità prodotto	80% brand con progetti sostenibilità prodotto	In corso
<b>11</b>	Brand con almeno una certificazione di sostenibilità	11 brand con certificazioni di sostenibilità	In corso
<b>12</b>	Raccolta differenziata	Raccolta differenziata sedi e punti vendita	Raggiunto
<b>13</b>	Dispersione termica	-10% la dispersione termica	Raggiunto
<b>14</b>	Fornitura energia Green	100% energia green	Raggiunto
<b>15</b>	Corpi luminosi a Led	n. 150 sostituzioni con Led	In corso

**eventi culturali** aperti a tutti all'interno dei grandi spazi condivisi delle stazioni ferroviarie può contribuire alla creazione di un ambiente inclusivo e sostenibile, dove **i viaggiatori possono sentirsi parte attiva del tessuto sociale in cui vivono.**

Con 2 milioni di visite al giorno all'interno delle stazioni del network, iniziative come la raccolta di donazioni o la divulgazione di messaggi riguardanti tematiche sociali, hanno un grandissimo valore e possono promuovere un senso di appartenenza e comunità tra i viaggiatori. Le stazioni sono dei potenti amplificatori e possono contribuire a migliorare la qualità della vita per residenti e viaggiatori, ma contribuire anche a creare un'atmosfera più accogliente e piacevole all'interno delle stazioni.

### RG e Binario 95 per il sostegno ai senza dimora

Retail Group, nel corso dell'ultimo triennio ha stretto un forte rapporto con **Binario 95**, un polo sociale di accoglienza e supporto per persone senza dimora, organizzando **attività di volontariato e sostegno che hanno coinvolto sia i visitatori delle stazioni che i dipendenti di RG.**

Tra queste, un esempio è la **charity week**: una settimana in cui il **5% del fatturato<sup>40</sup>** generato da RG viene **devoluto interamente a Binario 95.** Nel 2022 l'iniziativa è stata promossa sugli impianti pubblicitari con un video «facciamo qualcosa di grande insieme» per ingaggiare i passeggeri e indirizzarli ai punti vendita aderenti, registrando una **donazione complessiva di più di 4.000 euro.**

Un'ulteriore iniziativa è quella del **Regalo sospeso** grazie alla quale, dal 6 al 25 dicembre 2022, i clienti dei punti vendita hanno potuto acquistare prodotti **da devolvere a Binario 95.** I prodotti raccolti sono stati donati agli ospiti del centro di accoglienza di Roma

Termini. Anche questa iniziativa è stata comunicata sugli impianti pubblicitari e con locandine all'interno dei punti vendita e ha riscosso un grande successo: **più del 25% dei clienti ha aderito e contribuito al regalo sospeso.**

## BINARIO 95

Binario 95 è un progetto della **Europe Consulting Onlus**, una **cooperativa sociale** di tipo A e B costituita nel 1997. Con circa **60 lavoratori di cui 31 soci**, assiste le persone senza dimora dando assistenza socio-sanitaria, aiuto nell'inserimento lavorativo e accoglienza. Attraverso l'ascolto, il supporto e la proposta di percorsi di riabilitazione alla vita sociale, la missione di Binario 95 è di rispondere ai bisogni di chi vive in strada.

Da 20 anni, Binario 95 è un punto di riferimento per coloro che vivono in condizioni di povertà, disagio ed emarginazione sociale nella città di Roma, grazie ai suoi diversi progetti e attività, come lo sportello di orientamento sociale **Help Center**, il **Magazzino sociale** cittadino **NexTop MSC**, l'unità di strada **HCM (Help Center Mobile)** e le **case di accoglienza** (Casa Sabotino e Casa 95). Inoltre, il progetto ha realizzato numerose iniziative, tra cui **Shaker** e **Pensieri senza dimora**, il giornale di strada di Roma, per dare voce alle persone che vivono in condizioni di povertà e ai volontari che operano nei servizi di assistenza.



<sup>40</sup> fatturato generato al netto dell'IVA dei Punti Vendita della stazione di Roma Termini.

### Le pubblicità come amplificatori di impatto sociale

Grandi Stazioni Retail seleziona ogni anno alcune **campagne pubblicitarie da girare probono sui propri schermi**, dando un importante contributo alla **divulgazione di messaggi sociali e dimostrando la sua sensibilità** sul tema. La selezione delle campagne avviene sulla base di criteri di diffusione e cultura, privilegiando le ONG e le organizzazioni che affrontano grandi temi di rilevanza mondiale o realtà locali che promuovono iniziative culturali.

Nel corso dell'anno 2022, **19 campagne probono** hanno avuto spazio sugli impianti pubblicitari del network di GSR, con più di **3.545 minuti di spot inviati e una media 126 ripetizioni giornaliere di 15 secondi.** Tra questi, si sono distinte le campagne legate alla **giornata mondiale dei disturbi alimentari, alla lotta contro i tumori al seno, alla lotta al gender gap, alla violenza sulle donne e all'emergenza in Ucraina.** Tante le organizzazioni sostenute nel corso del 2022 come Croce Rossa Italiana, Fondazione Veronesi, FAO e UNHCR.

Tra le campagne che hanno lasciato un segno all'interno

delle stazioni c'è l'attività organizzata dal WWF nel settembre del 2021. In occasione dell'inizio della **"Youth4Climate: driving Ambition"** WWF Italia ha organizzato un'attività speciale sugli schermi della stazione di Milano Centrale per **sensibilizzare tutti sui cambiamenti apportati dall'emergenza climatica sulle nostre vite e per lanciare un appello alla mobilitazione per il clima.** Con il supporto dei volontari WWF, ai partecipanti in stazione è stato chiesto di scattarsi un selfie utilizzando gli Ipad, resi disponibili presso l'installazione, con l'APP "Climate Wall" sviluppata appositamente per l'evento. In seguito allo scatto, le foto dei partecipanti, apparse in tempo reale sul Climate Wall, andavano a comporre un grande mosaico con i selfie di tutti coloro che hanno deciso di metterci letteralmente la faccia e fare sentire la propria voce ai governi, affinché agiscano con urgenza per accelerare la transizione ecologica e azzerare le emissioni di CO2 entro il 2050. **L'immagine sullo schermo si è trasformata nel simbolo della partecipazione al miglioramento del pianeta che coinvolge tutti.** All'iniziativa WWF hanno partecipato anche atleti olimpici e campioni dello sport, come il capitano della Nazionale italiana di volley maschile Gigi Datome, ma anche il tennista Lorenzo Sonego e la campionessa del mondo di ginnastica artistica Vanessa Ferrari.

Impianto pubblicitario



## La sostenibilità dei fornitori e dei tenant

[GRI 308-1]

Nella visione di Grandi Stazioni Retail, le stazioni devono diventare veri e propri hub in cui la sostenibilità è vissuta come un valore fondamentale da trasmettere ai clienti e ai fornitori. A tale scopo, GSR si propone di assumere il ruolo di facilitatore nella creazione di un **circolo virtuoso basato sulla sostenibilità ambientale, sociale ed economica**, promuovendo pratiche sostenibili, **sensibilizzando i clienti** su come ridurre l'impatto ambientale e **collaborando attivamente con i fornitori** per soluzioni a basso impatto ambientale. Nel 2022, GSR ha lanciato un progetto di **mappatura dei fornitori e dei clienti**, grazie al quale, è stato possibile creare un database e una reportistica delle **modalità e degli strumenti di gestione delle performance di sostenibilità** dei fornitori e dei tenant. Il progetto ha coinvolto circa 344 soggetti, che attraverso un tool di survey online hanno risposto a una checklist di 8 domande a scelta multipla e 2 a risposta aperta. Grazie a questo progetto, GSR è riuscita a creare un database e una reportistica sulle modalità e gli **strumenti di gestione delle performance di sostenibilità dei fornitori e dei tenant**. L'obiettivo principale è quello di **incentivare comportamenti virtuosi** tra i clienti e i fornitori e raggiungere gli obiettivi di sostenibilità del Piano 2025 di GSR, che prevede l'ospitare tenant e fornitori con progetti, politiche e obiettivi per il miglioramento delle proprie performance di sostenibilità. Dai risultati del questionario, emerge che **l'87% dei fornitori e dei tenant interpellati ha integrato aspetti di sostenibilità all'interno del proprio business**, di cui il 58% ha attivato progetti da tempo e il 29% si trova ancora all'inizio. Solo il 3% dei soggetti interpellati dichiara di non essere interessato alla sostenibilità. Inoltre, il 33% dei fornitori e dei tenant ha

delle politiche interne e certificazioni sulla sostenibilità, il 19% ha una sezione dedicata sul sito web, il 16% ha documenti pubblici che formalizzano l'impegno, il 10% pubblica report sulla sostenibilità e l'11% ha obiettivi quantitativi e qualitativi.

### LE DOMANDE INVIATE

1. La tua azienda integra aspetti di sostenibilità nel business?
2. Se sì, in che modo?
3. A quali dei tuoi stakeholder interessano le tue performance di sostenibilità?
4. Energia e decarbonizzazione: che politiche avete definito per una gestione responsabile dell'energia?
5. Acqua: che politiche avete definito per una gestione responsabile della risorsa idrica?
6. Rifiuti: che politiche avete definito per minimizzare la produzione di rifiuti?
7. Diversità e inclusione: che politiche avete definito per garantire che vengano garantite diversità e inclusione nella forza lavoro?
8. Salute e sicurezza: che politiche avete definito per garantire un ambiente di lavoro sano e sicuro?
9. Ci sono dei documenti pubblici sui vostri impegni di sostenibilità che ci consigli di consultare?
10. Hai dei consigli che vorresti lasciarci per aiutare la stazione nella sua transizione sostenibile?



# 05



# CHI ANIMA LE STAZIONI

<p><b>260 persone</b> tra GSR e Retail Group, di cui il 69 % donne</p>	<p><b>1,05</b> il rapporto tra stipendio di base tra donne e uomini, media per il 2022</p>	<p><b>80 ore</b> di retail training erogato da GSR a favore dei suoi tenant</p>
----------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------

## Una squadra che si rafforza

[GRI 2-7; 401-1; 401-2; 401-3]

Per il gruppo Grandi Stazioni Retail, **valorizzare le proprie persone significa creare un ambiente di lavoro che stimoli la partecipazione e l'innovazione**, dove ogni collaboratore si senta apprezzato per il proprio contributo. Fornire opportunità di sviluppo professionale e personale che consentano a ciascuno di accrescere le proprie competenze e di raggiungere i propri obiettivi è quindi elemento fondante per la crescita dell'azienda.

La forza trainante di Grandi Stazioni Retail e Retail Group è **una squadra di 260 persone** distribuite principalmente tra gli uffici di Roma Termini e Milano Centrale<sup>41</sup> al netto dei venditori dei temporary store situati nelle diverse stazioni d'Italia. **Ogni persona, con le proprie competenze e valori, contribuisce ad animare le stazioni ogni giorno**, progettando e realizzando tutte le attività necessarie per rendere le stazioni degli spazi innovativi che offrono servizi e momenti di condivisione e cultura. Nel 2022, la maggior parte delle persone del Gruppo sono assunte

a tempo pieno (65%). Il **78% ha un contratto a tempo indeterminato**, a fronte di un 22% di contratti a tempo determinato che, principalmente rispecchiano le esigenze di personale dei punti vendita temporanei e i loro frequenti cambi di business. A livello di genere **la popolazione aziendale è a prevalenza femminile (69%)**: si registra un maggiore squilibrio verso il genere femminile nelle posizioni impiegatizie, mentre nei quadri troviamo una situazione di parità. Al contrario nei ruoli dirigenziali le donne rappresentano il 25%. Complessivamente, nel 2022, il rapporto tra lo stipendio medio di base delle donne rispetto agli uomini varia a seconda delle categorie professionali. Tra gli impiegati è leggermente sbilanciato a favore degli uomini (0,95) mentre tra quadri si passa rispettivamente a 1,11, indice di una retribuzione maggiore per il genere femminile.

<sup>41</sup> Ai fini della rendicontazione, i dipendenti situati a Napoli rientrano sotto l'ufficio di Roma e Torino sotto l'ufficio di Milano.

<sup>42</sup> (Pag. seguente) Non si registrano dipendenti a orario non garantito.

<sup>43</sup> (Pag. seguente) Il dato è stato rendicontato esclusivamente per i dipendenti di GSR non compresi di dipendenti di Retail Group.

## GRI 2-7 b: Numero totale dipendenti Roma e Milano di GSR e RG, suddivisione per genere<sup>42</sup>

Roma	2022			2021			2020		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
Numero di dipendenti a tempo indeterminato	77	47	124	88	54	142	106	61	167
Numero di dipendenti a tempo determinato	26	3	29	42	2	44	13	0	13
<b>Totale</b>	<b>103</b>	<b>50</b>	<b>153</b>	<b>130</b>	<b>56</b>	<b>186</b>	<b>119</b>	<b>61</b>	<b>180</b>
Milano	2022			2021			2020		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
Numero di dipendenti a tempo indeterminato	56	24	80	70	21	91	80	28	108
Numero di dipendenti a tempo determinato	21	6	27	31	5	36	9	3	12
<b>Totale</b>	<b>77</b>	<b>30</b>	<b>107</b>	<b>101</b>	<b>26</b>	<b>127</b>	<b>89</b>	<b>31</b>	<b>120</b>

## GRI 405-2<sup>43</sup>: Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini

Milano	2022			2021			2020		
	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto
Dirigenti	160.000	0	-	162.149	0	-	160.124	0	-
Quadri	75.000	73.300	0,97	77.421	77.002	0,99	76.442	75.373	0,99
Impiegati	36.090	35.441	0,98	36.519	37.874	1,04	34.852	37.479	1,08
Roma	2022			2021			2020		
	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto
Dirigenti	199.999	186.000	0,93	185.000	173.730	0,94	185.000	173.730	0,94
Quadri	55.678	72.784	1,31	57.104	58.629	1,03	58.481	58.629	1,00
Impiegati	37.000	34.500	0,92	36.040	35.752	0,99	34.759	37.598	1,08

La quota dei giovani sotto i 30 anni in azienda è aumentata di 7 punti percentuali rispetto al 2020 e rappresenta oggi il 25%. La maggior parte dei dipendenti (57%) si trova nella fascia di età tra i 30 e i 50 anni, mentre il rimanente 18% è sopra i 50 anni.

All'interno degli uffici di GSR sono stati effettuati **31 nuovi inserimenti, tra cui 17 donne e 14 uomini.**

In linea con i trend di mobilità aziendali globali, GSR ha registrato un aumento delle cessazioni nell'organico nel 2022 rispetto agli anni precedenti, con un totale di 20 perdite.

Poiché il business di Retail Group ha una natura diversa, è necessario considerare separatamente la situazione dei dipendenti. Nonostante il numero totale dei dipendenti sia inferiore rispetto all'anno precedente, il numero di nuove assunzioni è molto elevato (+51 assunzioni nel 2022). Le cessazioni registrate, infatti, non tengono conto delle naturali scadenze contrattuali degli addetti alle vendite nei temporary store gestiti da Retail

Group, che possono variare (es. cadenza trimestrale, semestrale) a seconda del business ospitato.

### Investire per il benessere

In linea con la ripresa post pandemica, GSR nel 2022 ha deciso di sviluppare una serie di progetti per il miglioramento del benessere dei propri dipendenti, agendo sulla work-life balance e sul clima organizzativo. In linea con le normative vigenti, GSR garantisce il diritto al congedo parentale, all'assicurazione sanitaria e coperture assicurative per i propri dipendenti. Nel periodo di rendicontazione, 5 donne hanno usufruito del congedo, con un tasso di rientro successivo al congedo pari al 100%.

GRI 401-3: Congedo parentale									
Congedo parentale	2022			2021			2020		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
a. Dipendenti aventi diritto al congedo parentale	1	5	6	0	5	5	2	3	5
b. Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	0	5	5	0	5	5	0	3	3
c. Dipendenti rientrati a lavoro dopo il congedo parentale	0	5	5	0	5	5	0	3	3
d. Dipendenti rientrati a lavoro e che sono tali nei 12 mesi successivi	0	3	3	0	5	5	0	3	0
e. Tasso di rientro	100%			100%			100%		
e. Tasso di retention	60%			100%			-		

### Investire per la salute e la sicurezza

GSR mira a garantire un **ambiente di lavoro sicuro e salutare per tutti i suoi dipendenti.** Per raggiungere questo obiettivo, il Gruppo adotta tutte le misure necessarie per prevenire incidenti e proteggere la salute dei lavoratori.

Il **sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro copre tutte le attività del Gruppo** e si basa sul rispetto della normativa italiana in materia (D.Lgs. 81/08 e ss.mm.ii. - Testo Unico sulla salute e sicurezza sul lavoro).

Inoltre, in linea con le prescrizioni di legge sulla sicurezza dei dipendenti, GSR e Retail Group hanno nominato un medico competente e creato un organigramma per la gestione della sicurezza, che comprende un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP). Grazie a queste misure, GSR assicura il rispetto dei diritti dei lavoratori e il mantenimento di un ambiente di lavoro sicuro e salubre.

### Creare una cultura della sostenibilità

Nel corso dell'ultimo triennio la formazione interna è stata un'importante leva per la **costruzione di una nuova cultura della sostenibilità.** Gli investimenti in formazione hanno portato a una maggiore consapevolezza delle competenze e della forza delle persone all'interno dell'azienda, con un forte sviluppo personale e professionale. Negli ultimi anni il Gruppo ha portato avanti **diversi percorsi di aggiornamento di competenze trasversali**, con corsi di People management, e **programmi di formazione tecnica** a rafforzare competenze professionali esistenti e a svilupparne di nuove. Di questi ultimi possiamo citare corsi di digital retail innovation, marketing & media o aggiornamenti su salute, sicurezza, HACCP, corsi di primo soccorso e D.Lgs. 231/2001.

Nel 2021, si è svolto il **Sustainability Bootcamp**, una serie di quattro incontri di formazione sulla sostenibilità

rivolti ai direttori di GSR e Retail Group. Gli incontri hanno coperto diversi argomenti, tra cui gli approcci e gli strumenti della sostenibilità, il dialogo con gli stakeholder, la sostenibilità e le tendenze future e fornito casi di successo nel mondo del retail, con l'obiettivo finale di raccogliere stimoli utili per lo sviluppo del piano di sostenibilità.

Nonostante l'assenza di attività di formazione nel 2022 dovuta ad un avvicendamento organizzativo, GSR ha in programma nuove attività di formazione su misura per le esigenze delle proprie persone nel 2023. Al fine di valorizzare la propria squadra e adattarsi alle continue evoluzioni del mercato, l'azienda sta attualmente sviluppando **percorsi di formazione per rafforzare la consapevolezza sulla sostenibilità e sviluppare una cultura ESG condivisa.** Le attività di formazione su misura per ciascuna area convergeranno in un programma unico che sarà implementato entro la fine del 2023.

### La struttura di governance: nuove soluzioni e modelli

GSR è una **Società per Azioni, con sistema di amministrazione e controllo di tipo tradizionale, composto da tre organi:** l'assemblea degli Azionisti (organo deliberativo), il Consiglio di amministrazione e l'Assemblea dei Soci (l'organo di controllo).

L'Assemblea degli azionisti è composta da **8 membri di cui il 25% donne** e nomina i componenti del Consiglio di Amministrazione. Questo, cui è affidata la gestione dell'impresa, ha nominato il Presidente e l'Amministratore Delegato, conferendo a quest'ultimo i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione. Al fine di garantire il rispetto delle normative vigenti, la trasparenza nel business e comportamenti responsabili, GSR e RG si sono dotati di un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** (ex D.lgs. 231 del 2001). Inoltre, la Società ha nominato un **Organismo di Vigilanza** ("OdV"), investito del compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello di organizzazione, gestione e controllo ai sensi dell'art. 6 D.Lgs. 231/2001 (il "Modello Organizzativo 231") adottato dalla stessa. L'OdV è composto da due

Composizione del massimo organo di governo	2022	
	Ruolo	Mandato (2022-2024)
Borletti Maurizio Romualdo	Presidente CdA	3 esercizi
Baldan Alberto	Amministratore Delegato	3 esercizi
De Spirt Paolo	Consigliere	3 esercizi
Bolana Herrero Mauricio	Consigliere	3 esercizi
Aquien Alexandre Emmanuel	Consigliere	3 esercizi
Le Saout Sophie	Consigliera	3 esercizi
Schoechlin Angelika Sabine	Consigliera	3 esercizi
Alessandro Pagliaro	Consigliere	3 esercizi

membri esterni e un membro interno. Come parte del Modello 231, GSR e RG hanno adottato un **Codice Etico**, al fine di definire con chiarezza e trasparenza i valori ed i principi a cui la Società si ispira, nonché i criteri di condotta volti a regolare le proprie attività, basato su valori quali integrità, responsabilità, trasparenza e riservatezza e volto a stabilire norme di comportamento verso i vari stakeholder interni ed esterni.

### Modello di business in trasformazione

Nonostante la battuta d'arresto che la crisi pandemica ha significato per i trasporti, colpendo anche il settore di GSR, l'azienda non ha smesso di investire e scommettere su nuove soluzioni per migliorare i servizi offerti, con l'obiettivo di portare maggior valore anche ai propri clienti. Attraverso due azioni GSR ha caratterizzato il suo

operato facendo leva su un nuovo modello gestionale basato su un concept innovativo degli spazi delle stazioni.

### Il progetto Total Audience

Nell'ultimo triennio, GSR ha creato un modello innovativo per monitorare l'audience nelle stazioni ferroviarie: il progetto Total Audience. Si basa su una **mappa delle stazioni** suddivisa in celle 5x5 metri e sulle **videocamere** montate negli impianti digitali, che **consentono di rilevare il flusso di persone in ogni cella ogni 15 minuti**. Validato dal **Politecnico di Milano**, il progetto consente di avere una stima precisa del numero di persone che entrano e passano attraverso le stazioni quasi in tempo reale, permettendo di monitorare l'impatto delle attività di comunicazione e

di marketing svolte dall'azienda.

L'obiettivo ultimo è quello di avviare e consolidare un nuovo processo per migliorare la relazione con i clienti, monitorare con precisione l'impatto delle attività di marketing e offrire servizi personalizzati di alta qualità.

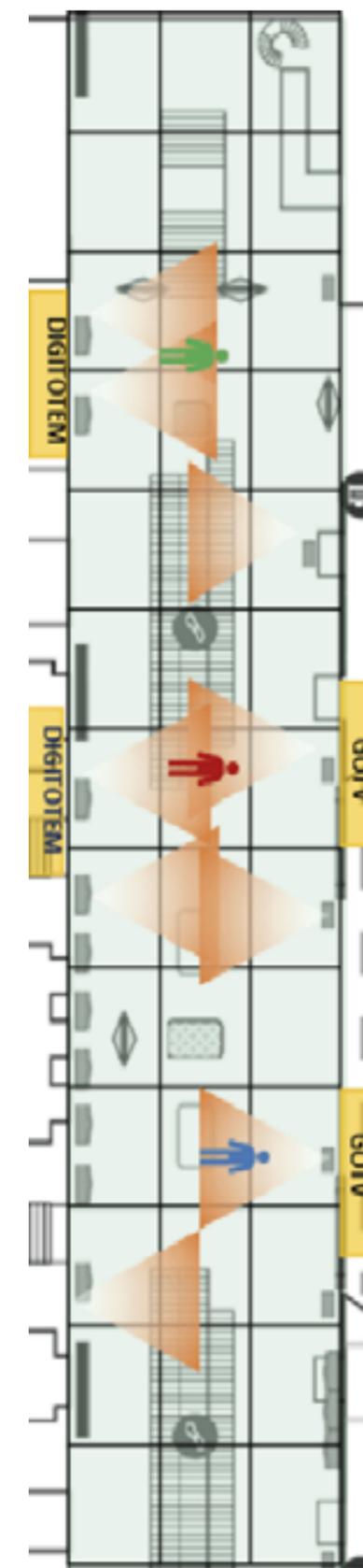
### Il supporto ai tenant

GSR ha recentemente adottato una serie di attività mirate a supportare i propri tenant. Una delle key action introdotte è stata l'erogazione di oltre **80 ore di Retail Training in store**. Il team di GSR ha infatti svolto un'attività di formazione presso i negozi Mango, grazie alla collaborazione con Retail Group. L'obiettivo è stato quello di capire le difficoltà che i tenant incontrano quotidianamente, e vivere in prima persona le dinamiche del retail per poter fornire un supporto più efficace. Inoltre, sono stati attivati **14 nuovi Mall Report ogni mese**, strumenti di analisi interna utilizzati per monitorare i flussi di stazione e gli andamenti dei fatturati. Questi report permettono a GSR di avere una visione dettagliata della situazione e intervenire tempestivamente in caso di criticità.

Per quanto riguarda il supporto ai brand, il team di GSR collabora giornalmente con Marketing e Media per individuare le opportunità di miglioramento e intervenire con azioni di marketing e pubblicità, anche attraverso l'utilizzo di ADV stazione.

Un'altra importante iniziativa è stata il ripristino dell'ordine e della pulizia nei Mall. In più di 90 negozi a livello di network, il **controllo giornaliero sullo stato degli store** (vetrine, illuminazione, presentazione prodotto, pulizia, staff) ha permesso di creare un ambiente accogliente e ordinato per i clienti. Infine, GSR ha **ripreso a comunicare in modo più frequente** e diretto con i propri tenant, inviando più di 600 lettere per condividere comunicazioni generali, richiami, procedure e richieste di informazioni.

### Esempio di rilevazione Total Audience



# 06

## COME NASCE QUESTO DOCUMENTO

### Nota metodologica

[GRI 2-1] [GRI 2-2] [GRI 2-3] [GRI 2-5] [GRI 2-29]

*La sostenibilità è una questione di impatto e la sfida per le organizzazioni consiste nel concentrarsi sui temi in cui è possibile generare un cambiamento positivo o ridurre le esternalità negative, incoraggiando i propri stakeholder a fare lo stesso.*

**Il bilancio di sostenibilità è uno strumento essenziale per GSR S.p.A. per comunicare il proprio impegno nel suo percorso di sostenibilità.**

La rendicontazione di sostenibilità per l'anno fiscale 2022 è stata effettuata in conformità ai GRI Standards 2021, opzione "with reference to". Dove possibile, sono stati presentati i dati relativi agli anni precedenti per consentire un confronto. A partire da quest'anno, la rendicontazione sarà annuale, consentendo un confronto delle informazioni su base annua. Il perimetro di rendicontazione comprende anche Retail Group.

Questo bilancio di sostenibilità di GSR rappresenta il primo passo in un percorso di crescita e allineamento ai più noti standard globali di sostenibilità, i GRI 2021, che l'azienda intende perseguire nei prossimi anni. Attraverso questo cammino, GSR intende rafforzare ulteriormente l'integrazione della sostenibilità all'interno del proprio business e lungo tutta la catena del valore.

Il documento è stato strutturato attorno a 9 temi materiali, ovvero quelli in cui l'azienda genera o subisce gli impatti più significativi dal punto di vista economico, ambientale, sociale e dei diritti umani. In questo documento, l'azienda rendiconta gli impatti, le modalità di gestione adottate e i risultati ottenuti

durante l'anno per ogni tema. I temi e gli impatti sono stati valutati preliminarmente in base ai criteri di portata, perimetro, irrimediabilità e probabilità. I risultati sono stati poi sintetizzati, condivisi con gli stakeholder esperti e discussi durante un incontro specifico in plenaria. Questo processo ha permesso di integrare il punto di vista esterno - l'influenza delle valutazioni e delle decisioni degli stakeholder - con quello interno dell'organizzazione, inteso come significatività degli impatti generati e subiti dall'azienda.

**Il processo di raccolta, elaborazione e controllo dei dati ha visto il coinvolgimento e la collaborazione di tutte le funzioni di GSR,** ciascuna in riferimento alle aree di propria competenza, sotto il coordinamento e monitoraggio del team Sostenibilità.

Il documento viene pubblicato sul sito web e distribuito in occasione della pubblicazione in formato esclusivamente digitale e navigabile. Per ulteriori informazioni ed eventuali approfondimenti è possibile rivolgersi a Grazia Panarisi ([grazia.panarisi@gsretail.it](mailto:grazia.panarisi@gsretail.it)) o visitare il sito web <https://www.gsretail.it/>.

# 07

## INDICE DEI CONTENUTI GRI

Grandi Stazioni Retail S.p.A. ha riportato le informazioni citate nel presente indice dei contenuti GRI per il periodo che va dal 1° gennaio 2022 al 31 dicembre 2022 in conformità ai GRI Standards (opzione “with reference to”) e in linea con le indicazioni del GRI 1: Foundation 2021.

### Informative generali

#### 2.1. L'Organizzazione e le sue pratiche di rendicontazione

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
2-1	Dettagli organizzativi	Grandi Stazioni Retail S.p.A., con sede legale in Via Giovanni Giolitti n. 34 – 00185 Roma (RM)	
2-2	Entità incluse nel reporting di sostenibilità dell'organizzazione	Il perimetro di rendicontazione considera le attività di GSR S.p.A. e di Retail Group S.p.A. in Italia	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Il periodo di riferimento della rendicontazione va dal 1° gennaio 2022 al 31 dicembre 2022, in linea con il perimetro di rendicontazione del bilancio d'esercizio. Il punto di contatto per approfondimenti è: Grazia Panarisi – grazia.panarisi@gsretail.it	La frequenza della rendicontazione non è determinabile poiché il presente documento costituisce il primo Bilancio di sostenibilità di GSR S.p.A.
2-4	Revisione di informazioni	Il documento costituisce il primo bilancio di sostenibilità. Pertanto, non sono state effettuate revisioni.	
2-5	Assurance esterna		Il documento non è stato soggetto a assurance esterna

#### 2.2. Attività e lavoratori

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	§ Analisi di materialità	
2-7	Dipendenti	§ Una squadra che si rafforza Allegato tabellare	
2-8	Lavoratori non dipendenti	Allegato tabellare	

<b>2.3. Governance</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
2-9	Struttura e composizione della governance	§ La struttura di governance: nuove soluzioni e modelli
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	§ La struttura di governance: nuove soluzioni e modelli
2-11	Presidente del massimo organo di governo	Borletti Maurizio Romualdo, Presidente del CdA
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Il Presidente del CdA non è un dirigente della Società
2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Il CdA ha approvato la rendicontazione di sostenibilità del Gruppo che include i risultati dell'analisi di materialità.
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	Le politiche retributive regolano i compensi fissi e variabili
2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	I processi di definizione delle politiche retributive avvengono in linea con le disposizioni del Codice civile
2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	L'organizzazione deve fornire le seguenti informazioni contestuali: • I dipendenti segnalati nella sezione 2-7 del presente Standard sono stati inclusi nel calcolo. • Per ogni dipendente part-time vengono utilizzati i tassi di retribuzione equivalenti a tempo pieno (FTE). • Inclusa retribuzione fissa e variabile • Il titolo della persona più pagata: Chief Operation Officer

<b>2.4. Strategia, politiche e pratiche</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	§ Lettera agli stakeholder
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Non si sono verificati casi di non conformità nel triennio 2020-2022

<b>2.5. Coinvolgimento degli stakeholder</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	§ Il percorso di GSR per integrare la sostenibilità
2-30	Contratti collettivi	Tutti i dipendenti del Gruppo rientrano nel CCNL di settore, al quale sono uniformati anche i lavoratori con contratto di somministrazione

<b>3. Temi materiali</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	§ Il percorso di GSR per integrare la sostenibilità
3-2	Elenco dei temi materiali	§ Il percorso di GSR per integrare la sostenibilità

## Informative specifiche

<b>Asset e spazi efficienti, accessibili e sicuri</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-3	Gestione dei temi materiali	
203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	Allegato tabellare
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	§ Gestione dei rifiuti

<b>Dialogo e buona comunicazione interna</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-3	Gestione dei temi materiali	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	Allegato tabellare

<b>(Segue) Dialogo e buona comunicazione interna</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	§ Una squadra che si rafforza
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	Non sono stati registrati episodi di discriminazione durante il periodo 2020-2022

<b>Efficienza energetica e approvvigionamento dell'energia</b>			
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>	
3-3	Gestione dei temi materiali		
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	§ Consumi energetici ed emissioni climalteranti I dati sono stati forniti da GS Rail	
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	§ Consumi energetici ed emissioni climalteranti I dati sono stati forniti da GS Rail	Fonte Gruppo FS, file Gruppo FS - coefficienti energia ed emissioni v7 31-03-21 Fattori di conversione 2021.
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	§ Consumi energetici ed emissioni climalteranti I dati sono stati forniti da GS Rail	Fonte Gruppo FS, file Gruppo FS - coefficienti energia ed emissioni v7 31-03-21 Fattori di conversione 2021.

<b>Esperienza positiva per tutti i visitatori</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-3	Gestione dei temi materiali	
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	§ La sostenibilità dei fornitori e dei Tenant

<b>Etica dei media ed educazione alla sostenibilità</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-3	Gestione dei temi materiali	
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	Allegato tabellare
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	Non si sono verificate violazioni nel triennio 2020-2022

<b>Impronta ambientale dei negozi e temporary store</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-3	Gestione dei temi materiali	
303-5	Consumo di acqua	Allegato tabellare

<b>Qualità del lavoro, benessere, salute e sicurezza</b>		
<b>Disclosure</b>	<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-3	Gestione dei temi materiali	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	§ Una squadra che si rafforza Allegato tabellare
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	Sedi operative: Roma e Milano  Allegato tabellare
401-3	Congedo parentale	§ Una squadra che si rafforza Allegato tabellare

<b>(Segue) Qualità del lavoro, benessere, salute e sicurezza</b>			
<b>Disclosure</b>		<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	§ Chi anima le stazioni	

<b>Riqualificazione e valorizzazione degli asset e del territorio</b>			
<b>Disclosure</b>		<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-3	Gestione dei temi materiali		
201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	§ La stazione è un'Agorà	
203-2	Impatti economici indiretti significativi	§ La stazione è un'Agorà	
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	§ La stazione è un'Agorà Tutte le attività organizzate prevedono un coinvolgimento della comunità locale, valutazioni d'impatto e/o programmi di sviluppo	

<b>Sviluppo e valorizzazione delle proprie persone</b>			
<b>Disclosure</b>		<b>Note e riferimenti</b>	<b>Omissioni</b>
3-3	Gestione dei temi materiali		
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	§ Creare una cultura della sostenibilità	
404-3	Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale	Allegato tabellare	

## Allegato Tabellare

<b>GRI 2-7 a: Dipendenti per genere e regione Head count / Full Time Equivalent (FTE)</b>												
	<b>2022</b>				<b>2021</b>				<b>2020</b>			
	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale	Donna	Uomo	Altro*	Totale
<b>Roma<sup>44</sup></b>	110	37	0	147	138	33	0	171	127	39	0	166
<b>Milano<sup>45</sup></b>	70	43	0	113	93	49	0	142	81	53	0	134
<b>Totale</b>	<b>180</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>260</b>	<b>231</b>	<b>82</b>	<b>0</b>	<b>313</b>	<b>208</b>	<b>92</b>	<b>0</b>	<b>300</b>

<sup>44</sup> Sotto Roma sono stati riportati anche i dipendenti di Retail Group che lavorano nelle stazioni di Napoli, Firenze e Bologna.

<sup>45</sup> Sotto Milano sono stati riportati anche i dipendenti di Retail Group che lavorano nelle stazioni di Torino, Genova, Verona e Venezia.

GRI 2-7 b: Numero totale dipendenti Roma di GSR e RG, suddivisione per genere									
Roma	2022			2021			2020		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
Numero di dipendenti a tempo indeterminato	77	47	124	88	54	142	106	61	167
Numero di dipendenti a tempo determinato	26	3	29	42	2	44	13	0	13
<b>Totale</b>	<b>103</b>	<b>50</b>	<b>153</b>	<b>130</b>	<b>56</b>	<b>186</b>	<b>119</b>	<b>61</b>	<b>180</b>
Numero di dipendenti a tempo pieno	54	45	99	62	49	111	65	54	119
Numero di dipendenti a tempo parziale	49	5	54	68	7	75	54	7	61
<b>Totale</b>	<b>103</b>	<b>50</b>	<b>153</b>	<b>130</b>	<b>56</b>	<b>186</b>	<b>119</b>	<b>61</b>	<b>180</b>

Non si registrano dipendenti a orario non garantito.

GRI 2-7 b: Numero totale dipendenti Milano di GSR e RG, suddivisione per genere									
Milano	2022			2021			2020		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
Numero di dipendenti a tempo indeterminato	56	24	80	70	21	91	80	28	108
Numero di dipendenti a tempo determinato	21	6	27	31	5	36	9	3	12
<b>Totale</b>	<b>77</b>	<b>30</b>	<b>107</b>	<b>101</b>	<b>26</b>	<b>127</b>	<b>89</b>	<b>31</b>	<b>120</b>
Numero di dipendenti a tempo pieno	47	23	70	54	21	75	58	25	83
Numero di dipendenti a tempo parziale	30	7	37	47	5	52	31	6	37
<b>Totale</b>	<b>77</b>	<b>30</b>	<b>107</b>	<b>101</b>	<b>26</b>	<b>127</b>	<b>89</b>	<b>31</b>	<b>120</b>

Non si registrano dipendenti a orario non garantito.

GRI 2-8: Lavoratori non dipendenti di GSR e RG								
2022			2021			2020		
n.	Relazione contrattuale	Mansione	n.	Relazione contrattuale	Mansione	n.	Relazione contrattuale	Mansione
1	Collaboratore	CEO	1	Collaboratore	CEO	1	Collaboratore	CEO
1 2	Contratto di agenzia	Agente di commercio	1 2	Contratto di agenzia	Agente di commercio	1 5	Contratto di agenzia	Agente di commercio
-	-	-	3	Collaboratore	Consulente dermocosmetico	-	-	-
<b>13</b>			<b>16</b>			<b>16</b>		

GRI 2-9: governance				
Composizione del massimo organo di governo	2022			
	Ruolo	Mandato (periodo/scadenza)	Descrizione	Genere
Borletti Maurizio Romualdo	Presidente CdA	3 esercizi (2022-2024)	Presidente del CdA - Legale Rappresentante	M
Baldan Alberto	Amministratore Delegato	3 esercizi (2022-2024)	Amministratore Delegato - Legale Rappresentante	M
De Spirt Paolo	Consigliere	3 esercizi (2022-2024)	Consigliere (senza deleghe)	M
Bolana Herrero Mauricio	Consigliere	3 esercizi (2022-2024)	Consigliere (senza deleghe)	M
Aquien Alexandre Emmanuel	Consigliere	3 esercizi (2022-2024)	Consigliere (senza deleghe)	M
Le Saout Sophie	Consigliera	3 esercizi (2022-2024)	Consigliere (senza deleghe)	F
Schoechlin Angelika Sabine	Consigliera	3 esercizi (2022-2024)	Consigliere (senza deleghe)	F
Persello Charles	Consigliere	3 esercizi (2022-2024)	Consigliere (senza deleghe)	M

<b>GRI 2-21<sup>46</sup>: Tasso della retribuzione media annua di GSR</b>								
<b>2022</b>			<b>2021</b>			<b>2020</b>		
Retribuzione più alta (€)	Mediano (€)	Rapporto (%)	Retribuzione più alta (€)	Mediano (€)	Rapporto (%)	Retribuzione più alta (€)	Mediano (€)	Rapporto (%)
330.000	41.700	791%	330.000	40.600	813%	330.000	40.600	813%

<b>GRI 203-1: Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati</b>									
	<b>2022</b>			<b>2021</b>			<b>2020</b>		
	Dimensione	Costo	Durata	Dimensione	Costo	Durata	Dimensione	Costo	Durata
	m <sup>2</sup>	M €	mesi	m <sup>2</sup>	M €	mesi	m <sup>2</sup>	M €	mesi
<b>Food Hall TORINO</b>	145	0,2	2	1.726	2,9	12	2.119	3,5	12
<b>Food Hall NAPOLI</b>	-	-	-	124	0,1	10	2.299	3,1	12
<b>Requalification ROMA TERMINI</b>	5.853	7,1	12	6.918	8,4	12	609	0,7	12

<b>303-3<sup>47</sup>: Prelievo idrico</b>	
<b>Acqua prelevata per uso civile</b>	<b>2022</b>
Da acquedotto (ML)	409,60
Da aree sotterranee (ML)	1,16
Da area soggetta a stress idrico (%)	62% dei consumi avviene in aree considerate ad alto stress idrico

<sup>47</sup> Sono stati valutati tramite una ripartizione dei consumi proporzionale all'addebito economico effettuato riguardo agli oneri condominiali. Tale criterio di ripartizione viene analogamente utilizzato da GSRail per le proprie dichiarazioni nell'ambito del Report di Sostenibilità del Gruppo FS.

<sup>46</sup> I dati riportati sono stati calcolati esclusivamente per i dipendenti di GSR data la natura di estrema variabilità dei dipendenti di RG.

<b>GRI 401-1<sup>48</sup>: Assunzioni e cessazioni per età e genere del Gruppo</b>				
<b>a. Assunzioni per età<sup>49</sup></b>				
<b>Genere</b>	<b>Età</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
Uomo	< 30 anni	13	9	4
	30 - 50 anni	10	3	3
	> 50 anni	0	0	0
Totale Uomini		23	12	7
Donna	< 30 anni	54	63	22
	30 - 50 anni	5	8	2
	> 50 anni	0	0	0
Totale Donne		59	71	24
<b>TOTALE ASSUNZIONI</b>		<b>82</b>	<b>83</b>	<b>31</b>
<b>TOTALE DIPENDENTI</b>		<b>260</b>	<b>313</b>	<b>300</b>
<b>TASSO DI ASSUNZIONI</b>		<b>0,31</b>	<b>0,27</b>	<b>0,10</b>

<sup>48</sup> Le cessazioni riguardano solamente le dimissioni/licenziamenti e non le scadenze di contratto.

<sup>49</sup> Il totale assunzioni considera tutto l'anno di riferimento mentre il totale dipendenti fa riferimento a quelli in forza al 31/12 di ogni anno di riferimento.

<b>GRI 401-1<sup>48</sup>: Assunzioni e cessazioni per età e genere del Gruppo</b>				
<b>b. Cessazioni per età</b>				
<b>Genere</b>	<b>Età</b>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>
Uomo	< 30 anni	2	4	0
	30 - 50 anni	6	5	4
	> 50 anni	2	3	2
Totale Uomini		10	12	6
Donna	< 30 anni	8	13	1
	30 - 50 anni	6	11	6
	> 50 anni	1	2	1
Totale Donne		15	26	8
<b>TOTALE CESSAZIONI</b>		<b>25</b>	<b>38</b>	<b>14</b>
<b>TOTALE DIPENDENTI</b>		<b>260</b>	<b>313</b>	<b>300</b>
<b>TASSO DI CESSAZIONI</b>		<b>0,09</b>	<b>0,12</b>	<b>0,05</b>

<b>GRI 401-2: Benefit</b>		
<b>a. Benefit standard</b>	<b>Milano</b>	<b>Roma</b>
Assicurazione sulla vita	No	No
Assistenza sanitaria	Sì	Sì
Copertura assicurativa in caso di disabilità e invalidità	Sì	Sì
Congedo parentale	Sì	Sì
Contributi pensionistici	Sì	Sì

<b>(Segue) GRI 401-2: Benefit</b>		
<b>a. Benefit standard</b>	<b>Milano</b>	<b>Roma</b>
Partecipazione azionaria	No	No
Polizza infortuni	Sì	Sì

<b>GRI 401-3: Congedo parentale<sup>50</sup></b>									
<b>Congedo parentale</b>	<b>2022</b>			<b>2021</b>			<b>2020</b>		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
a. Dipendenti aventi diritto al congedo parentale	1	5	6	0	5	5	2	3	5
b. Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	0	5	5	0	5	5	0	3	3
c. Dipendenti rientrati a lavoro dopo il congedo parentale	0	5	5	0	5	5	0	3	3
d. Dipendenti rientrati a lavoro e che sono tali nei 12 mesi successivi	0	3	3	0	5	5	0	3	3
<b>e. Tasso di rientro</b>	<b>100%</b>			<b>100%</b>			<b>100%</b>		
<b>e. Tasso di retention</b>	<b>60%</b>			<b>100%</b>			<b>-</b>		

<sup>50</sup> Il dato è stato rendicontato esclusivamente per i dipendenti di GSR non compresi di dipendenti di Retail Group.

GRI 404-2: Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione, svolti da GSR			
2021		2020	
Tipologia	Contenuto	Tipologia	Contenuto
Aggiornamento	D.Lgs. 231/2001	Aggiornamento	D.Lgs. 231/2001
Aggiornamento	Sostenibilità	Aggiornamento	Fundamentals of windows server infrastructure
Aggiornamento	HSE	Aggiornamento	Covid 19
Aggiornamento	People Management excellence	Aggiornamento	Leasing practices
Aggiornamento	Digital retail innovation		
Aggiornamento	Marketing & Media		
Aggiornamento	Percorso manager		

GRI 404-2: Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione, svolti da RG			
2022		2021	
Tipologia	Contenuto	Tipologia	Contenuto
Formazione	Corso LIS – Lingua dei segni	Formazione e aggiornamento	Formazione Sicurezza sul lavoro Generale/Specifico e preposti e RLS
Formazione	Corso transpallet e carelli semi moventi	Formazione e aggiornamento	Primo soccorso
Formazione e aggiornamento	HACCP	Formazione e aggiornamento	HACCP
Formazione e aggiornamento	Primo soccorso		
Formazione e aggiornamento	Antincendio		
Formazione e aggiornamento	Formazione Sicurezza sul lavoro Generale/Specifico e preposti e RLS		

GRI 404-3 <sup>51</sup> : Percentuale di dipendenti che ricevono una valutazione periodica delle performance e dello sviluppo professionale di GSR									
a. Valutazione dei dipendenti (%)	2022			2021			2020		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	5%	2%	7%	5%	2%	7%	9%	2%	11%
Quadri	15%	11%	26%	15%	11%	26%	12%	12%	23%
Impiegati	4%	8%	12%	4%	8%	12%	4%	6%	10%
Operai	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Totale</b>	<b>24%</b>	<b>21%</b>	<b>45%</b>	<b>24%</b>	<b>21%</b>	<b>45%</b>	<b>24%</b>	<b>20%</b>	<b>44%</b>

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti del Gruppo			
a. Organi di Governo (%)	2022		
	Uomini	Donne	Totale
< 30 anni	0	0	0
30 - 50	2	1	3
> 50	4	1	5

<sup>51</sup> Il dato è stato rendicontato esclusivamente per i dipendenti di GSR non compresi di dipendenti di Retail Group.

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti del Gruppo									
b. Dipendenti del Gruppo	2022			2021			2020		
	Uomini	Donne	Altro (specificare)	Uomini	Donne	Altro (specificare)	Uomini	Donne	Altro (specificare)
Dirigenti	6	2	0	6	2	0	7	2	0
Quadri	15	14	0	13	13	0	11	14	0
Impiegati	59	163	0	63	216	0	74	192	0
Operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0
b. Dipendenti del Gruppo	2022			2021			2020		
	< 30 anni	30 - 50	> 50	< 30 anni	30 - 50	> 50	< 30 anni	30 - 50	> 50
Dirigenti	0	4	4	0	3	5	0	4	5
Quadri	0	21	9	0	20	6	0	20	5
Impiegati	67	122	33	88	160	31	52	182	32
Operai	0	0	0	0	0	0	0	0	0

GRI 405-2 <sup>52</sup> : Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini									
Milano	2022			2021			2020		
	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto
Dirigenti	160.000	0	-	162.149	0	-	160.124	0	-
Quadri	75.000	73.300	0,97	77.421	77.002	0,99	76.442	75.373	0,99
Impiegati	36.090	35.441	0,98	36.519	37.874	1,04	34.852	37.479	1,08

Non si registra la presenza di personale contrattualizzato nella categoria "Operai".

GRI 405-2 <sup>52</sup> : Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini									
Roma	2022			2021			2020		
	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto	Stipendio base uomini	Stipendio base donne	Rapporto
Dirigenti	199.999	186.000	0,93	185.000	173.730	0,94	185.000	173.730	0,94
Quadri	55.678	72.784	1,31	57.104	58.629	1,03	58.481	58.629	1,00
Impiegati	37.700	34.500	0,92	36.040	35.752	0,99	34.759	37.598	1,08

Non si registra la presenza di personale contrattualizzato nella categoria "Operai".

GRI 417-3: Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing del Gruppo			
	2022	2021	2020
Numero totale di casi di non conformità.	0	0	1
Numero casi di non conformità con le normative che comportino un'ammenda o una sanzione	0	0	0
Numero casi di non conformità con le normative che comportino un avviso	0	0	0
Numero casi di non conformità con i codici di autoregolamentazione.	0	0	1

<sup>52</sup> Il dato è stato rendicontato esclusivamente per i dipendenti di GSR non compresi di dipendenti di Retail Group.



GRANDI  
STAZIONI  
RETAIL