



GRANDI
STAZIONI
RETAIL

STAZIONI DA VIVERE

2024 Bilancio di Sostenibilità

Il terzo bilancio di sostenibilità del Gruppo Grandi Stazioni Retail (GSR) testimonia il suo impegno nell'adozione di un approccio strategico e strutturato nella valutazione degli impatti generati dalle proprie attività su tutti i suoi portatori di interesse.

Questo documento ha lo scopo di fornire le informazioni chiave connesse ai temi ambientali, sociali e di governance prioritari per il Gruppo. A partire dall'identificazione degli impatti, rischi e opportunità rilevanti per il Gruppo e i suoi stakeholder, quest'anno il Bilancio di Sostenibilità è stato redatto in accordo con i nuovi standard European Sustainability Reporting Standard (ESRS) in regime volontario rispetto ai requisiti introdotti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD).

KNOWLEDGE PARTNER : TEHA Group

The European House-Ambrosetti

SOMMARIO

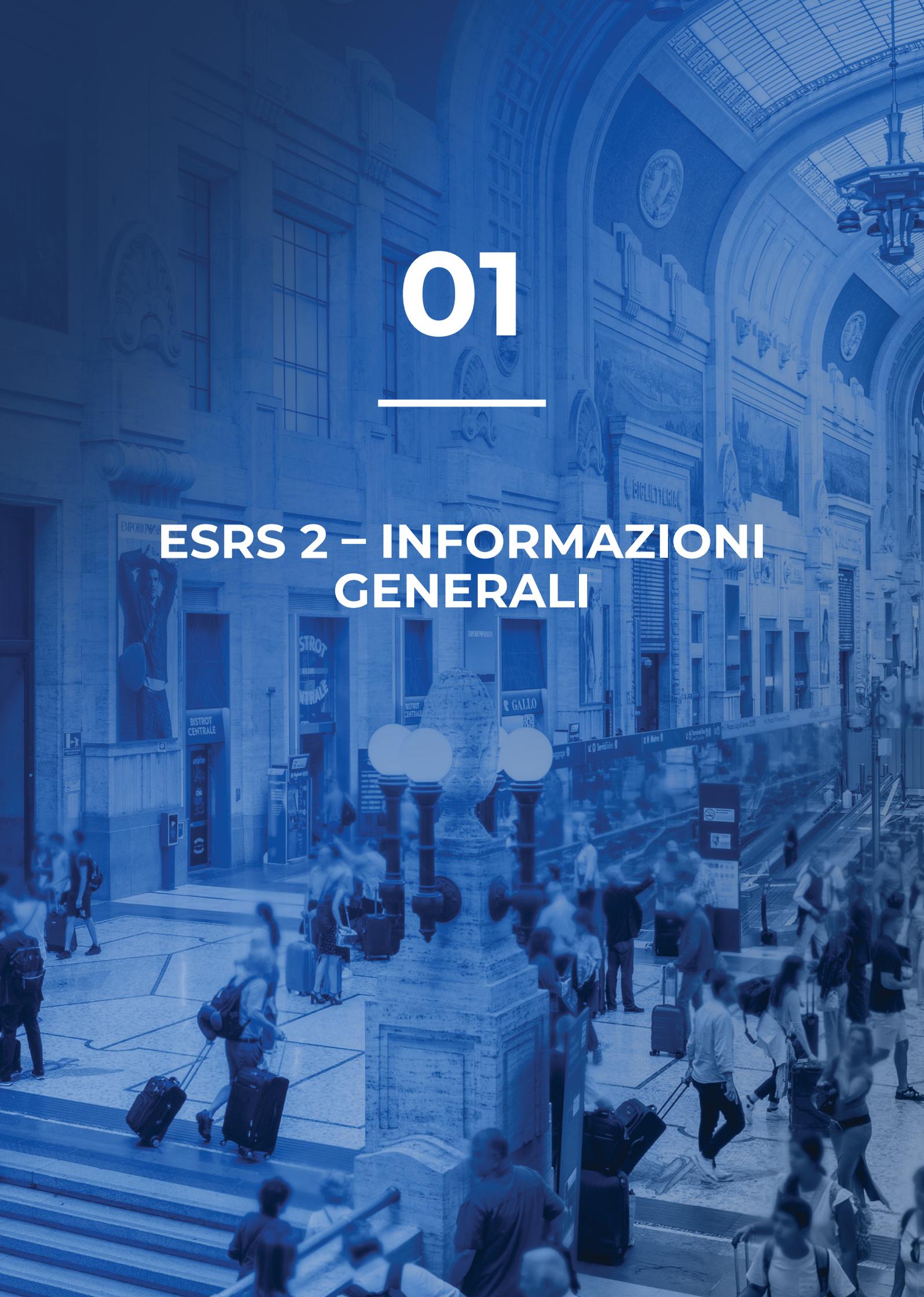
Il nostro 2024	<u>04</u>
01 ESRS 2 - Informazioni generali	<u>05</u>
Profilo aziendale	<u>06</u>
Governance	<u>14</u>
Gestione di impatti, rischi e opportunità	<u>17</u>
<i>Informazioni ambientali</i>	<u>25</u>
02 E1 - Cambiamento climatico	<u>26</u>
03 E3 - Acqua e risorse marine	<u>34</u>
04 E5 - Economia circolare	<u>37</u>
<i>Informazioni sociali</i>	<u>43</u>
05 S1 - Forza lavoro propria	<u>44</u>
06 S3 - Comunità interessate	<u>59</u>
07 S4 - Consumatori e utilizzatori finali	<u>65</u>
<i>Informazioni di Governance</i>	<u>72</u>
08 G1 - Condotta delle imprese	<u>73</u>
09 Indice ESRS	<u>76</u>
Criteri per la redazione	<u>77</u>

IL NOSTRO 2024

*"One network,
millions of opportunities"*

<p>14 Stazioni ferroviarie presenti su 11 città italiane</p>	<p>870 Unità commerciali</p>	<p>41 Temporary shop presenti all'interno delle stazioni</p>
<p>776 milioni Visite l'anno</p>	<p>209.239 Metri quadrati GLA¹</p>	<p>> 1.800 Impianti media</p>
<p>214 milioni di ricavi nel 2024 (+8% rispetto al 2023)</p>	<p>7 Le principali mostre ed eventi organizzati</p>	<p>5.854 Metri quadrati ristrutturati e riquadrati</p>
<p>100% Energia elettrica acquistata e consumata e da fonti rinnovabili</p>	<p>81% dei Brand di RG che hanno progetti di sostenibilità di prodotto</p>	<p>3% Campagne pro bono sugli impianti pubblicitari per sensibilizzare su tematiche sociali</p>
<p>320 Dipendenti tra GSR e Retail Group</p>	<p>8% Il tasso di turnover registrato per il 2024</p>	<p>~5.000 ore di formazione erogate nel corso dell'anno</p>

¹ 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).



01

ESRS 2 – INFORMAZIONI GENERALI

PROFILO AZIENDALE

SBM-1 Strategia, modello aziendale e catena del valore

Ogni anno, circa 776 milioni di visite popolano le stazioni ferroviarie italiane che da autentiche icone di architettura e storia si trasformano in vivaci piazze urbane. Dal 2016, Grandi Stazioni Retail valorizza gli spazi commerciali e di comunicazione all'interno delle 14 principali stazioni dell'Alta Velocità, distribuite tra le 11 maggiori città italiane.

Le attività del Gruppo si sviluppano attorno a 4 aree di business: la riqualificazione e valorizzazione delle stazioni; la gestione degli ambienti attraverso attività di leasing degli spazi commerciali e dei temporary

store; l'organizzazione di eventi e mostre; l'attività di advertising attraverso la vendita di spazi pubblicitari strategici.

Grandi Stazioni Retail ha chiuso l'anno registrando una crescita dell'8% dei ricavi, in linea con l'aumento del turismo complessivo in Italia (+2,5%), trainato dalla crescita di visitatori stranieri. Una tendenza che si scontra con la flessione del 2,8% subita dal turismo interno, attribuibile alla diminuzione del potere d'acquisto degli italiani e alla crescente inflazione¹.

STRATEGY

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

MISSION

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

¹ Assoturismo, "Turismo: Assoturismo Confesercenti-CST, consuntivo 2024 con il segno più, nell'anno circa 458,5 milioni di presenze, +2,5% rispetto al 2023", gennaio 2025

La nostra storia

Costituita nel 2016 in seguito alla scissione di Grandi Stazioni S.p.A. dal Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane, GSR è stata rilevata da Antin Infrastructure, Borletti Group e Icamap. Con l'obiettivo di massimizzare lo sviluppo e l'integrazione del business temporary all'interno delle stazioni, nel 2018 la Società ha acquisito Retail Group, che si occupa della commercializzazione e promozione di 41 temporary shop, situati all'interno delle stazioni, per offrire soluzioni commerciali temporanee rivolte a un pubblico diversificato.

Nel 2024, il Gruppo è stato acquisito dai fondi di investimento DWS Group e OMERS Infrastructure.



Il nostro network

Le stazioni rappresentano il principale punto di accesso ai centri urbani, offrendo un'esperienza unica che unisce cultura, shopping e food in un ambiente accogliente e suggestivo. Grazie alle sue 870 unità commerciali, GSR registra ogni giorno oltre 2,1 milioni di visite.



LEGENDA

- Alta velocità
- Linea tradizionale
- Interventi PNRR



ROMA TERMINI

Roma Termini
 La stazione più grande d'Italia e l'unica al mondo che può vantare al suo interno reperti archeologici di assoluto valore. Si sviluppa su più livelli, dall'interrato nel quale confluiscono le linee di trasporto metropolitano, alla Terrazza affacciata sui binari. La sua vitalità ed energia hanno fatto da sfondo a centinaia di film ed eventi, continuando ad ispirare il panorama nazionale e mondiale.

552.000 Visite Giornaliere	192 Unità commerciali
--------------------------------------	---------------------------------



MILANO CENTRALE

Milano Centrale
 La seconda stazione italiana per grandezza e traffico è uno snodo fondamentale per l'Alta Velocità e per i collegamenti con l'Europa. Definita da Frank Lloyd Wright come la "Stazione più bella del mondo", è amatissima dai milanesi e si contraddistingue per la grandiosa facciata larga 200 metri e alta 50, oltre che gli ambienti con ascendenze liberty, secessioniste e Dèco.

257.000 Visite Giornaliere	151 Unità commerciali
--------------------------------------	---------------------------------



Torino Porta Nuova

Con la sua galleria di testa larga 30 metri e lunga 150, è la terza più importante stazione italiana. Tra le eleganti vie del centro e il frizzante quartiere di San Salvario protagonista della vita notturna Torinese, questa stazione incarna il dinamismo della città, costituendone un importante simbolo: «un salotto» da vivere, nonché una «porta/monumento» per chi arriva.

167.000
Visite Giornaliere

78
Unità commerciali



Napoli Centrale

Un nodo di collegamento tra il Nord e il Sud Italia, caratterizzato dalle “piramidi”, elementi architettonici triangolari che adornano il tetto, divenuti ormai parte dell’immaginario collettivo e spesso utilizzati come location per film, spot e videoclip. Tra questi Mina, che nel celebre Carosello cantava “Se telefonando” proprio tra le piramidi della Stazione di Napoli.

229.000
Visite Giornaliere

114
Unità commerciali



Firenze Santa Maria Novella:

Unica ed imponente, rappresenta il fulcro per lo spostamento del Centro Italia. Inaugurata nel 1935, è un edificio di grande rilievo architettonico, il cui rivestimento esterno riprende sia i materiali che i colori della città. Al suo interno, invece, ospita opere di valore come le sculture di Italo Griselli e le pitture di Ottone Rosai e Mario Romoli.

257.000
Visite Giornaliere

53
Unità commerciali



Bologna Centrale

Collocata al centro delle più importanti direttrici che uniscono il Paese, questa stazione si pone come crocevia della Penisola. Inaugurata nel 1876, ha subito diversi interventi di ampliamento, tra cui l’apertura nel 2013 della nuova stazione sotterranea AV, consolidandosi come importante snodo per l’Alta Velocità. L’Alta Velocità.

154.000
Visite Giornaliere

46
Unità commerciali



Roma Tiburtina

Composta da due atrii uniti da un’enorme galleria di cristallo sospesa sopra i binari e da una piazza ipogea accogliente, rappresenta un vero “boulevard urban”. La stazione Tiburtina, progetto dello studio ABDR di Paolo Desideri, inaugurata nel 2011 è una delle più recenti realizzazioni ferroviarie del nostro paese.

45.000
Visite Giornaliere

64
Unità commerciali



Venezia Santa Lucia

Grazie al posizionamento all’estremità occidentale del Canal Grande, costituisce l’unica porta di accesso alla città lagunare ed è la via che connette Venezia con la terraferma. La presenza di eventi e di opere architettoniche di rilevanza internazionale, rendono il capoluogo veneto una destinazione turistica di altissimo livello.

144.000
Visite Giornaliere

40
Unità commerciali



Venezia Mestre

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

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

87.000

Visite Giornaliere

20

Unità commerciali



Verona Porta Nuova

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

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

75.000

Visite Giornaliere

31

Unità commerciali



Genova Piazza Principe

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

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

26.000

Visite Giornaliere

28

Unità commerciali



Genova Brignole

Situata ai piedi del Colle Montesano, nella piazza omonima, questa stazione venne costruita in occasione dell'esposizione mondiale del 1905 su progetto

dell'ingegnere Giovanni Ottino. L'architettura riprende lo stile romantico della "rinascenza" di scuola francese, arricchito da ampi motivi decorativi.

40.000

Visite Giornaliere

19

Unità commerciali



Bari Centrale

Tipica stazione di transito e punto di interscambio della Puglia con linee urbane, extraurbane e turistiche. Inaugurata nel 1864, la stazione venne

successivamente ampliata verso la piazza adiacente con una pensilina in ferro battuto in stile liberty.

65.000

Visite Giornaliere

24

Unità commerciali



Palermo Centrale

Il crocevia della Sicilia, unisce l'Isola con tutte le direttrici principali. È situata nel cuore della città, e collega l'aeroporto di Palermo con il servizio ferroviario

metropolitano. Costruita nel 1885, è tra le più antiche stazioni in attività d'Italia ed è testimonianza dello stile architettonico eclettico.

20.000

Visite Giornaliere

10

Unità commerciali

La catena del valore

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

	Fase	Descrizione attività
A monte	Approvvigionamento di risorse	Si occupa della selezione delle risorse per la riqualificazione e la gestione degli spazi. I materiali vengono scelti con attenzione alla qualità, alla provenienza e alle pratiche produttive sostenibili, collaborando con i clienti per garantire un allestimento innovativo e responsabile (ad es. attrezzature e materiali eco-friendly).
	Attività di retail	Collabora con i tenant per la progettazione degli spazi commerciali, dei temporary store. Inoltre, GSR monitora le iniziative legate alla sostenibilità delle aziende con cui collabora attraverso la compilazione di un questionario dedicato.
Operazioni proprie	Gestione e manutenzione degli spazi/asset	Gestisce la manutenzione e la conservazione dei propri spazi, inclusa la pulizia, la sanificazione degli ambienti, la gestione degli affitti e dei servizi igienici. Offre servizi chiavi in mano per temporary store, fornendo personale specializzato (logistica, IT, amministrazione, vendita).
	Eventi	Offre la possibilità di progettare e sviluppare eventi (spettacoli, concerti, mostre, ecc.) nei propri spazi, sia in leasing sia di propria organizzazione, selezionando con attenzione fornitori e partner e gestendo la comunicazione legata agli eventi.
	Organizzazione delle campagne di comunicazione e marketing	Mette a disposizione spazi pubblicitari per attività di comunicazione commerciali, di intrattenimento e pro bono. L'Azienda cura la rassegna dei contenuti pubblicitari da trasmettere sui propri schermi e si occupa della realizzazione di contenuti di intrattenimento.
A valle	Fruizione degli spazi	Gli spazi offerti sono dedicati a diverse attività, l'accesso avviene nel rispetto delle regolamentazioni vigenti e dei contratti stipulati con i partner commerciali.
	Consumo dei prodotti	Consumo dei prodotti venduti all'interno degli spazi in affitto da parte dei visitatori delle stazioni.
	Fruizione dei servizi igienici	Fruizione dei bagni pubblici a pagamento da parte dei visitatori, con una media di oltre 27.000 al giorno.
	Partecipazione agli eventi	Partecipazione agli eventi organizzati da GSR e dai suoi partner all'interno degli spazi delle stazioni, da parte dei visitatori.

La strategia di Sostenibilità

Nel 2018 Grandi Stazioni Retail ha iniziato il proprio percorso di integrazione della sostenibilità all'interno del business. A partire da STREAM (Stations To Respect Environment and Change Mindset), un primo progetto volto a sensibilizzare e coinvolgere i dipendenti, l'Azienda ha portato avanti il suo impegno nella promozione di programmi di formazione sulle tematiche ESG, attraverso il Sustainability Bootcamp nel 2022, rivolto al management e con il Sustainability LAB nel 2024, che ha coinvolto tutta la forza lavoro.

Queste iniziative hanno gettato le basi per lo sviluppo strategico del Piano di Sostenibilità, avviato nel 2022 sulla base delle idee e dei contributi emersi durante le attività di formazione e i momenti di confronto diretto con i dipendenti, successivamente approvati dal management.

Nella definizione dei suoi obiettivi, GSR ha seguito due direttrici chiave: da un lato, intervenendo direttamente nelle attività di propria competenza; dall'altro, valorizzando la rete di partner per amplificare l'impatto delle iniziative. Il Gruppo è chiamato ad agire come vero e proprio enabler, supportando le aziende con cui collabora nell'adozione di pratiche sostenibili e contribuendo così alla diffusione di un approccio responsabile lungo l'intera filiera. Al suo fianco, Retail Group si impegna a contribuire in modo concreto al percorso attraverso iniziative e target strategici in ambito sociale e ambientale, dettagliati nei rispettivi capitoli del Documento.

All'interno della seguente tabella sono riportati gli obiettivi che costituiscono il Piano di Sostenibilità di GSR, il cui progresso è descritto con maggiore dettaglio nelle sezioni di riferimento del presente Documento.

Il Piano di Sostenibilità di GSR	
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	
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	

Spazi gestiti

0 emissioni di CO₂, 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

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

Sempre a partire dal 2022, GSR ha scelto di rendicontare la propria performance in ambito ESG pubblicando la prima edizione del Bilancio di Sostenibilità. Oggi, il Gruppo ha deciso di realizzare un esercizio volontario di rendicontazione attraverso la presente Dichiarazione di Sostenibilità, allineandosi

ai nuovi standard ESRS (European Sustainability Reporting Standards). Processo che ha avuto inizio con l'aggiornamento dell'Analisi di Materialità secondo i principi della doppia rilevanza [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-2].

GOVERNANCE

GOV-1 Organi di amministrazione, direzione e controllo

GSR adotta un modello di governance tradizionale suddiviso in tre organi: l'Assemblea degli Azionisti, con funzioni deliberative, il Consiglio di Amministrazione, l'organo amministrativo e il Collegio Sindacale, incaricato delle attività di controllo.

L'Assemblea degli Azionisti detiene il compito di nominare i membri del Consiglio di Amministrazione (CdA), del Collegio Sindacale e, su proposta di quest'ultimo, la figura del revisore contabile. La nomina del CdA e del Collegio Sindacale è regolata dalle disposizioni contenute nel Codice Civile e dallo Statuto che, in particolare, stabilisce il diritto di nomina di ciascun azionista in proporzione alle quote

di partecipazione detenute.

A sua volta, il Consiglio di Amministrazione, composto da 7 membri, ha il potere di designare il Presidente e l'Amministratore Delegato, a cui sono attribuiti i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione.

I membri del CdA vantano una solida esperienza nel settore dei servizi commerciali e immobiliari. Grazie ai ruoli chiave ricoperti nel corso della loro carriera, hanno sviluppato una conoscenza approfondita delle dinamiche di mercato e dei servizi offerti, un bagaglio di competenze che consente di adottare una visione strategica e integrata, contribuendo alla crescita e al consolidamento del Gruppo.

Composizione del Consiglio di Amministrazione al 31/12/2024

Nome	Ruolo	Indipendenza	Genere
Luca Lupo	Presidente CdA	n.a.	M
Walter Manara	Vicepresidente CdA	n.a.	M
Alessandro Mussari	Consigliere	n.a.	M
Fabio Battaglia	Consigliere	n.a.	M
Timm Degenhardt	Consigliere	n.a.	M
Alessandro Fiascaris	Consigliere	n.a.	M
Alberto Baldan	Consigliere	n.a.	M

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

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

Composizione del Collegio Sindacale al 31/12/2024			
Nome	Ruolo	Indipendenza	Genere
Marco Fiorentino	Presidente		M
Francesca Sanseverino	Sindaco Effettivo		F
Roberto Lorusso Caputi	Sindaco Effettivo		M
Mirka Cesnik	Sindaco supplente		F
Ciro Ferdinando De Luca	Sindaco supplente		M

La Società ha, infine, affidato il compito di vigilare sul funzionamento e l'osservanza del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi dell'art.

6 D.Lgs. 231/2001 (Modello Organizzativo 231) all'Organismo di Vigilanza (OdV), composto da due membri esterni e un membro interno.

Composizione del Collegio Sindacale al 31/12/2024			
Nome	Ruolo	Indipendenza	Genere
Carlo Alberto Marchi	Presidente OdV	2024-2026	M
Ascensionato Carnà	Membro esterno OdV	2024-2026	M
Anna Comanducci	Membro esterno OdV	2024-2026	F

GOV-2 Informazioni fornite agli organi di amministrazione direzione e controllo e sulle questioni di sostenibilità e come queste siano affrontate

La Dichiarazione di Sostenibilità, elaborata sotto la supervisione del Service & Sustainability Manager, è esaminata e approvata dal Consiglio di Amministrazione. Al suo interno sono riportati i risultati dell'analisi di doppia rilevanza, sottoposta alla validazione del Management di Grandi Stazioni Retail. Nello sviluppo della strategia di sostenibilità un ruolo chiave è svolto proprio dal Service & Sustainability Manager, chiamato a migliorare le performance aziendali e diffondere una cultura ambientale e sociale tra dipendenti e collaboratori. Questa figura coordina le attività del Gruppo in materia ESG, assicurandone l'effettiva implementazione e supervisione e garantisce il coinvolgimento delle diverse funzioni aziendali e delle prime linee del management nell'identificazione delle priorità strategiche e dei principali impatti, rischi e opportunità identificati e rilevanti [rimando all'informativa IRO-1 e SBM-3].

GOV-3 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione per gli organi di amministrazione, direzione e controllo

GSR ha integrato una componente variabile all'interno del proprio sistema di incentivazione, basata sul raggiungimento di obiettivi opportunamente definiti, che includono obiettivi aziendali condivisi e obiettivi di Direzioni e/o individuali. Accanto ai tradizionali obiettivi economico-finanziari, nel 2024, sono stati integrati alcuni obiettivi MBO di sostenibilità rivolti a dirigenti e quadri, nonché agli impiegati che ricoprono posizioni rilevanti per il business, legati sia a target quantitativi che qualitativi.

La quota di remunerazione variabile integrata alla performance ESG si assesta al 10%, aggiornata e valutata dal Service & Sustainability Manager di concerto con il Management aziendale. Tutti gli obiettivi economico/quantitativi sono definiti in relazione ai

progetti del budget annuale.

GOV-4 Dichiarazione sul dovere di diligenza

Attualmente, il Gruppo non ha ancora implementato una procedura strutturata di due diligence lungo la catena del valore. Tuttavia, nella mappatura di impatti, rischi e opportunità, sono state integrate considerazioni relative alla catena del valore, sia a monte che a valle. Per ulteriori dettagli, si rimanda alla sezione ESRS 2 IRO-1.

GSR si impegna a favorire comportamenti etici tra i propri partner, fornendo raccomandazioni e best practice per lo sviluppo delle proprie operazioni. La Società monitora le attività dei tenant attraverso una survey annuale, volta a raccogliere informazioni sulle iniziative implementate in tema di consumi energetici, decarbonizzazione, gestione di acqua e rifiuti, diversità e inclusione, salute e sicurezza, e governance. Nel corso del 2024 sono stati coinvolti circa 36 nuovi partecipanti [rimando all'informativa S4-4].

GOV-5 Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità

Al momento GSR non ha sviluppato una procedura formalizzata per la rendicontazione di sostenibilità e il processo di raccolta dati avviene sotto la supervisione del Service & Sustainability Manager, coinvolgendo le diverse funzioni in base alle rispettive competenze sui temi rilevanti.

Per mitigare i rischi come gli errori di inserimento manuale, i problemi di aggregazione e le difficoltà di tracciamento delle modifiche, il processo prevede un sistema di doppio controllo. I proprietari dei dati sono chiamati a compiere una prima selezione e aggregazione delle informazioni qualitative e quantitative, da condividere successivamente con il Service & Sustainability Manager. Quest'ultimo si occupa, poi, di analizzare, verificare e validare le informazioni preliminari che andranno a costituire la Dichiarazione di Sostenibilità e di monitorare qualsiasi modifica ai file di raccolta dati, garantendo trasparenza e supervisione.

GESTIONE DI IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ

IRO-1 Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti

In linea con le richieste dello Standard unico europeo di rendicontazione di sostenibilità, European Sustainability Reporting Standard, GSR ha effettuato per la prima volta un'analisi di doppia rilevanza. Attraverso questo processo, la Società ha potuto identificare le questioni di sostenibilità più significative, integrando due dimensioni: la rilevanza d'impatto, che misura gli effetti dell'Azienda sull'ambiente e sulle persone, e la rilevanza finanziaria, che comprende rischi e opportunità economiche derivanti dal contesto esterno con effetti diretti sull'attività aziendale.

L'analisi è stata sviluppata a partire da un elenco strutturato di temi, sottotemi e sotto-sottotemi indicato dagli standard ESRS (Appendice A, ESRS 1, Direttiva 2013/23/UE). Nell'identificare i temi rilevanti, GSR ha tenuto conto del contesto in cui opera, dei trend legati alla sostenibilità e al business, e delle aspettative degli stakeholder.

A valle degli input raccolti, è stato stilato un elenco di temi potenzialmente rilevanti e una lista di impatti, rischi e opportunità (IRO) ad essi connessi. Gli IRO sono stati valutati sulla base di punteggi quali-quantitativi secondo la metodologia fornita all'interno degli ESRS 1 (Doppia Rilevanza). Le scale di valutazione seguono una classificazione dall'1 al 5 valutando i seguenti aspetti:

- Significatività degli impatti negativi e positivi:
 1. Attuali negativi: valutati in base alla gravità (entità, portata e irrimediabilità).
 2. Attuali positivi: considerati sulla base di entità e portata.

3. Potenziali negativi: analizzati attraverso la gravità (entità, portata e irrimediabilità) moltiplicata per la probabilità di accadimento.

4. Potenziali positivi: valutati in base a entità, portata e probabilità di accadimento.

- Magnitudo dei rischi e delle opportunità: determinata considerando l'effetto finanziario (valutato in modo qualitativo) moltiplicato per la probabilità di accadimento.

La soglia di rilevanza è stata definita per i seguenti valori: 5,5 per l'analisi d'impatto e 1,5 per l'analisi finanziaria. Questo processo ha portato all'identificazione di 7 temi e 11 sottotemi su cui è chiamata a concentrare la propria rendicontazione. Laddove i temi rendicontati non fossero già oggetto di target specifici, la Società si impegna a sviluppare in futuro una strategia con obiettivi misurabili di breve, medio e lungo termine [rimando all'informativa ESRS SBM-3].

GSR ha voluto sottoporre il lavoro svolto al giudizio di 3 esperti esterni, nonché rappresentanti delle principali categorie di stakeholder del Gruppo, al fine di integrare il punto di vista dei portatori di interesse nell'analisi.

I temi identificati come materiali sono stati discussi e approvati dal Management durante un incontro dedicato.

SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori d'interessi

Grandi Stazioni Retail si impegna a mantenere un dialogo aperto e costante con i propri stakeholder, integrando i feedback ricevuti attraverso canali e strumenti dedicati. Grazie a questo approccio l'Azienda si assicura che le diverse prospettive siano considerate e rispettate nello sviluppo della strategia

aziendale per perseguire il miglioramento continuo delle prestazioni.

La tabella di seguito riporta un elenco delle principali categorie di stakeholder interni ed esterni e delle modalità di coinvolgimento implementate dalla Società.

Stakeholder chiave	Modalità di coinvolgimento	In che modo l'impresa tiene conto del risultato
Management aziendale/ Dirigenza	Riunioni periodiche strategiche e operative, Consigli di Amministrazione.	Adattamento della strategia di business.
Dipendenti di GSR	Sondaggi interni, newsletter e piattaforme di comunicazione interna.	Adattamento delle politiche HR, miglioramento delle condizioni lavorative e promozione di iniziative basate sui feedback ricevuti.
Collaboratori di GSR	Sondaggi di feedback, newsletter e piattaforme di comunicazione dedicate.	Adattamento delle politiche HR, sviluppo e promozione di iniziative basate sui feedback ricevuti.
Clienti/Utenti finali	Sondaggi di soddisfazione	Pianificazione di eventi, iniziative e dell'offerta più allineati alle aspettative dei visitatori, con particolare attenzione alla qualità dei servizi.
Comunità/Associazioni locali e territorio/Enti e istituzioni di riferimento	Sondaggi di feedback, collaborazione con le associazioni locali.	Sviluppo di progetti ed eventi con impatto positivo per le comunità.
Azionisti, banche e Assicurazioni	Assemblee degli azionisti, Bilancio di Esercizio, attività di comunicazione esterna.	Adeguamento della strategia aziendale per garantire trasparenza nel rispetto delle aspettative.
Fornitori/Partners/ Inserzionisti	Comunicati stampa, sito Internet aziendale, attività di relazioni esterne.	Integrazione delle informazioni raccolte nei processi di selezione di fornitori/partners/inserzionisti. Miglioramento dei servizi media, aggiornamento dell'offerta pubblicitaria e sponsorizzazione eventi.
Tenant – Leasing (non-food retail, Food retail, Services, other surface)	Survey annuale di sostenibilità, circolari e richiami.	Integrazione delle informazioni raccolte nei processi di selezione dei tenant.

SBM-3 IRO rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale

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

Essendo un esercizio di rendicontazione pilota, conforme agli obblighi degli Standard ESRS, GSR ha effettuato una valutazione qualitativa degli effetti finanziari. L'Azienda si impegna a integrare in futuro valutazioni più dettagliate per comprendere l'impatto

di tali rischi e opportunità sulla propria posizione finanziaria, sulle performance operative e sui flussi di cassa.

Non sono state apportate modifiche alla strategia principale e al modello di business dell'Azienda, che continua a seguire il percorso precedentemente definito.

Tutti gli IRO sono oggetto degli obblighi di informativa previsti dagli ESRS, in quanto la Società non si è avvalsa del ricorso all'informativa aggiuntiva specifica per l'entità.

	Tema ESRS	IRO	Descrizione	Catena del valore	Orizzonte temporale
AMBIENTE	E1 - Cambiamenti Climatici Adattamento	Impatto negativo attuale	Impatti negativi derivanti da eventi climatici estremi	Tutta la catena del valore	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio fisico legato al clima Adattamento	Aumento costi per danni	A valle	Medio periodo (1-5 anni)
		Opportunità	Facilità di accesso al credito	Operazioni proprie	Lungo periodo (>5 anni)
	E1 - Cambiamenti Climatici Mitigazione	Impatto negativo attuale	Emissioni GHG	Tutta la catena del valore	Lungo periodo (>5 anni)
		Opportunità	Migliore percezione d'immagine	Tutta la catena del valore	Medio periodo (1-5 anni)
	E1 - Cambiamenti Climatici Energia	Impatto negativo attuale	Emissioni GHG	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Impatto negativo attuale	Emissioni GHG	A monte	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio di transizione legato al clima	Aumento costi energetici	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)

	Tema ESRS	IRO	Descrizione	Catena del valore	Orizzonte temporale
AMBIENTE	E3 – Acqua e risorse marine Consumo idrico	Impatto positivo attuale	Riduzione degli sprechi d'acqua	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Opportunità	Benefici reputazionali	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
	E3 – Acqua e risorse marine Scarichi idrici	Impatto positivo potenziale	Riduzione impatti sull'ambiente	A valle	Breve periodo (<1 anno)
		Opportunità	Benefici reputazionali e di immagine	Tutta la catena del valore	Breve periodo (<1 anno)
	E5 – Economia circolare Afflussi di risorse	Impatto positivo potenziale	Minori impatti sull'ambiente	A monte	Medio periodo (1-5 anni)
		Opportunità	Benefici reputazionali e riduzione dei costi	A monte	Lungo periodo (>5 anni)
		Opportunità	Maggiore facilità di accesso al credito	A monte	Lungo periodo (>5 anni)
	E5 – Economia circolare Rifiuti	Impatto positivo attuale	Riduzione dei rifiuti in plastica	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Impatto negativo potenziale	Impatti negativi sull'ambiente	Tutta la catena del valore	Breve periodo (<1 anno)
		Impatto positivo attuale	Riduzione degli sprechi alimentari	A valle	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Sanzioni e danni reputazionali	A valle	Medio periodo (1-5 anni)

Tema ESRS		IRO	Descrizione	Catena del valore	Orizzonte temporale
SOCIAL	S1 – Forza lavoro propria Occupazione sicura	Impatto positivo attuale	Maggiore stabilità e sicurezza finanziaria dei lavoratori	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Impatto negativo potenziale	Minore stabilità e sicurezza finanziaria per i lavoratori	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
		Rischio	Aumento dei costi legati al turnover	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Orario di lavoro	Impatto positivo attuale	Maggiore attrattività e aumento della produttività	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Sanzioni, danni reputazionali e perdita di potenziali partner	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Salari adeguati	Impatto positivo potenziale	Miglioramento della fidelizzazione dei lavoratori	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Impatto negativo potenziale	Effetti negativi sul clima aziendale e sull'equità	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Sanzioni, danni reputazionali e perdita di potenziali partner	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	S1 – Forza lavoro propria Equilibrio vita professionale-privata	Impatto positivo attuale	Aumento della produttività e benessere	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Maggiori costi di turnover e forte	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)

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

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

	Tema ESRS	IRO	Descrizione	Catena del valore	Orizzonte temporale
SOCIAL	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Sicurezza della persona	Impatto positivo attuale	Maggiore sicurezza	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Rischi reputazionali	Tutta la catena del valore	Medio periodo (1-5 anni)
		Rischio	Aumento dei costi	A valle	Lungo periodo (>5 anni)
	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Accesso a prodotti e servizi	Impatto negativo potenziale	Accesso limitato a prodotti e servizi	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Opportunità	Sanzioni, spese legali e danni reputazionali	A valle	Breve periodo (<1 anno)
	S4 – Consumatori e utilizzatori finali Pratiche commerciali responsabili	Impatto positivo attuale	Promozione di pratiche di consumo responsabili	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
Opportunità		Benefici reputazionali e maggiori opportunità di business	A monte	Lungo periodo (>5 anni)	
GOVERNANCE	G1 – Condotta delle imprese Cultura delle imprese	Impatto negativo potenziale	Fuoriuscita di dati sensibili	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
		Rischio	Danni reputazionali	Operazioni proprie	Breve periodo (<1 anno)
	G1 – Condotta delle imprese Corruzione attiva e passiva	Impatto positivo attuale	Prevenzione della corruzione	Operazioni proprie	Lungo periodo (>5 anni)
		Rischio	Rischio di interruzione del business	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)
	G1 – Condotta delle imprese Incidenti di corruzione	Rischio	Sanzioni, danni reputazionali e possibili interruzioni del business	Operazioni proprie	Medio periodo (1-5 anni)



02

EI - CAMBIAMENTO CLIMATICO

GOV-3 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione

GSR ha introdotto all'interno del proprio sistema di incentivazione alcuni premi MBO di sostenibilità, rivolti a dirigenti, quadri e impiegati che ricoprono posizioni rilevanti per il business [rimando all'informativa ESRS 2 GOV-3].

E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici

Attualmente, GSR monitora e rendiconta le emissioni dirette e indirette generate dalle proprie operazioni (Scope 1 e 2), oltre alle emissioni indirette derivanti dalla catena del valore (Scope 3).

SBM-3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale

GSR attribuisce grande importanza al tema del cambiamento climatico, fenomeno globale e punto di interesse per la maggior parte dei suoi stakeholder. Attraverso una gestione più efficiente dei consumi energetici, interventi mirati a limitare il proprio impatto, il monitoraggio delle prestazioni ambientali dei propri partner, è possibile abbattere le emissioni di gas serra e mitigare progressivamente gli eventi climatici estremi [rimando all'informativa ESRS SBM-3]. L'Azienda riconosce l'importanza di definire delle strategie di adattamento, che garantiscano la resilienza dei propri asset e, di conseguenza, la continuità operativa. Ad oggi, il Gruppo non ha ancora condotto un'analisi di resilienza finalizzata a valutare l'adattabilità ai cambiamenti climatici della propria strategia e del modello di business.

IRO-1 Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima

L'identificazione e valutazione di impatti, rischi e opportunità connessi al tema in oggetto sono descritte all'interno del processo di analisi di doppia rilevanza [rimando all'informativa ESRS 2 IRO-1], in cui GSR non ha, ad oggi, integrato un'analisi degli scenari climatici.

E1-2 Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi

Il Codice Etico di GSR e RG definisce i principi che guidano le loro attività operative, con particolare attenzione alla tutela dell'ambiente. Alla luce dell'impatto, diretto e indiretto, generato sullo sviluppo economico-sociale e sul benessere della collettività, GSR e RG hanno stabilito attraverso il Codice Etico che tutte le proprie operazioni siano condotte bilanciando lo sviluppo economico e le esigenze ambientali, nel rispetto delle normative e dei diritti delle generazioni future [rimando all'informativa S1-2].

E1-3 Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici

Nel 2024, GSR e Retail Group hanno avviato e portato avanti progetti di efficientamento energetico e riduzione dei consumi, insieme a iniziative di sensibilizzazione per mitigare i rischi e gli impatti legati ai cambiamenti climatici.

Gli impianti pubblicitari, come maxischermi e GOTV, rappresentano una parte significativa dei consumi energetici di GSR. Per questo motivo, l'Azienda investe da anni in soluzioni a basso impatto energetico nelle proprie strutture. Nel 2024, sono proseguiti gli interventi previsti dal Piano di sostituzione dei maxischermi nella Galleria dei Mosaici di Milano Centrale e nella stazione di Roma Tiburtina, permettendo una riduzione dei

consumi rispettivamente del 40% e del 31% rispetto al 2023. Il piano di sostituzione ha incluso anche l'installazione di GOTV sulle testate binario delle stazioni per le quali è stata avviata un'analisi preliminare volta a valutare i benefici in termini di risparmio energetico, attraverso la quantificazione dei consumi realizzati dai dispositivi preesistenti confrontati con le prestazioni delle nuove installazioni. Grazie, inoltre, ad un nuovo algoritmo di regolazione automatica della luminosità giorno/notte, questo intervento permetterà una riduzione dei consumi superiore al 60%.

Il coinvolgimento dei partner commerciali è un elemento cruciale nell'abbattimento dei consumi. Pur non avendo la diretta responsabilità sulla gestione degli spazi locati, il Gruppo si impegna attivamente a condividere con i locatari raccomandazioni e best practice in materia, monitorando costantemente il livello di adesione alle iniziative promosse. Tra questi, l'adozione di sistemi di illuminazione a LED, all'installazione di orologi nel quadro elettrico per la programmazione dell'accensione e dello spegnimento di insegne e vetri e alla sensibilizzazione del personale in negozio per la gestione delle temperature – non inferiori a 26°C in estate e non superiori a 18°C in inverno. Grazie a questo impegno, nel corso dell'anno, 81% dei tenant ha accolto l'invito di GSR, implementando alcune delle azioni suggerite.

Nel 2024 il Gruppo ha partecipato attivamente all'iniziativa "M'illumino di meno – No Borders", impegnandosi a sensibilizzare il pubblico sull'uso consapevole dell'energia. In occasione della Giornata Nazionale del Risparmio Energetico e degli Stili di Vita Sostenibili, tenutasi il 16 febbraio, ai tenant è stato richiesto di ridurre l'illuminazione dei punti vendita per almeno 30 minuti.

Per ridurre progressivamente la dispersione termica nei temporary store, Retail Group ha eseguito interventi di manutenzione mirati, installando guarnizioni plastiche tra gli elementi in vetro dei locali. Inoltre, per migliorare l'efficienza energetica e ridurre i consumi, RG ha sostituito i tradizionali sistemi di illuminazione con lampade a LED ad alta efficienza.

E1-4 Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi

Tramite il suo Piano di Sostenibilità, GSR si impegna a ridurre le emissioni di gas a effetto serra, migliorando la propria efficienza energetica e adottando soluzioni di approvvigionamento rinnovabili [rimando all'informativa E1-2].

GSR ha definito un obiettivo in materia di cambiamento climatico e riduzione delle emissioni di gas a effetto serra. Retail Group, in linea con questa strategia, ha individuato tre target di efficientamento energetico [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-1]. I progressi realizzati nel corso dell'anno sono riportati nella seguente tabella.

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	2024 Risultati	2025 Obiettivo
Grandi Stazioni Retail	2022: 15%	100% di energia green acquistata	0 emissioni di CO2, grazie all'acquisto di energia 100% rinnovabile e utilizzo di mezzi di trasporto aziendali disponibili
Retail Group	2022	Raggiunto	Dispersione termica: Efficientamento del 20% (pop-up)
Retail Group	2022	Raggiunto	Fornitura di energia green: 100% di energia green
Retail Group	2022	Raggiunto	Corpi luminosi a Led: >90% del perimetro (pop-up)

EI-5 Consumo di energia e mix energetico

Nel 2024, il consumo totale di energia del Gruppo è stato pari a 6.574,03 MWh, generato principalmente dal parco mezzi aziendale e dall'energia elettrica 100% rinnovabile con Garanzia d'Origine, impiegata all'interno degli uffici.

Consumo di energia	2024
	MWh
Consumo di energia totale	6.574,03
Consumo di energia totale da fonti fossili	44,03
Quota di fonti fossili sul totale	1%
Consumo di energia da fonti rinnovabili	6.530
Energia elettrica, calore, vapore o raffrescamento da fonti rinnovabili (acquistato)	6.530
Quota di rinnovabili sul totale (%)	99%

EI-6 Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES

Nel 2024, le emissioni totali di GSR sono state pari a:

- Scope 1: 11 tCO₂eq, derivanti dalle emissioni dirette legate al consumo di combustibili fossili per alimentare il parco mezzi².
- Scope 2 (location-based): 2.053 tCO₂eq, calcolate in base al mix energetico medio della rete di fornitura³.
- Scope 2 (market-based): 0 tCO₂eq, che riflettono le emissioni effettive in base agli acquisti di energia elettrica da fonti specifiche.
- Scope 3: 46.849 tCO₂eq, che includono le emissioni generate a monte e a valle della catena del valore di GSR.

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

²Ai fini del calcolo, il Gruppo ha utilizzato i fattori di emissione per i combustibili resi disponibili dal DESNZ (2024).

³Ai fini del calcolo, il Gruppo ha utilizzato i valori di residual mix resi disponibili da Carbon Footprint (2024) e da ISPRA (2024).

Emissioni totali di GES (location based)	48.913
Emissioni totali di GES (market based)	46.860
Intensità emissiva	tCO₂eq/EUR
Emissioni totali di GES/Ricavi netti	0,02

Nel 2023, la Società ha condotto per la prima volta il calcolo delle proprie emissioni di Scope 3, definendo il proprio inventario dei gas a effetto serra (GHG) secondo le linee guida stabilite dal Greenhouse Gas Protocol Corporate Standard (GHG Protocol) e dallo Standard Corporate Value Chain (Scope 3) (Scope 3 GHG Protocol), sviluppati dal World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) in collaborazione con il World Resources Institute (WRI). I calcoli seguono le metodologie delineate nelle linee guida del GHG Protocol Scope 2 (Scope 2 Guidance), nelle linee guida per il calcolo delle emissioni Scope 3 (Scope 3 Guidance).

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

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

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

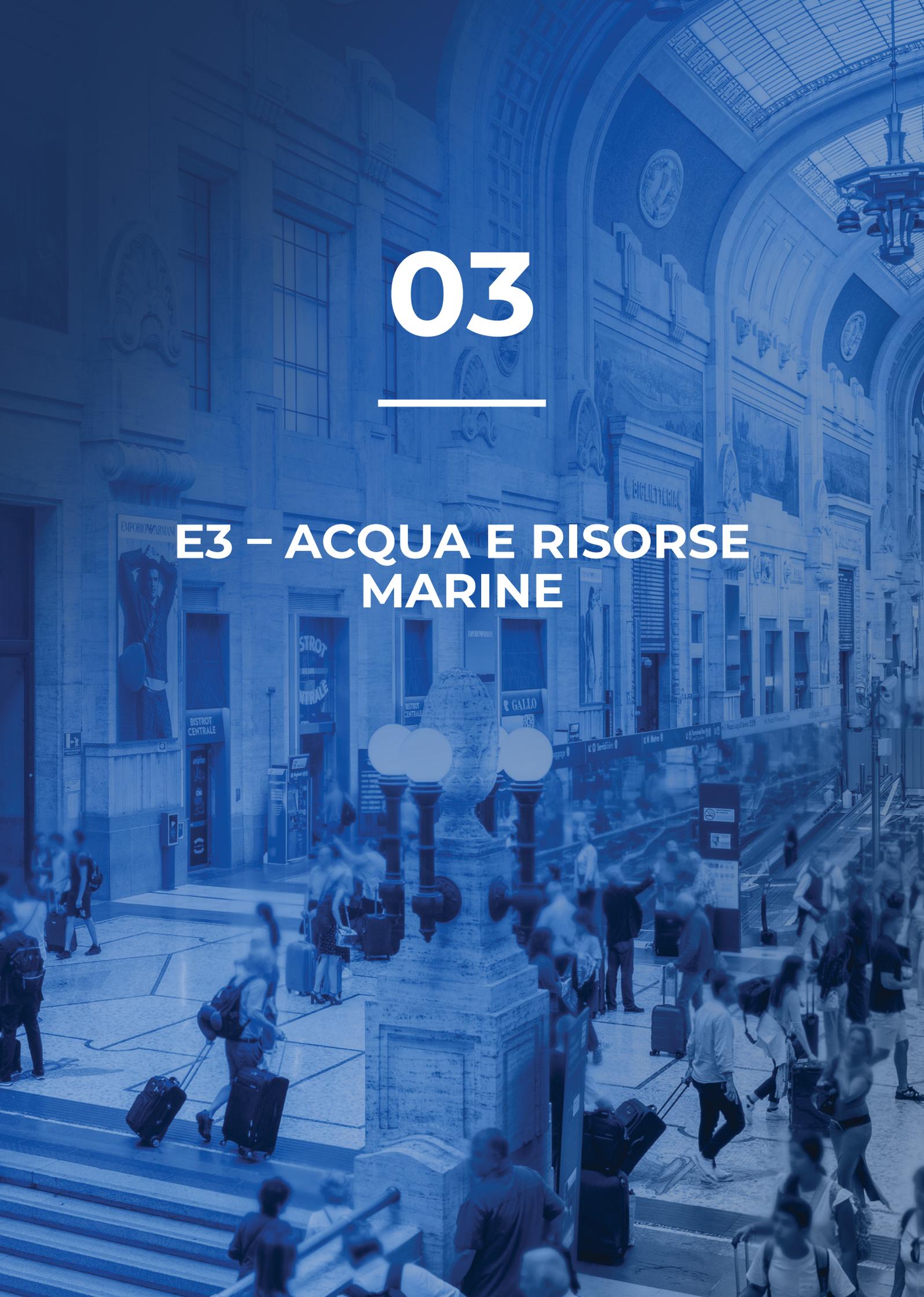
4Ai fini della definizione dei confini organizzativi dell'inventario, GSR ha adottato l'“Operational Control Approach”, secondo cui l'azienda contabilizza tutte le emissioni derivanti dalle operazioni sulle quali essa stessa o una delle sue controllate esercita un controllo diretto e può influenzare le decisioni che incidono sulle emissioni di gas a effetto serra (GHG). Ciò include tutte le strutture e i veicoli di proprietà o in locazione gestiti dalla Società.

Categoria di Scope 3	Descrizione	Rilevanza	Metodologia di calcolo e ipotesi
3.4 Trasporti e distribuzione a monte	Trasporto e distribuzione di prodotti acquistati nell'anno di riferimento, tra i fornitori di livello 1 di un'azienda e le proprie attività.	Non rilevante.	-
3.5 Rifiuti generate dalle attività aziendali	Emissioni derivanti dallo smaltimento e dal trattamento da parte di terzi dei rifiuti generati.	Rilevante.	Activity-based
3.6 Viaggi di lavoro	Emissioni derivanti dal trasporto dei dipendenti per le attività aziendali in veicoli di proprietà o gestiti da terzi, come aerei, treni, autobus e autovetture.	Non rilevante.	-
3.7 Trasferimenti casa-lavoro dei dipendenti	Emissioni derivanti dal trasporto dei dipendenti tra le loro abitazioni e i loro luoghi di lavoro.	Rilevante. Modalità di calcolo: distance-based.	Dati raccolti tramite questionario somministrato ai dipendenti.
3.8 Asset in leasing	Emissioni derivanti dal funzionamento di beni presi in leasing dall'azienda dichiarante nell'anno di riferimento e non già inclusi negli inventari di Scope 1 o di Scope 2 dell'azienda stessa.	Rilevante.	Proxy: stima dei consumi totali dei tenant moltiplicando il consumo medio mensile per ciascuna categoria di tenant—determinato sulla base dei dati forniti dai tenants stessi, in relazione alla specifica attività svolta—per il numero totale di mesi affittati.
3.9 Trasporti e distribuzione a valle	Emissioni prodotte nell'anno di riferimento dal trasporto e dalla distribuzione dei prodotti venduti.	Non applicabile.	Consumi calcolati sulla base dei millesimi di competenza comunicati da GSRail (market-based)

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

03

**E3 – ACQUA E RISORSE
MARINE**



IRO-1 Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti

La corretta gestione delle risorse idriche è un tema rilevante per il Gruppo che investe nella ricerca di soluzioni per ridurre gli sprechi d'acqua nei servizi igienici e pone la sua attenzione su un'adeguata gestione degli scarichi da parte dei tenant, prevenendo il rischio di contaminazioni nei punti vendita del settore food. Il processo di identificazione e valutazione degli impatti, rischi e opportunità connessi al tema in oggetto sono dettagliate all'interno dell'analisi di doppia rilevanza [rimando all'informativa ESRS 2 IRO-1].

E3-1 – Politiche connesse alle acque e alle risorse marine

Sebbene non siano state adottate politiche dedicate alla gestione delle risorse idriche, attraverso il Codice Etico, GSR e RG, sanciscono la necessità di condurre le attività operative nel pieno rispetto dell'ambiente circostante [rimando all'informativa S1-2].

E3-2 – Azioni e risorse connesse alle acque e alle risorse marine

Nel 2024, GSR ha implementato diverse iniziative per la tutela delle risorse idriche, concentrandosi sulla prevenzione delle contaminazioni derivanti dalle attività dei partner della ristorazione e sulla riduzione degli sprechi d'acqua nei servizi igienici.

All'interno delle stazioni, tra i diversi servizi rivolti ai viaggiatori, rientrano anche i 18 blocchi di servizi igienici pubblici a pagamento, che nel 2024 hanno registrato una media di circa 27.000 visite al giorno (+29% rispetto al 2023). Per garantire spazi puliti e sicuri, tutelando allo stesso tempo l'ambiente circostante, l'Azienda nel corso dell'anno ha completato la riqualificazione di 11 toilette nelle stazioni di Bologna Centrale, Firenze Santa Maria Novella, Roma Tiburtina Nomentana, Verona Porta Nuova e Genova Brignole. Sono stati anche avviati i lavori a Roma Tiburtina Piastra, Genova

Piazza Principe. Le ristrutturazioni comprendono l'implementazione di soluzioni di risparmio idrico ed energetico attraverso l'impiego di rubinetterie e flussometri dotati di fotocellule in grado di rilevare i movimenti delle mani, regolando di conseguenza l'attivazione e l'arresto del flusso d'acqua. Il sistema permette di ridurre il consumo di acqua e al contempo non compromette l'esperienza del viaggiatore. Grazie all'utilizzo di questi rubinetti elettronici, il consumo di acqua si riduce a 3 litri/minuto, 0,5 l consumati per ogni utilizzo. Inoltre, l'erogazione dell'acqua miscelata è stata regolata a temperatura controllata (25/30° C) al fine di evitare sprechi energetici. [rimando all'informativa E3-3].

Nel 2024 è stata ottenuta la Certificazione BREEAM In Use per i bagni a pagamento delle stazioni di Milano Centrale (Binario 21 e Piano Ammezzato) e Firenze Santa Maria Novella. La Certificazione valuta le performance ambientali degli immobili, considerando aspetti come l'efficienza energetica, la scelta del sito di costruzione, i materiali impiegati, lo smaltimento dei rifiuti, la salubrità degli spazi, il comfort e la gestione efficiente dell'acqua. Durante l'anno sono state avviate le valutazioni per estendere la certificazione alle stazioni di Bologna Centrale, Roma Termini, Verona Porta Nuova, Venezia Santa Lucia, Genova Brignole e Genova Piazza Principe.

Un ulteriore rischio per la qualità delle acque nelle stazioni è rappresentato dall'accumulo di grassi negli impianti fognari, derivante dalle attività di ristorazione. Per prevenire episodi di inquinamento idrico, GSR richiede ai tenant l'installazione di separatori di grassi - ove normativamente necessari - e ne assicura il corretto funzionamento attraverso il coordinamento e il monitoraggio degli interventi di manutenzione periodica, inclusi quelli sulle linee di scarico collegate. Questi dispositivi consentono un trattamento preliminare delle acque reflue, rimuovendo grassi, olii vegetali esausti e altri residui organici prodotti dalle attività di ristorazione. L'Azienda ne monitora la corretta gestione invitando i partner a fornire evidenze sulle operazioni di svuotamento e smaltimento dei liquami, oltre alla verifica del funzionamento

attraverso campionamenti e analisi chimiche delle acque scaricate nella rete fognaria.

E3-3 – Obiettivi connessi alle acque e alle risorse marine

L'attività di tutela delle risorse idriche si concentra principalmente sulla gestione e manutenzione

dei servizi igienici a pagamento, data la natura del business di GSR. Il Piano di Sostenibilità adotta un obiettivo dedicato alla riduzione degli sprechi d'acqua all'interno delle toilette delle stazioni e degli uffici aziendali. Lo stato di avanzamento dell'obiettivo è monitorato costantemente [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-1].

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	2024 Risultati	2025 Obiettivo
Grandi Stazioni Retail	2022	61% (11/18)	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

E3-4 – Consumo idrico

Nel corso del 2024, GSR ha registrato un consumo idrico pari a 456.004 m3, calcolato sulla base dei prelievi monitorati e rendicontati dal Gruppo FS Italiane, responsabile della gestione diretta. Il 73%

dell'acqua consumata all'interno degli spazi di GSR proviene da aree classificate ad alto rischio idrico. L'intensità idrica calcolata per l'anno 2024 è pari allo 0,2%.

Consumo idrico totale	2024
	m3
Consumo idrico totale	456.004
di cui prelievi	456.004
di cui scarichi	-
Intensità idrica	2024
Intensità	0,2%
Quota di rinnovabili sul totale (%)	456.004
Ricavi netti	213.990.271



04

**E5 – ECONOMIA
CIRCOLARE**

IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli IRO rilevanti legati all'uso delle risorse e all'economia circolare

GSR promuove la tutela dell'ambiente integrando i principi di economia circolare nella gestione e ristrutturazione degli spazi, negli interventi di rigenerazione urbana e nei rapporti con i partner commerciali. La significativa produzione di rifiuti nelle stazioni, in occasione dell'allestimento di spazi e eventi, possono comportare impatti ambientali rilevanti, nonché rischi reputazionali e sanzionatori dovuti alla loro scorretta gestione. Allo stesso tempo, l'impegno verso la riduzione dei rifiuti in stazione rappresenta un valido supporto alla tutela dell'ambiente, generando un impatto positivo. L'identificazione e valutazione di impatti, rischi e opportunità relativi al tema sono dettagliate all'interno del processo di analisi di doppia rilevanza [rimando all'informativa ESRS 2 IRO-1].

E5-1 - Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare

Per permettere la corretta gestione degli impatti, dei rischi e delle opportunità relativi alle risorse impiegate e alle pratiche di economia circolare, GSR si è dotata della Procedura Procurement che mira a definire obiettivi, ruoli e responsabilità nel processo di acquisto di beni, lavori e servizi.

Nello specifico, la procedura formalizza il processo di raccolta e valutazione delle informazioni per la selezione dei fornitori e l'avvio di nuovi rapporti di collaborazione, richiedendo loro di condividere i dettagli delle proprie politiche ESG e la relativa documentazione. I dati vengono successivamente archiviati nel Data Base Fornitori, garantendone tracciabilità e aggiornamento annuale.

I requisiti di prequalifica stabiliti dalla Procedura includono la natura merceologica della fornitura richiesta e gli aspetti tecnico-finanziari dell'azienda candidata. Vengono, inoltre, valutate la struttura organizzativa interna del fornitore, considerando elementi come il numero di dipendenti e le dimensioni aziendali e la conformità alle normative vigenti in ambito

amministrativo, contabile, fiscale e reputazionale.

La supervisione e l'applicazione della Procedura sono affidate alla funzione Procurement di GSR e al Chief Financial Office (CFO), chiamato a verificare il budget di acquisto prima della stipula del contratto di collaborazione. Grazie a questo strumento, GSR assicura il rispetto delle disposizioni contenute all'interno del Codice Etico in materia di tutela ambientale, nonché delle normative di riferimento, tra cui il Testo Unico sulla Salute e Sicurezza sul lavoro (Decreto 81/2008), il Regolamento sulla Protezione dei Dati 2016/679 e il Decreto Legislativo 231/01.

E5-2 - Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare

Nel 2024 GSR si è impegnata a promuovere pratiche di economia circolare, supportando i partner e privilegiando l'uso di materiali sostenibili nelle ristrutturazioni, pur non avendo il diretto controllo sulla raccolta e lo smaltimento dei rifiuti negli spazi affittati.

La gestione dei rifiuti negli spazi di GSR

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

Nel 2024 è stato avviato un progetto pilota nella stazione di Roma Termini per migliorare la tracciabilità e lo smaltimento dei rifiuti. Il sistema prevede l'uso di

un QR code personalizzato sui sacchi consegnati ai tenant, permettendo di identificare la provenienza dei rifiuti nei punti di raccolta. Tutte le informazioni relative all'accesso e al deposito vengono successivamente archiviate in formato digitale e, attraverso un sistema di telecamere a circuito chiuso, sarà possibile registrare eventuali comportamenti anomali o non conformi.

Lo smaltimento scorretto degli olii vegetali esausti (OVE) rappresenta una delle principali cause di contaminazioni e ostruzioni degli impianti di scarico. Nel 2024, GSR ha avviato una collaborazione con HERA, azienda multiservizi italiana, lanciando un progetto di raccolta degli OVE presso i punti vendita del settore food presenti all'interno delle stazioni, con l'obiettivo di prevenire eventuali impatti negativi sull'ambiente circostante. L'iniziativa mira a valorizzare gli olii, destinandoli alle bioraffinerie per essere trasformati in biocarburante utilizzabile per l'alimentazione dei mezzi di trasporto. Il progetto di raccolta è stato esteso anche alle sedi del Gruppo, grazie all'introduzione di contenitori dedicati all'interno delle aree cucina e sala break.

La sostenibilità nei progetti di ristrutturazione

Nella realizzazione degli interventi di ristrutturazione, GSR è particolarmente attenta alla selezione di materiali a ridotto impatto ambientale. Ne è un esempio la ristrutturazione e l'ampliamento dell'edificio 4, situato di fronte ai binari di arrivo dei treni nella Stazione di Venezia Santa Lucia. Per questo intervento la progettazione esecutiva ha privilegiato l'uso di materiali, come estrusi di alluminio, staffe a muro e clip sostegni modulo, forniti da aziende certificate ISO 9002, a garanzia di qualità nella produzione, installazione e assistenza.

Anche la riqualificazione dell'Edificio 6 della stazione di Milano Centrale, attuale sede degli uffici di GSR e la ristrutturazione dei servizi igienici del network hanno visto integrati alcuni criteri di economia circolare. Per questi interventi, infatti, sono stati impiegati materiali

eco-friendly provenienti da filiere sostenibili con l'obiettivo di limitare il più possibile il consumo di risorse. Per migliorare ulteriormente i risparmi energetici, GSR ha predisposto un sistema di illuminazione LED ad alta efficienza, integrato con sensori di presenza che regolano automaticamente accensione e spegnimento all'interno dei bagni. Allo stesso modo, le specchiere sono dotate di luci LED, mentre l'erogazione di sapone e aria avviene tramite comandi touchless a fotocellula, abbattendo l'utilizzo di carta e garantendo maggiore igiene.

Le iniziative di Retail Group

Nel 2024, Retail Group ha rafforzato il proprio impegno per la circolarità e la riduzione del consumo di materie prime. Tra le iniziative portate avanti, ha promosso la digitalizzazione di schede e contratti per i dipendenti e ha eliminato le spedizioni di documenti stampati. Dal 2019 RG si è unito a PrintReleaf Exchange, attraverso il quale ha contribuito al rimboschimento di 104 alberi, compensando l'equivalente del suo consumo di 865.116 pagine stampate. RG si è posta l'obiettivo di piantare al massimo 16 alberi per compensare le emissioni derivanti dalle stampe in ufficio. Questo implica che meno stampe vengono fatte, meno alberi vengono piantati, e quindi un minor impatto ambientale. Nel 2024, RG ha piantato 12 alberi. Per le stampe aziendali, inoltre, viene utilizzata esclusivamente carta riciclata, e sono state adottate azioni che hanno permesso una riduzione del 20% del consumo delle cartucce.

RG promuove la circolarità selezionando materiali sostenibili per l'allestimento degli spazi. Nel 2024, circa il 40% dei pavimenti è stato realizzato con materiali eco-friendly, così come l'80% dei banchi cassa nei locali vacant e il 100% in quelli pop-up. Inoltre, RG supporta i tenant nello sviluppo di progetti di sostenibilità di prodotto, attualmente adottati da circa l'81% dei brand presenti nelle stazioni.

E5-3 – Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare

Nel suo Piano di Sostenibilità, GSR ha integrato 3 obiettivi legati all'economia circolare. Retail Group, in questa direzione, ha definito 12 target per ridurre i rifiuti e favorire il riutilizzo e il riciclo dei materiali [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-1]. I progressi

realizzati dal Gruppo nel corso dell'anno sono riportati nella seguente tabella. Per gli obiettivi raggiunti in anticipo rispetto alla timeline del 2025, il Gruppo si impegna a mantenerli nel tempo.

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	2024 Risultati	2025 Obiettivo
Grandi Stazioni Retail	2022	62% dei fornitori attivi nel 2024	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
Grandi Stazioni Retail	2022	Raggiunto	100% dei rifiuti correttamente smaltiti grazie alla creazione di appositi spazi e a attività di sensibilizzazione
Grandi Stazioni Retail	2022	81%	75% nuovi lavori e nuovi arredi GSR/RG sostenibili, come da linee guida definite per i tenant
Retail Group	2022	Raggiunto	100% di rivestimenti ecologici dei pavimenti
Retail Group	2022	40%	100% dei rivestimenti di pavimentazione utilizzando materiali sostenibili
Retail Group	2022	Raggiunto	Sostituzione di 20 banchi cassa con prodotti sostenibili (pop up)
Retail Group	2022	80%	100% dei banchi cassa sostenibili nei locali vacant

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	2024 Risultati	2025 Obiettivo
Retail Group	2022	Raggiunto	- 20% consumo e smaltimento cartucce
Retail Group	2022	Raggiunto	Digitalizzazione documenti interni, utilizzo di tablet nei punti vendita per i cataloghi
Retail Group	2022	Raggiunto	Riduzione del consumo di carta con compensazione delle emissioni fino a un massimo di 16 alberi piantati
Retail Group	2022	Raggiunto	100% di carta riciclata
Retail Group	2022	Raggiunto	Utilizzo shopper riciclabili
Retail Group	2022	Raggiunto	100% della raccolta differenziata
Retail Group	2022	Raggiunto	100% esercenti che hanno adottato pratiche di raccolta differenziata
Retail Group	2022	81%	90% dei Brand con progetti di sostenibilità di prodotto

E5-5 – Flussi di risorse in uscita

I rifiuti prodotti all'interno del network di GSR provengono principalmente dalle attività svolte dai tenant nelle stazioni, dal passaggio dei visitatori e dalle operazioni svolte negli uffici. Poiché l'Azienda non si occupa della progettazione di prodotti, non vi sono rifiuti legati a questo tipo di processo.

Tra i principali rifiuti raccolti vi sono quelli assimilabili agli urbani (RSAU), che derivano dalla pulizia degli spazi comuni e dalla raccolta dei rifiuti lasciati dai tenant, come rifiuti organici, carta e cartone, plastica e rifiuti solidi urbani. A questi si aggiungono i rifiuti speciali, generati dallo sgombero di locali, che possono

includere materiali pericolosi o non assimilabili. Infine, vi sono i rifiuti generati dagli appaltatori, nello svolgimento dei loro interventi, come detersivi, stracci o acque di scarto provenienti dai macchinari di pulizia.

In totale, nel 2024, GSR ha prodotto 6.644 ton di rifiuti, di cui il 67,7% è composto da materiali destinati alla raccolta differenziata. Per quanto riguarda rifiuti provenienti dagli Uffici di GSR, la quantità raccolta a livello nazionale è stata pari a 3,4kg/m², con una percentuale di raccolta differenziata che si assesta al 49%.

Rifiuti per tipologia	2024
	t
Totale rifiuti	6.644,4
di cui rifiuti indifferenziati	2.156,02
di cui rifiuti differenziati	4.488,4
Composizione della raccolta differenziata	2024
	t
Totale rifiuti	4.488,4
di cui carta/cartone	2.075,1
di cui organico	1.346,8
di cui plastica	508,5
di cui vetro	429,2
di cui legno	126,1
di cui alluminio	2,7



05

**SI – FORZA LAVORO
PROPRIA**

SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi

GSR riconosce l'importanza di ascoltare e coinvolgere attivamente la propria forza lavoro, integrando le opinioni e le esigenze dei dipendenti nello sviluppo della strategia aziendale. Per garantire un dialogo costante, l'Azienda adotta diverse iniziative di employee engagement e utilizza strumenti dedicati, come survey e questionari di raccolta feedback [rimando all'informativa S1-2].

Le informazioni sono raccolte dalla Funzione HR e vengono successivamente analizzate per identificare le principali necessità espresse, valutandone l'urgenza e individuando possibili iniziative di risposta. I risultati vengono poi condivisi con il Management, con il quale sono discusse e definite le azioni più adeguate a migliorare la soddisfazione della forza lavoro. In questo modo, l'Azienda assicura un approccio partecipativo e proattivo nella gestione delle risorse umane, rafforzandone il senso di appartenenza.

SBM-3 – IRO rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello

GSR attribuisce grande valore e rispetto alle persone che compongono la propria forza lavoro, il cui benessere e sviluppo sono cruciali per il successo e la crescita del Gruppo. Una gestione efficace delle risorse umane si basa sul riconoscimento del merito e della professionalità, favorendo un ambiente di lavoro inclusivo, attento all'equilibrio tra vita professionale e privata e orientato alla crescita continua delle competenze.

La valutazione degli impatti, rischi e opportunità nel processo di analisi di doppia rilevanza ha riguardato l'intera forza lavoro del Gruppo, che comprende: i dipendenti direttamente impiegati da GSR, i collaboratori assunti tramite contratto di agenzia, i lavoratori impiegati con contratti a tempo determinato da Retail Group all'interno dei temporary store. Dall'analisi condotta, non sono emersi impatti rilevanti derivanti da piani di transizione volti alla

riduzione degli effetti negativi sull'ambiente [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-3].

S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria

GSR opera in conformità con le normative nazionali e internazionali, che assicurano il rispetto dei diritti umani, la parità di trattamento e la libertà di espressione, valori che sono sanciti attraverso codici e politiche volti alla gestione degli impatti, dei rischi e delle opportunità più rilevanti per la propria forza lavoro.

Il Codice Etico

GSR e Retail Group si sono dotati di un Codice Etico, che rappresenta lo strumento chiave per la prevenzione da qualsiasi comportamento inadeguato o scorretto, stabilendo le norme comportamentali a cui tutti coloro che collaborano con entrambe le Aziende sono tenuti a conformarsi, tra cui gli Organi Sociali e le loro componenti – Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale - i dipendenti, i lavoratori somministrati e distaccati, i consulenti, i fornitori di beni e servizi, le componenti dell'Organismo di Vigilanza e, in generale, a chi opera per il conseguimento dello scopo e degli obiettivi delle Aziende.

Entrambi i Codici sanciscono i principi fondamentali che il Gruppo si impegna a tutelare e valorizzare per tutta la propria forza lavoro.

La Società tutela l'integrità morale e fisica di tutte le persone, promuovendo parità di trattamento, a qualsiasi titolo e livello. A tal fine, GSR e RG rifiutano ogni forma di discriminazione basata su ragioni di sesso, età, razza, orientamento sessuale, politico e ideologico, stato di salute, razza, nazionalità, religione e appartenenza sindacale. Particolare attenzione è posta, alle categorie di dipendenti e lavoratori somministrati e/o distaccati, ai quali le Aziende si impegnano a garantire ambienti di lavoro sicuri e salubri e condizioni rispettose della dignità individuale. GSR e RG si impegnano a evitare forme di discriminazione tra i candidati nelle fasi di selezione e

assunzione di nuovo personale, compiendo valutazioni eque e oggettive, sulla base del profilo professionale, delle competenze e delle specifiche esigenze aziendali, evitando favoritismi, nepotismo o clientelismo. Il personale è assunto con regolare contratto di lavoro per prevenire qualsiasi forma di sfruttamento, inclusi casi di lavoro minorile o forzato.

Il Gruppo tutela la salute e il benessere della propria forza lavoro, garantendo il rispetto della normativa vigente in materia di orario di lavoro, periodi di riposo, riposo settimanale, aspettativa obbligatoria e ferie. Inoltre, riconoscono ai lavoratori retribuzioni proporzionate rispetto alla qualità e quantità di lavoro, in linea con le previsioni della contrattazione collettiva applicabile. È condannata qualsiasi forma di ricorso a condizioni di lavoro degradanti o potenzialmente pericolose.

Infine, si impegnano a diffondere e consolidare una cultura di sicurezza sul luogo di lavoro, assicurandosi che tutte le attività siano svolte nel rispetto delle disposizioni normative vigenti in materia di prevenzione e protezione, in particolare con quanto previsto dal D.Lgs. 81/2008 e dalle specifiche normative di prevenzione applicabili. L'intero Gruppo garantisce il rispetto dell'integrità psico-fisica dei propri lavoratori, evitando illeciti condizionamenti o indebiti disagi.

L'attuazione delle disposizioni di entrambi i Codici è supervisionata dall'Organismo di Vigilanza ("OdV") ai sensi del D. Lgs. 231/2001, in coerenza con quanto previsto dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo. L'OdV è incaricato di suggerire eventuali modifiche, aggiornamenti e/o integrazioni per la revisione dei Codici, ricevere e analizzare eventuali segnalazioni di violazione e, se dal caso, formulare proposte di provvedimento sanzionatorio. Le violazioni o il sospetto di violazione dovranno essere tempestivamente segnalate tramite i canali interni istituiti quali la piattaforma di whistleblowing (<https://whistleblowersoftware.com/secure/grandistazioniretail-retailgroup>) o, in alternativa, incontri diretti con il Gestore delle Segnalazioni.

Per favorire la conoscenza del proprio Codice Etico, il Gruppo ne promuove la diffusione attraverso attività

di informazione e comunicazione dedicate. Inoltre, i documenti sono resi disponibili attraverso il sito Internet aziendale nella sezione "Chi siamo" (<https://www.gsretail.it/it/chi-siamo/#governance>).

Policy Diritti Umani

Il rispetto e la valorizzazione delle proprie persone rappresentano un valore chiave che guida l'azione del Gruppo, il cui successo è possibile grazie alla crescita del proprio capitale umano. In quest'ottica, la Politica sui Diritti Umani di Gruppo è lo strumento attraverso il quale GSR e Retail Group diffondono i principi di tutela dei diritti fondamentali dell'uomo, da cui la sostenibilità delle attività non può prescindere.

Attraverso questo documento, destinato a tutte le sedi aziendali, il Gruppo si impegna a rispettare i principi internazionali per la promozione e protezione dei Diritti Umani riconosciuti dal Global Compact delle Nazioni Unite e contenuti all'interno della Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo e della Dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO) sui principi e diritti fondamentali del lavoro. Pertanto, il contenuto della policy è da intendersi come parte integrante dei doveri di tutti i lavoratori.

Il Gruppo si impegna a tutelare la dignità, la salute, la sicurezza, la privacy, l'integrità fisica e morale dei propri collaboratori, assicurando condizioni di lavoro conformi alle normative di salute e sicurezza ed evitando il ricorso a forme di lavoro minorile e forzato. Allo stesso tempo, è promosso il diritto dei collaboratori ad aderire liberamente a sindacati o organizzazioni simili e di dotarsi di un'adeguata rappresentanza, che consenta il dialogo costruttivo con i rappresentanti dei lavoratori. Inoltre, all'interno del Gruppo, i livelli di retribuzione e gli orari di lavoro sono stabiliti in conformità con quanto previsto dalle disposizioni di legge.

Le Società si impegnano a creare un ambiente di lavoro sano e sicuro, prestando la massima attenzione alla prevenzione di pericoli, incidenti e/o lesioni personali e, allo stesso tempo, positivo e inclusivo che garantisca equità di trattamento tra tutti i dipendenti.

Tutti coloro che collaborano con il Gruppo sono tenuti a conformarsi ai principi di legalità, lealtà, correttezza, trasparenza e professionalità.

Nel caso di segnalazioni di violazione in materia di diritti umani, il Gruppo segue le disposizioni contenute all'interno del rispettivo Codice Etico, demandando la supervisione sulla corretta applicazione delle disposizioni all'Organismo di Vigilanza. Qualsiasi dipendente o collaboratore che venga a conoscenza di una nota o sospetta violazione è tenuto a segnalarla, anche in forma anonima, tramite la piattaforma di Whistleblowing.

Il documento è reso disponibile attraverso il sito internet di GSR al seguente link: <https://www.gsretail.it/wp-content/uploads/2025/01/GSR-Policy-Diritti-Umani-HR-004-002-1.pdf>.

Procedura “Il Sistema di segnalazioni – Whistleblowing”

Le Procedure di Whistleblowing di GSR e RG definiscono canali, processi e strumenti atti a consentire ai segnalanti di riportare eventuali condotte non etiche o violazioni dei principi di condotta aziendale. Queste misure riaffermano l'impegno a garantire la libertà di espressione dei dipendenti, tutelandoli da qualsiasi azione ritorsiva o discriminatoria.

I documenti sono stati redatti in conformità alle disposizioni contenute all'interno del D. Lgs. 231/2001 e, poiché la gestione delle segnalazioni comporta la raccolta e il trattamento dei dati personali, del Regolamento UE 2016/679. Inoltre, nell'impostazione di tale procedura e del relativo sistema di segnalazione, GSR e RG hanno tenuto in considerazione quanto sancito all'interno delle Linee guida in materia di protezione delle persone che segnalano violazioni del diritto dell'Unione e protezione delle persone che segnalano violazioni delle disposizioni normative nazionali approvate da ANAC (Delibera n.311 del 12/07/2023).

Le Procedure di Whistleblowing sono destinate a tutti i soggetti interessati, sia in qualità di segnalanti che di segnalati, nonché alle figure e funzioni aziendali identificate dalle aziende del Gruppo e coinvolte

nella gestione delle segnalazioni. Queste possono riguardare qualsiasi comportamento, atto o omissione lesiva dell'integrità delle Società o l'interesse pubblico, offrendo il maggior numero di elementi che ne consenta la corretta gestione e adeguato seguito.

Le Società accettano anche segnalazioni in forma anonima, purché consentano le operazioni descritte. A tal fine, sono stati istituiti canali di segnalazione interni, quali la piattaforma di whistleblowing (<https://whistleblowersoftware.com/secure/grandistazioniretail-retailgroup>) e incontri diretti con il Gestore delle segnalazioni, organo collegiale autonomo composto dal Chief Legal Officer, dal Responsabile della Funzione HR e dalla componente della Funzione Corporate Governance, Compliance and P.A. relations.

Il processo di gestione delle segnalazioni si sviluppa attraverso diverse fasi:

- ricezione e registrazione della segnalazione, seguite da una prima valutazione per determinarne la rilevanza;
- avvio di verifiche e indagini interne per accertare la fondatezza dei fatti segnalati;
- emissione di un riscontro al segnalante e conseguente chiusura del processo;
- condivisione delle informazioni raccolte con i Vertici aziendali per garantire un monitoraggio adeguato e favorire eventuali azioni correttive;
- archiviazione delle segnalazioni e della relativa documentazione, rispettando le normative vigenti in materia di riservatezza e sicurezza dei dati.

Entrambe le Procedure sanciscono il divieto di ritorsione nei confronti di chiunque effettui una segnalazione, inclusi il licenziamento, la sospensione, la retrocessione di grado e/o la mancata promozione, la coercizione, la discriminazione ecc.

Al fine di garantire la piena accessibilità dei documenti a tutte le parti interessate, le Aziende ne garantiscono la disponibilità attraverso la intranet aziendale e la pubblicazione sul sito internet di GSR, nella sezione “Chi Siamo” (<https://www.gsretail.it/it/chi-siamo/>).

Procedura Data Breach

GSR tutela i dati personali, ovvero tutte le informazioni che identificano una persona fisica (come nome, numero di identificazione, dati di localizzazione o caratteristiche fisiche, genetiche, economiche e sociali), nel rispetto delle normative vigenti. In particolare, si attiene al Regolamento UE 679/2016 (GDPR), che disciplina la protezione dei dati e la loro libera circolazione, e alle linee guida del Documento Working Party 250 sulla notifica delle violazioni dei dati personali.

Tale impegno è sancito attraverso la Procedura Data Breach adottata, che definisce la violazione dei dati personali come un incidente che comporta accidentalmente o in modo illecito la distruzione, la perdita, la modifica, la divulgazione non autorizzata o l'accesso ai dati personali trasmessi, conservati o trattati. Ai sensi della normativa GDPR, il Titolare del trattamento è tenuto a notificare la violazione dei dati personali all'Autorità di controllo e, eventualmente, anche agli interessati nel caso in siano comportati rischi per i diritti e la libertà delle persone fisiche coinvolte, entro 72 ore dal momento in cui ne è venuto a conoscenza.

Una volta individuata e classificata una violazione, vengono valutati i corrispondenti rischi effettivi o potenziali e predisposte le misure necessarie a mitigarne l'impatto e a porre rimedio all'incidente.

DVR

Al fine di prevenire e valutare i rischi legati alla salute e sicurezza sul luogo di lavoro, GSR ha redatto uno specifico Documento di Valutazione dei Rischi (DVR), ai sensi del D.Lgs. 81/08 (Testo Unico Sicurezza sul Lavoro). Il Documento contiene un'analisi e valutazione dei principali rischi di salute e sicurezza generati dalle attività operative di GSR, che comprendono sia le attività di ufficio sia quelle svolte all'interno di spazi comuni aperti al pubblico, servizi, locali tecnici, spazi locati e aree esterne.

In questo modo, GSR si pone l'obiettivo di identificare le misure di sicurezza necessarie a prevenire e contenere

gli infortuni sul lavoro e le malattie professionali. L'adozione del DVR è pertanto obbligatoria per tutte le aziende e la mancata conformità alle disposizioni del D.Lgs. 81/08 può comportare severe sanzioni.

Come previsto dalla normativa di riferimento, la titolarità della valutazione del rischio è affidata al Datore di Lavoro, la persona responsabile dell'organizzazione di GSR e Retail Group, in quanto titolare del rapporto di lavoro, assistito dal Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) e dal medico competente.

Il Documento riporta, oltre alla relazione sulla valutazione dei rischi per la sicurezza e la salute durante le attività lavorative, l'indicazione delle misure di prevenzione e protezione attuate e dei Dispositivi di Protezione Individuali (DPI) adottati, il programma delle misure necessarie a migliorare nel tempo i livelli di sicurezza, le procedure per l'attuazione delle misure da realizzare, la definizione delle competenze e l'individuazione di mansioni che espongono i lavoratori a rischi specifici che richiedono una riconosciuta capacità professionale, specifica esperienza, adeguata formazione e addestramento.

S1-2 – Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti

GSR si impegna a predisporre tutti gli strumenti necessari a favorire il coinvolgimento dei propri lavoratori in merito agli impatti rilevanti, al fine di poter considerare e integrare tali prospettive all'interno dei processi decisionali. Le attività di coinvolgimento attuate nel corso dell'anno sono coordinate dalla Funzione HR, responsabile della loro corretta esecuzione e dell'inclusione di tutte le parti interessate. A ottobre 2024 è stata lanciata la prima edizione dell'Employee Engagement Survey, un questionario progettato per comprendere i bisogni e le aspettative dei dipendenti. L'indagine ha esplorato temi chiave come salute e benessere, equità di trattamento, relazioni con colleghi e responsabili, oltre al sistema di benefit aziendali. I dipendenti coinvolti hanno evidenziato

alcuni aspetti positivi che caratterizzano l'ambiente di lavoro del Gruppo, come la chiara comprensione di ruoli e obiettivi aziendali, una collaborazione efficace tra team e un forte clima di fiducia. Allo stesso tempo, sono emerse alcune aree di miglioramento, in particolare la necessità di un maggiore equilibrio tra lavoro e vita personale e un'attenzione più strutturata alla crescita professionale e alla formazione.

Per rispondere a queste esigenze, è stato sviluppato il piano d'azione 2025 che introduce diverse iniziative, tra cui l'estensione del congedo di paternità retribuito da 10 a 15 giorni e l'aumento dell'età massima dei figli per usufruire di permessi retributivi per visite mediche o malattia, che passerà dagli 8 ai 12 anni. Per favorire lo sviluppo professionale interno, il Gruppo si doterà di un sistema di job posting, che consentirà ai dipendenti di candidarsi a posizioni aperte in azienda. A supporto di questa iniziativa, verrà avviato lo Shadowing Program, che offrirà l'opportunità di affiancare colleghi di altre funzioni per acquisire nuove competenze, esplorare potenziali percorsi di carriera e migliorare la collaborazione tra team.

Parallelamente alla survey, nel corso dell'anno è stato introdotto un approccio di raccolta di feedback e preferenze, con l'obiettivo di acquisire informazioni utili per sviluppare le varie iniziative riguardanti ad esempio corsi di formazione, attività di team building ed eventi aziendali.

Nel 2024 sono state realizzate diverse iniziative di comunicazione interna interfunzionale volte alla creazione di spazi di condivisione e sensibilizzazione del personale, tra cui le town hall, - incontri periodici tra i management e i dipendenti - eventi di team building e newsletter di approfondimento su tematiche di interesse.

S1-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni

GSR e Retail Group si sono dotate di strumenti e procedure che garantiscono supporto e sicurezza a tutti coloro che scelgono di sollevare preoccupazioni.

Attraverso le rispettive Politiche di Whistleblowing, sono messi a disposizione diversi canali per segnalare in modo protetto e anonimo eventuali comportamenti non etici o illeciti [rimando all'informativa S1-1].

La Funzione HR si impegna, inoltre, a garantire uno spazio protetto e confidenziale per i dipendenti, favorendo le condizioni necessarie a comunicare eventuali preoccupazioni o segnalazioni e dialogare nel rispetto della persona e della sua identità. evidenziato

S1-4 – Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni

Nel corso dell'anno, il Gruppo ha implementato diverse iniziative per ridurre gli impatti negativi e i relativi rischi, promuovendo allo stesso tempo opportunità di crescita, benessere, salute e sicurezza per la propria forza lavoro. La Funzione HR monitora l'attuazione di queste misure, valutandone il grado di apprezzamento, i feedback dei dipendenti e i risultati ottenuti.

Le azioni di GSR

Per garantire un ambiente di lavoro sicuro il Gruppo si impegna a effettuare controlli periodici per misurare e valutare l'esposizione ai rischi identificati nel Documento di Valutazione dei Rischi (DVR). L'aggiornamento costante del DVR consente di adottare misure e procedure adeguate ad affrontare le criticità individuate. I dipendenti sono tenuti a partecipare alle visite mediche previste dal Testo Unico sulla salute e sicurezza sul lavoro (D.Lgs. 81/08) e possono richiedere permessi retribuiti per visite mediche giustificate.

Grazie all'organizzazione di corsi di formazione sul primo soccorso, antincendio, HACCP e sicurezza sul luogo di lavoro, il Gruppo ha contribuito a rafforzare la consapevolezza sui rischi per la salute e la sicurezza sul lavoro. A questi sono stati affiancati anche programmi di sviluppo delle competenze tecniche, linguistiche, trasversali e di sostenibilità, Excel, Cyber Security e

Team Building. Complessivamente, GSR e Retail Group hanno erogato 4.819 ore di formazione.

Nel 2024, il Gruppo ha continuato a favorire l'equilibrio tra vita professionale e privata attraverso alcune iniziative rivolte ai propri dipendenti. Questi, infatti, possono accedere a un Piano di Welfare e a un sistema di buoni pasto e benefit di diversa natura, che comprendono i congedi parentali, la copertura assicurativa, l'assicurazione sanitaria e le polizze infortuni. Sono, poi, garantite modalità di lavoro flessibili, usufruendo dello smart-working un giorno alla settimana e permettendo l'ingresso tra le 08.30 e le 09.30.

Inoltre, per favorire con più fluidità l'ingresso di nuove risorse all'interno dell'Azienda, è stato sviluppato un programma di onboarding, che prevede l'affiancamento di un tutor designato a ciascun nuovo collaboratore. Questa figura ha il compito di accogliere e guidare i nuovi colleghi all'interno dell'ambiente lavorativo, fornendo loro tutte le informazioni necessarie per lo svolgimento delle attività. L'iniziativa vuole, in questo modo, agevolare una rapida integrazione e una chiara comprensione del contesto lavorativo tra i nuovi membri, anche attraverso l'organizzazione di visite presso entrambe le sedi di Roma e Milano e welcome meeting dedicati con i responsabili di diverse funzioni. Per aumentare la motivazione e l'ambizione dei propri collaboratori, la Funzione HR del Gruppo ha predisposto uno strumento di job posting interno, che consente loro di consultare e candidarsi con più facilità alle posizioni di lavoro aperte all'interno dell'Azienda.

Le azioni di RG

Nel corso dell'anno, RG ha rafforzato il proprio impegno nella diffusione della cultura della sostenibilità tra i dipendenti, avviando un programma di formazione online sulle principali tematiche ESG, che ha coinvolto il 100% della popolazione aziendale.

Parallelamente, l'Azienda ha promosso la responsabilità sociale d'impresa (CSR) all'interno delle stazioni. Nel 2024, a Napoli Centrale e Milano Centrale sono stati proiettati spot sulla sostenibilità, mentre a Roma, in

occasione della Charity Week e dell'iniziativa Regalo Sospeso, sono stati trasmessi messaggi dedicati a questi temi.

S1-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti

Attraverso gli obiettivi stabiliti all'interno del Piano di Sostenibilità, GSR si impegna a perseguire i principi etici e la tutela dei diritti umani e del lavoro sanciti attraverso le politiche adottate [rimando all'informativa S1-1].

GSR ha definito 4 obiettivi rivolti alla forza lavoro propria, monitorandone costantemente lo stato di avanzamento [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-1] e sviluppando alcune iniziative dedicate per il loro raggiungimento [rimando all'informativa S1-4]. Nel corso dell'anno, l'Azienda ha introdotto un nuovo obiettivo volto a favorire un migliore equilibrio tra vita lavorativa e familiare, offrendo maggiore supporto alle famiglie nella fase iniziale della genitorialità. L'obiettivo, che verrà implementato dal 2025, prevede un incremento del 50% delle giornate di congedo destinate ai neopapà impiegati in azienda.

Retail Group ha identificato 9 iniziative sociali [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-1], nel corso dell'anno alcuni obiettivi sono stati riesaminati, ampliando il loro ambito di applicazione a nuove stazioni, o rivalutando le tempistiche di realizzazione.

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	2024 Risultati	2025 Obiettivo
Grandi Stazioni Retail	2022	Raggiunto	100% del personale coinvolto in percorsi di educazione alla sostenibilità attraverso formazione specifica
Grandi Stazioni Retail	2022	Raggiunto	Introduzione di strumenti per la sensibilizzazione dei nuovi dipendenti sui temi di sostenibilità, promuovere la comunicazione interna in materia di sostenibilità al momento dell'ingresso in azienda dei nuovi assunti
Grandi Stazioni Retail	2022	Raggiunto	Conciliazione tempi di vita e tempi di lavoro con l'introduzione della possibilità di smart working per 1 giorno alla settimana, riducendo così, allo stesso tempo, l'impatto ambientale del tragitto quotidiano casa-lavoro e i costi di commuting in capo al lavoratore
Grandi Stazioni Retail	2022	Raggiunto	Coinvolgimento dei dipendenti in iniziative di volontariato, impegnando fino a 4 giornate retribuite all'anno
Grandi Stazioni Retail	2024	L'obiettivo è stato introdotto nel 2024	Incrementare del 50% il congedo di paternità rispetto ai requisiti legali attuali, dando la possibilità di usufruire di 5 giorni aggiuntivi rispetto ai 10 previsti
Retail Group	2023	Raggiunto	100% dei dipendenti coinvolti in attività di formazione interna di sostenibilità, tramite produzione di video sui temi ESG
Retail Group	2023	L'obiettivo è stato posticipato al 2026	Contributi formativi in corsi di studi: 1 lezione formativa c/o master

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	2024 Risultati	2025 Obiettivo
Retail Group	2023	L'obiettivo è stato posticipato al 2026	Progetti di stage in sede: 1 stage in sede organizzato
Retail Group	2023	Raggiunto	Comunicazione progetto CSR: adattamento grafiche e video
Retail Group	2023	Nel corso del 2024 è stata raggiunta la soglia del 7%	Nazionalità Estera/Nazionalità Italiana: EE/IT >5%
Retail Group	2023	Nel corso del 2024 si sono contate 15 nazionalità differenti	Nazionalità: >7 nazionalità differenti
Retail Group	2023	Raggiunto	Abilità: >7% abilità
Retail Group	2023	La survey rivolta a tutti i dipendenti è stata programmata per il 2025	Survey interna CSR: Somministrazione
Retail Group	2023	L'obiettivo è stato posticipato al 2026	Formazione LIS per addetti vendita: Formazione personale indeterminato a NAC

SI-6 – Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa

Nel corso del 2024, il Gruppo ha potuto contare complessivamente sull'aiuto di 320 persone, di cui 115 in Grandi Stazioni Retail e 205 in Retail Group. Le tabelle seguenti riportano i dati aggregati, con una distinzione tra le aree Nord e il Centro.

La panoramica della forza lavoro al 31 dicembre 2024 evidenzia la suddivisione per tipologia contrattuale (tempo determinato e indeterminato), genere e area geografica.

Dipendenti per regione	2024	
	N.	%
Numero totale di dipendenti	320	100%
Nord	123	38%
Centro	197	62%

Il 63% dei dipendenti del Gruppo è assunto con contratto a tempo indeterminato. 7 dipendenti (2% del totale) sono stati assunti da GSR con contratto di

lavoro part-time. Nel 2024, i rapporti di lavoro cessati sono stati 24, di cui 13 in GSR e 11 in Retail Group, con un tasso di cessazione pari all'8%.

Dipendenti per genere, tipologia di contratto e regione	2024		
	Donne	Uomini	Totale
Numero totale di dipendenti	219	101	320
A tempo indeterminato	128	75	203
Nord	54	30	84
Centro	74	45	119
A tempo determinato	91	26	117
Nord	33	6	39
Centro	58	20	78

A tempo parziale	7	0	7
Nord	4	0	4
Centro	3	0	3
Cessazioni e tasso di avvicendamento	2024		
	Donne	Uomini	Totale
Numero totale di cessazioni	14	10	24
GSR	5	8	13
RG	9	2	11
Tasso di cessazione	6%	10%	8%

S1-7 – Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa

Nel 2024, il Gruppo ha collaborato con 25 lavoratori non dipendenti. Di questi, 20 agenti di commercio sono stati impiegati presso le sedi di GSR con

contratti di agenzia, mentre i lavoratori non dipendenti di RG sono collaboratori assunti con contratto di somministrazione.

Lavoratori non dipendenti	2024	
	N.	%
Numero totale di lavoratori non dipendenti	25	100%
GSR	21	84%
RG	4	16%

S1-8 – Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale

Il Gruppo applica contratti collettivi al 100% del personale, garantendo che tutti i rapporti di lavoro

siano gestiti in conformità alle disposizioni del CCNL applicato.

Dipendenti per tipologia di contratto e Azienda di appartenenza	2024	
	N.	%
Numero dipendenti coperti da contratti collettivi presso GSR	115	100%
Numero dipendenti coperti da contratti collettivi presso RG	205	100%

SI-9 – Metriche della diversità

Nel 2024, l'85% della popolazione aziendale ha un'età pari o inferiore a 50 anni. I giovani sotto i 30 anni rappresentano il 40% della forza lavoro, mentre il 45% dei collaboratori rientra nella fascia tra i 30 e i

50 anni. Il restante 15% è composto da dipendenti di oltre 50 anni. L'alta dirigenza dell'intero Gruppo conta un totale di 10 membri, di cui 2 donne (20%)⁵.

Dipendenti per fascia di età e Azienda di appartenenza	2024		
	N.	%	
Numero totale di dipendenti	320	100%	
<30 anni	127	40%	
GSR	15	5%	
RG	112	35%	
30-50 anni	144	45%	
GSR	66	21%	
RG	78	24%	
>50 anni	49	15%	
GSR	34	11%	
RG	15	5%	
Membri della Dirigenza per genere	2024		
	Donne	Uomini	Totale
Numero totale di membri della Dirigenza	2	8	10
GSR	2	7	9
RG	0	1	1

⁵Nel conteggio è stato considerato solo il personale con inquadramento da Dirigente interno.

S1-10 – Salari adeguati

Tutti i dipendenti del Gruppo percepiscono un salario adeguato alle proprie mansioni, in linea con la normativa vigente [rimando alle informative S1-8 e S1-16].

S1-12 – Persone con disabilità

All'interno della propria forza lavoro, il Gruppo conta 11 persone con disabilità riconosciuta, pari a circa il 3% della popolazione aziendale totale.

Persone con disabilità ripartite per genere	2024		
	Donne	Uomini	Totale
Numero totale di persone con disabilità tra i dipendenti	7	4	11
GSR	4	2	6
RG	3	2	5
Numero totale di dipendenti	219	101	320
Percentuale di persone con disabilità tra i dipendenti	2%	1%	3%

S1-13 – Metriche di formazione e sviluppo delle competenze

Nel 2024, il 36% dei dipendenti del Gruppo ha partecipato a revisioni periodiche delle prestazioni e dello sviluppo della carriera. In GSR, la valutazione annuale delle performance si articola in due processi distinti: il sistema MBO, rivolto a dirigenti, quadri e figure commerciali, che ha coinvolto 46 persone, e il processo di performance management, destinato ai

dipendenti non soggetti a MBO con almeno sei mesi di permanenza in azienda, a cui hanno partecipato 54 dipendenti. Quest'ultimo strumento consente di monitorare le prestazioni individuali, favorire la crescita delle competenze e allineare gli obiettivi professionali alle strategie aziendali, contribuendo alla valorizzazione del capitale umano.

Dipendenti soggetti a revisione periodica	2024		
	Donne	Uomini	Totale
Numero totale dipendenti soggetti a revisione periodica della performance	64	51	115
GSR	53	47	100
RG	11	4	15
Numero totale di dipendenti	219	101	320
Percentuale di persone con disabilità tra i dipendenti	29%	50%	36%

Ogni dipendente del Gruppo ha usufruito di 15,06 ore medie di formazione, per un totale di 2.654,5 ore per le donne e 2.164 per gli uomini.

Ore di formazione media per dipendenti	2024		
	Donne	Uomini	Totale
Numero di ore di formazione media per i dipendenti	2.655	2.164	4.819
GSR	1.654	1.962	3.616
RG	1.001	202	1.203
Numero totale di dipendenti	219	101	320
Numero medio di ore di formazione	12,12	21,43	15,06

S1-14 – Metriche di salute e sicurezza

Nel 2024, tutti i 320 dipendenti del Gruppo sono stati coperti dal sistema di salute e sicurezza. Per quanto riguarda i lavoratori non dipendenti, 4 su 43 sono stati inclusi nella copertura, portando il tasso complessivo di copertura all'89%. Nell'anno non sono stati registrati

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

Ore lavorate, perse e di assenza	2024
	n.
Percentuale di dipendenti coperti da sistemi di salute e sicurezza	100%
Numero di dipendenti coperti da sistemi di salute e sicurezza	320
Numero totale di dipendenti del Gruppo	320
Percentuale di non dipendenti coperti da sistemi di salute e sicurezza	1%
Numero di lavoratori non dipendenti coperti da sistemi di salute e sicurezza	4
Numero totale di lavoratori non dipendenti del Gruppo	43
Percentuale di lavoratori propri coperti da sistemi di salute e sicurezza	89%

S1-15 – Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata

In conformità ai CCNL di riferimento, tutti i dipendenti del Gruppo hanno diritto ad usufruire di congedi per motivi familiari. Nel 2024, è stato attestato il diritto a tali congedi, riconosciuti ai sensi dell'Art. 3, comma 3 della Legge 104/1992 o di altra documentazione

specificata a 61 dipendenti.

In totale nel corso dell'anno, 40 dipendenti hanno usufruito di congedi per motivi familiari, di cui il 22% uomini e il 78% donne.

Persone aventi usufruito di congedi familiari	2024		
	Donne	Uomini	Totale
Dipendenti che hanno usufruito di congedi per motivi familiari	31	9	40
di cui presso le sedi di GSR	9	5	14
di cui presso le sedi di RG	22	4	26

S1-16 – Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)

La retribuzione dei dipendenti è stabilita dalle disposizioni contenute all'interno del CCNL di riferimento, mentre la componente variabile (MBO) viene assegnata in base al raggiungimento di specifici obiettivi, secondo criteri di attribuzione determinati da

pesi ponderati. Nel 2024, il divario retributivo medio tra donne e uomini, calcolato come la differenza percentuale tra la retribuzione oraria media lorda degli uomini e quella delle donne, è stato pari al 14%.

Retribuzione media per genere e divario retributivo	2024		
	Donne	Uomini	Divario retributivo
Retribuzione oraria media lorda (€)	32,63	38,06	14%
Retribuzione mediana	2024		
	Rapporto tra la remunerazione mediana e lo stipendio più alto.		
GSR	1015%		
RG	949%		

S1-17 – Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani

Nel 2024, non sono stati segnalati episodi di discriminazione e non si sono verificati incidenti gravi in materia di diritti umani.



06

S3 – COMUNITÀ INTERESSATE

SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi

GSR integra, all'interno della propria strategia aziendale, le opinioni e gli interessi delle comunità locali, tra cui viaggiatori, visitatori delle stazioni, partecipanti a mostre ed eventi, utenti degli spazi riqualificati e cittadini delle città del network. Attraverso un dialogo aperto, l'Azienda raccoglie istanze e opinioni, promuovendo l'ascolto, il confronto e la partecipazione degli stakeholder [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-2]. Ogni anno, GSR conduce un'indagine online per valutare le abitudini di frequentazione e l'esperienza dei visitatori all'interno delle stazioni. Il questionario esplora diversi aspetti chiave dell'esperienza di visita, tra cui pulizia, sicurezza, accessibilità, servizi offerti, attenzione al cliente, comfort, intrattenimento, eventi organizzati e iniziative di riqualificazione. I risultati vengono poi raccolti ed elaborati dalla Funzione Mall per individuare eventuali opportunità di miglioramento e definire, in risposta, le iniziative necessarie.

SBM-3 – IRO rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale

Il business di GSR è strettamente correlato allo sviluppo del tessuto urbano in cui opera e dalle comunità che lo abitano, il cui benessere economico e sociale è essenziale per la generazione di valore. Arricchire il territorio significa riconoscerne le necessità e trovare una risposta adeguata alle istanze delle persone che vi risiedono. Il Gruppo contribuisce allo sviluppo delle comunità in cui è attivo attraverso la promozione di iniziative sociali a sostegno delle persone più bisognose e di progetti di riqualificazione per la creazione di spazi sicuri, fruibili e confortevoli [rimando all'informativa S3-4]. La valutazione degli impatti, rischi e opportunità relativi alle comunità interessate nel processo di analisi di doppia rilevanza ha riguardato una rete di portatori di interesse, che comprende tutti coloro che beneficiano o partecipano alle iniziative a favore del territorio [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-3 e S3 SBM-2].

S3-1 – Politiche relative alle comunità interessate

Attualmente il Gruppo non ha adottato politiche per individuare, valutare e gestire gli impatti generati dai propri interventi sulle comunità interessate, nonché i rischi e le opportunità rilevanti associate, in quanto relative alle attività ordinarie di business.

S3-2 – Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti

Le comunità interessate dalle attività di GSR includono diverse classificazioni di portatori di interesse [rimando all'informativa S3 SBM-3]. Per questo motivo, il loro coinvolgimento è determinato da vari fattori, come la categoria di appartenenza, le necessità espresse e il tipo di servizio per cui è richiesto il coinvolgimento. Tra gli strumenti principalmente utilizzati da GSR vi sono i questionari di valutazione delle esperienze dei visitatori e la dotazione di dispositivi dedicati al raccoglimento di feedback negli spazi delle stazioni, come i tablet installati all'interno dei servizi igienici a pagamento [rimando all'informativa S3 SBM-2]. Per quanto riguarda eventuali segnalazioni o reclami relativi ai servizi e ai prodotti offerti all'interno degli spazi in affitto e dei temporary store, la gestione delle relative procedure è affidata direttamente ai tenant di competenza [rimando all'informativa S4 S4-3].

S3-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di esprimere preoccupazioni

Pur non disponendo di strumenti specifici per raccogliere le preoccupazioni delle comunità interessate, il Gruppo mette a disposizione del pubblico canali di contatto, come e-mail (info@gsretail.it) e social media. Ogni segnalazione e preoccupazione raccolta viene tempestivamente presa in carico e indirizzata alla Funzione competente, che provvede a fornire una risposta e ad adottare le eventuali misure necessarie [rimando all'informativa S1 SBM-2].

S3-4 – Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti per le comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni

Il Gruppo è intervenuto a sostegno del territorio e delle comunità che vi risiedono attraverso diverse iniziative volte a prevenire o porre rimedio agli impatti negativi e i possibili rischi individuati, promuovendo allo stesso tempo opportunità di sviluppo e generazione di valore. Ad oggi, non sono state ricevute segnalazioni di gravi problemi o incidenti in materia di diritti umani connessi alle comunità interessate. Tutti i progetti di riqualificazione e ristrutturazione sono monitorati dalla Funzione Direzione Tecnica del Gruppo, mentre il programma di eventi e associazionismo sono coordinati dalla Funzione Relazioni Esterne e Marketing.

Ristrutturazione e rigenerazione urbana

Il Gruppo è da sempre impegnato nel valorizzare e rendere più accoglienti gli spazi che circondano le stazioni. Ogni anno vengono realizzati alcuni importanti interventi di riqualificazione e ristrutturazione, integrando specifici criteri di sostenibilità in ogni fase del processo: dal cantiere all'utilizzo finale degli spazi, con particolare attenzione alla scelta dei materiali, all'efficienza energetica e alla riduzione dei consumi. Nell'ultimo triennio GSR ha investito complessivamente oltre 7,4 milioni di euro per importanti interventi di riqualificazione, con l'obiettivo di generare esternalità positive sulle comunità locali creando spazi sociali, sicuri e confortevoli, oltre che a fornire servizi commerciali e di ristoro di maggiore qualità e fruibilità.

	2024			2023		
	Area	Costo	Durata	Area	Costo	Durata
	m2	M€	Mesi	m2	M€	Mesi
Milano	3.205	3,6	20	500	0,9	3
Roma	1.840	1,2	12	267	0,1	3,5
Genova	247	1	8,5	-	-	-
Venezia	229	0,6	6	-	-	-
Verona	195	0,6	2	42	0,1	1
Bologna	138	0,4	1	107	0,3	3

Nel 2024, a Roma Termini, sono stati svolti lavori di ammodernamento che hanno coinvolto impianti elettrici, di climatizzazione e ventilazione, sistemi idraulici e di scarico, impianti antincendio. A sostegno della valorizzazione dell'area circostante la stazione, GSR ha avviato un ulteriore progetto di riqualificazione delle aree esterne che si affacciano sulle vestigia archeologiche delle Mura Serviane. Sono stati realizzati interventi di sistemazione e arredo del giardino, con la creazione di aiuole, la piantumazione di piante e arbusti, il rifacimento della pavimentazione e l'ottimizzazione dei sistemi idrici dell'area.

Nella stazione di Firenze Santa Maria Novella i magazzini sono stati oggetto di ristrutturazione, che ha previsto il completo rifacimento dell'impianto elettrico e dell'impianto di rivelazione incendi.

A febbraio 2024, a Milano, si sono conclusi i lavori sui nuovi uffici di GSR situati presso l'Edificio 6 tra la testata della stazione Centrale e i Magazzini Raccordati. L'intervento ha permesso la trasformazione di un'area inutilizzata, attraverso la creazione di una nuova reception, un'area di attesa, uno spazio di open space e uffici privati. Sono state realizzate diverse sale meeting, servizi igienici e un'area break per tutto il personale. Data la posizione dell'edificio, situato sotto i binari, è stato necessario installare sistemi di illuminazione artificiale nelle aree prive di luce naturale. Inoltre, per migliorare l'isolamento acustico, sono state predisposte pareti, contropareti e controsoffitti per creare un ambiente di lavoro più confortevole per il personale.

Tra i progetti attivi a Milano figurano anche i Magazzini Raccordati della stazione Centrale di Milano, che saranno riconvertiti nel Centro di Architettura e Design Dropcity, concepito dall'architetto Andrea Caputo. Con una superficie complessiva di oltre 40.000 m², questi spazi - originariamente progettati per agevolare i rifornimenti e lo scambio merci, costituiscono la parte più antica della stazione Centrale. Sebbene i Magazzini abbiano svolto molteplici ruoli fino all'abbandono progressivo avvenuto a partire dalla fine degli anni '80 del secolo scorso, oggi si preparano a una nuova fase di vita. Avviato nel 2017, grazie alla collaborazione

tra GSR, le istituzioni e le associazioni di quartiere, l'intervento di riqualificazione prevede l'apertura di Dropcity nel 2025. Questa iniziativa metterà a disposizione della città oltre 10.000 m² articolati in 28 tunnel, che ospiteranno gallerie espositive, atelier di produzione, laboratori di falegnameria, robotica e prototipica avanzata, nonché spazi ufficio e una biblioteca pubblica dedicata ad Architettura e Design.

Da poli ferroviari a hub culturali

Le stazioni non sono solo semplici luoghi di passaggio. Grazie alla posizione centrale che occupano e alla capacità di attrarre un numero elevato di visitatori, possono trasformarsi in spazi di riflessione e incontro. A Torino, la stazione Porta Nuova è stata sede della mostra immersiva Dinosauri: Terra dei Giganti, Tra febbraio e giugno 2024, la Sala degli Stemmi della Stazione ha ospitato oltre 20 esemplari di dinosauro in dimensioni originali e autentici fossili, accompagnati da effetti sonori e video per favorire il coinvolgimento dei piccoli visitatori.

La stazione Centrale di Milano è stata protagonista di numerose iniziative di animazione e intrattenimento, ospitando eventi culturali e sportivi che hanno coinvolto l'intera comunità.

In occasione della 62^a edizione del Salone del Mobile, la stazione ha accolto due eventi dedicati all'arte e aperti al pubblico. Sulla facciata principale è stata esposta La Nascita, un'installazione dell'artista francese di fama internazionale JR, mentre al suo interno Moncler ha presentato An Invitation to Dream, una mostra immersiva ispirata al significato simbolico delle stazioni, non solo come luoghi di arrivo e partenza, ma anche come spazi di esplorazione della tematica del sogno.

A maggio 2024, la piazza antistante ha ospitato Welcage, un festival dedicato alla Generazione Z e realizzato in collaborazione con Fandango Club, Golab Agency e WSC. Il progetto mirava a creare uno spazio di incontro tra giovani cittadini di Milano e dell'hinterland, offrendo un programma di eventi gratuiti e accessibili a tutti. Per un'intera settimana, la Piazza si è animata

con performance live, dj set, partite di calcio e basket, interviste e live streaming.

A ottobre, Piazza Duca D'Aosta è stata anche teatro della performance Il grande salto del campione di freestyle motocross Vanni Oddera. L'evento benefico è stato organizzato per sostenere la ricerca sui benefici della Mototerapia a supporto dei piccoli pazienti in cura presso l'Ospedale Gaslini di Genova.

Per il terzo anno consecutivo, la stazione Centrale ha inoltre ospitato Senstation Winter, realizzato da AADV Entertainment, leader italiano nella produzione di format originali di live entertainment. L'evento ha registrato circa 200.000 visitatori e, come da tradizione, ha visto l'installazione della pista di pattinaggio ai piedi dell'albero di Natale. Quest'anno, il villaggio è stato arricchito dall'allestimento curato da Xiaomi, partner dell'evento, che ha presentato in anteprima in Italia il veicolo elettrico Xiaomi SU7 Max. In questa occasione, Grandi Stazioni Retail ha anche supportato la campagna di raccolta fondi di OBM Onlus per l'umanizzazione del nuovo reparto di terapia intensiva neonatale dell'Ospedale dei Bambini Vittore Buzzi di Milano.

A giugno 2024, al tradizionale appuntamento invernale si è aggiunto Senstation Summer, evento organizzato in collaborazione con la FIGC, Coca-Cola e Plenitude in occasione degli Europei di calcio UEFA EURO 2024. Per l'evento è stato allestito un villaggio sportivo con maxischermi per la trasmissione in diretta delle partite. Senstation Summer ha inoltre ospitato una delle due tappe italiane della Coppa del Mondo di pattinaggio inline freestyle, promossa da FISR e World Skate. Particolare attenzione è stata riservata alla sostenibilità: grazie alla collaborazione con Plenitude, il villaggio è stato progettato per garantire efficienza energetica, utilizzando pannelli fotovoltaici e forniture di energia certificata con garanzia d'origine europea.

Il sostegno del Gruppo alle comunità

Un'importante occasione per generare un impatto positivo tra le comunità che risiedono nelle vicinanze

delle stazioni è stata il sostegno offerto dal Gruppo alle associazioni e organizzazioni locali.

Nelle stazioni di Milano Centrale, Roma Termini e Napoli Centrale è stata riproposta l'iniziativa Regalo Sospeso, che, in prossimità di Pasqua e Natale, ha permesso la raccolta di circa 6.500 euro. Attraverso questo progetto, Retail Group consente ai propri clienti di effettuare donazioni presso i negozi delle stazioni per circa un mese prima delle festività, utilizzando poi l'importo raccolto per acquistare beni di prima necessità da devolvere alle associazioni locali.

Anche quest'anno, il Gruppo ha mantenuto il proprio impegno a livello sociale, coinvolgendo attivamente i dipendenti in iniziative benefiche. In occasione della Charity Week, RG ha deciso di supportare il polo sociale di accoglienza Binario 95, nato con l'obiettivo di offrire ascolto, accoglienza e sostegno alle persone in difficoltà, proponendo percorsi di riabilitazione alla vita sociale per le persone senza fissa dimora presso la stazione di Roma Termini. L'Azienda ha destinato il 5% dell'incasso aziendale realizzato nel corso di 4 settimane, raccogliendo un totale di €68.025. La donazione è stata resa possibile grazie a quattro eventi dedicati, organizzati nei mesi di marzo, maggio, ottobre e novembre 2024.

Nel 2024, GSR ha aderito alle iniziative promosse dalla FAO e dal Comune di Milano in occasione della Giornata Mondiale dell'Alimentazione e della Giornata Nazionale dell'Albero. Per il 79° anniversario della FAO, GSR ha sostenuto la campagna "Diritto al cibo per una vita e un futuro migliori", partecipando come Amico della Giornata Mondiale dell'Alimentazione. L'iniziativa ha posto l'attenzione sul valore del cibo come diritto umano, promuovendo l'accesso a un'alimentazione diversificata, sicura ed economicamente sostenibile attraverso attività di sensibilizzazione in Cile, Marocco, Kirghizistan e Filippine.

Parallelamente, GSR ha contribuito alla raccolta fondi lanciata dal Comune di Milano per il progetto di piantumazione di 4.776 alberi, pari al numero di quelli abbattuti dal nubifragio che ha colpito la città a luglio 2023. Grazie alla partecipazione di imprese, cittadini e associazioni territoriali, è stato possibile raccogliere

oltre 1,3 milioni di euro destinati alla reintegrazione del patrimonio arboreo.

Nel corso dell'anno, il Gruppo ha inoltre aderito all'Associazione Centrale District, un'iniziativa nata per affrontare le criticità del quartiere in cui sorge la stazione Centrale di Milano. L'Associazione riunisce alcune delle realtà più rappresentative dell'hospitality milanese, insieme a gallerie d'arte, negozi e attività locali, con l'obiettivo di valorizzare il quartiere, migliorarne la vivibilità e renderlo più attrattivo per la comunità. Questo impegno si concretizza attraverso la promozione di eventi culturali e iniziative di volontariato, contribuendo a rivitalizzare l'area e a rafforzarne l'identità.

S3-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti

Retail Group si è impegnata a promuovere un impatto positivo sulle comunità, attraverso la definizione di 3 obiettivi, che nel corso dell'anno sono stati riesaminati, ampliando il loro ambito di applicazione a nuove stazioni [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-1].

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	2024 Risultati	2025 Obiettivo
Retail Group	2023	Raggiunto. L'obiettivo è stato esteso anche a Napoli	Donazione del 5% dell'incasso su 4 settimane su Roma e Milano
Retail Group	2023	Raggiunto. L'obiettivo è stato esteso anche a Napoli	Giornate gratuite per il volontariato: 1 riunione su Milano, 1 riunione di aggiornamento su Roma
Retail Group	2023	Raggiunto. L'obiettivo è stato esteso anche a Napoli	Regalo sospeso: donazioni effettuate dai clienti presso i negozi delle stazioni in prossimità delle festività



07

S4 – CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI

SBM-2 – Interessi e opinioni dei portatori d'interessi

GSR integra, all'interno della propria strategia aziendale, le opinioni e gli interessi dei consumatori e degli utilizzatori finali nell'ambito delle attività di stakeholder engagement, raccogliendo istanze e opinioni [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-2].

SBM-3 – IRO rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale

GSR identifica i consumatori e gli utilizzatori finali come i propri clienti e i fruitori dei servizi offerti. Questa categoria comprende tutti i locatari degli spazi gestiti dall'Azienda, la clientela dei negozi presenti nelle stazioni e i destinatari delle campagne di comunicazione e media.

Per il Gruppo è fondamentale garantire l'accesso e la qualità delle informazioni fornite, nella tutela della salute e sicurezza di chi visita gli spazi e nella promozione di un'esperienza di visita inclusiva, senza discriminazioni o barriere [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-3].

S4-1 – Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali

Il Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale disciplina le modalità con cui vengono svolte le attività di pubblicità all'interno degli spazi dedicati all'advertising nelle stazioni. In questo modo, GSR garantisce il rispetto dei principi etici e di responsabilità sociale, allineandosi agli standard di riferimento in materia di pubblicità e costume. Il contenuto del Codice è destinato a tutti gli utenti, le agenzie, i consulenti pubblicitari e di marketing, i gestori di veicoli pubblicitari e a tutti coloro che, in generale, sono chiamati a effettuare una comunicazione di carattere commerciale.

GSR si impegna a realizzare le proprie campagne comunicative in modo onesto, veritiero e corretto, evitando ogni dichiarazione o rappresentazione che

possa indurre in errore i consumatori per mezzo di omissioni, ambiguità o esagerazioni. La pubblicità deve risultare sempre riconoscibile e non può riportare contenuti offensivi, discriminatori, volgari o violenti. In questo senso, particolare attenzione è riservata alla tutela dei minori, impedendo messaggi che possano sfruttare l'ingenuità o promuovere comportamenti dannosi. Il Codice scoraggia qualsiasi pratica sleale come la denigrazione della concorrenza o l'imitazione servile di altri marchi.

L'organo garante degli interessi dei consumatori è il Comitato di Controllo, i cui membri sono scelti tra esperti di problemi dei consumatori, di tecnica pubblicitaria, di mezzi di comunicazione e di materie giuridiche. Quest'organo è chiamato a verificare la conformità alle norme del Codice e, in caso di difformità, può invitare a modificare la comunicazione commerciale o emettere ingiunzioni di desistenza. Chiunque ritenga di subire una forma di pregiudizio attraverso le attività di comunicazione commerciale promosse, contrarie al Codice di Autodisciplina, può richiedere l'intervento del Giurì, organo chiamato a garantire l'osservanza e l'applicazione del Codice di concerto con il Comitato di Controllo. Ricevuta l'istanza, il Giurì raccoglie le deduzioni e gli eventuali documenti forniti dalle parti convenute e convoca la discussione orale, al termine della quale sarà chiamato ad emettere la propria decisione o, qualora lo ritenga necessario, ad acquisire ulteriori elementi di prova.

Il Codice di Autodisciplina è reso disponibile per la consultazione attraverso il sito Internet dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (<https://www.iap.it/codice-e-altre-fonti/il-codice/>).

S4-2 – Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti

GSR si impegna a creare dei canali di dialogo con i tenant perché possano partecipare attivamente alla comprensione e alla gestione degli impatti rilevanti. Le attività di coinvolgimento sono realizzate e coordinate quotidianamente dalla Funzione Mall, tramite contatto diretto per via telefonica o telematica. Nel caso di

comunicazioni di carattere ufficiale, la Funzione ricorre a documenti formali, quali circolari e richiami.

Parallelamente, il Gruppo si impegna a fare leva sulla collaborazione con i propri partner per promuovere comportamenti etici e sviluppare pratiche commerciali più responsabili. Con cadenza annuale, GSR invita i tenant a compilare una survey sulle iniziative implementate nel corso dell'anno, per monitorare lo sviluppo degli impegni presi e l'impatto delle attività realizzate.

S4-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni

I consumatori e i fruitori dei servizi offerti da GSR possono in qualsiasi momento esprimere le proprie preoccupazioni o istanze attraverso i canali dedicati, tra cui l'indirizzo e-mail (info@gsretail.it) e social media [rimando all'informativa S3-3]. Per le segnalazioni relative ai beni di consumo, possono rivolgersi direttamente ai partner commerciali del Gruppo tramite i rispettivi canali di reclamo. GSR mantiene un dialogo costante contatto con i propri tenant per condividere le istanze e garantire risposte adeguate [rimando all'informativa S4-2].

S4-4 – Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni

Migliorare l'esperienza di visita e d'acquisto nelle stazioni è una priorità per GSR, promossa grazie al coinvolgimento attivo dei propri partner e alla creazione di messaggi pubblicitari trasparenti e di qualità. Nel corso del 2024 sono state avviate iniziative per promuovere pratiche commerciali responsabili, con un focus sulla tutela ambientale e lo sviluppo di sistemi di comunicazione in grado di rispondere alle

esigenze e al benessere dei visitatori. Ad oggi, nella realizzazione dei progetti, il Gruppo non ha ricevuto segnalazioni di gravi problemi o incidenti in materia di diritti umani connessi ai consumatori e utilizzatori finali. Le iniziative sono valutate costantemente nella loro efficacia attraverso le Funzioni di riferimento, le quali si impegnano a raccogliere le informazioni utili dalle parti interessate attraverso gli strumenti di coinvolgimento predisposti [rimando all'informativa S4-2]. Nello specifico, la comunicazione con i tenant è promossa dalla Funzione Mall, mentre le attività inerenti alla pubblicità commerciale fanno capo alla Funzione Marketing.

Promuovere pratiche commerciali responsabili

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

Tra le iniziative promosse, particolare attenzione è stata dedicata alla riduzione dello spreco alimentare, coinvolgendo i punti vendita del settore food, restaurant e caffetteria. I tenant vengono sensibilizzati in merito alle iniziative per limitare gli sprechi, tra cui l'adesione al progetto Too Good To Go per la raccolta degli avanzi a fine giornata, l'applicazione di sconti nelle ultime ore di apertura, gli omaggi ai dipendenti o la collaborazione con associazioni attive nel settore e sono, poi, invitati a condividere con il Gruppo le scelte compiute. In quest'ottica, dal 2022, GSR è impegnata nella promozione dell'iniziativa Good Food in collaborazione con Too Good To Go, che nel corso dell'anno ha permesso di salvare un totale di 37.425kg di cibo, risparmiando più di 100.000kg di CO₂.

Per garantire la corretta conservazione degli impianti, come degrassatori, cappe e sistemi di climatizzazione presenti all'interno degli spazi affittati, GSR si impegna a monitorare costantemente le attività di manutenzione condotte [rimando all'informativa E3-2]. I tenant sono

invitati a condividere i risultati delle verifiche e i relativi rapporti, ricevendo suggerimenti e raccomandazioni per prevenire sversamenti e contaminazioni.

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

biocombustibile [rimando all'informativa E5-2].

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

Diffondere comportamenti responsabili

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?



Con l'intento di promuovere il cambiamento verso un modello più sostenibile dal punto di vista ambientale, sociale ed economico, GSR si impegna a svolgere un ruolo di catalizzatore, favorendo attivamente l'adozione di pratiche sostenibili all'interno delle stazioni. Attraverso un sondaggio online composto da 10 domande, di cui 8 a scelta multipla e 2 a risposta aperta, GSR ha voluto mappare i comportamenti più virtuosi tra tenant e fornitori in funzione degli obiettivi posti dal Piano di Sostenibilità.

La survey rivolta ai fornitori ha raccolto 108 risposte, evidenziando alcuni aspetti chiave:

- il 79% ha dichiarato di aver adottato aspetti di sostenibilità, il 61% lo fa da tempo e il restante 39% sono ai primi passi;
- per quanto riguarda il tema dell'efficienza energetica, il 31% dei fornitori coinvolti nella survey promuove best practice per ridurre i consumi energetici in azienda, l'8% ha sviluppato un piano con obiettivi quantitativi per la riduzione dei consumi energetici monitorati annualmente e il 4% ha integrato un piano senza un monitoraggio strutturato;
- relativamente al consumo idrico, il 42% dei fornitori coinvolti incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dell'utilizzo di acqua e il 6% ha sviluppato un piano con obiettivi per la riduzione dei consumi idrici ma non ne monitora i risultati quantitativi;
- sul fronte della gestione dei rifiuti, il 53% dei fornitori incoraggia la diffusione di best practice per una corretta raccolta differenziata e l'8% ha integrato un piano di riduzione dei rifiuti con obiettivi dedicati, sebbene non ne monitora i progressi quantitativi.

La survey ai tenant ha raccolto 326 risposte, evidenziando alcuni aspetti chiave:

- il 75% ha dichiarato di aver adottato aspetti di sostenibilità nel business, il 66% lo fa da tempo, mentre il restante 34% è ancora alle fasi iniziali del proprio percorso;
- sul totale dei tenant che hanno risposto alla survey, il 45% incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dei consumi energetici in azienda, il

5% ha sviluppato un piano con obiettivi quantitativi per la riduzione dei consumi energetici monitorati annualmente e il 5% ha piano per la riduzione delle emissioni di CO2 dirette;

- per quanto riguarda i consumi idrici, il 52% dei tenant che hanno risposto alla survey incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dei consumi, mentre l'8% ha sviluppato un piano con obiettivi quantitativi per la riduzione dei consumi idrici monitorati annualmente;
- in tema di gestione dei rifiuti, il 65% dei tenant coinvolti incoraggia la diffusione di best practice per una corretta raccolta differenziata, mentre il 7% ha sviluppato un piano con obiettivi per la riduzione dei rifiuti ma non monitora i risultati quantitativi.

Amplificatori d'impatto

Attraverso i propri spazi, GSR vuole offrire dei canali digitali che soddisfino le esigenze di investitori e brand, sperimentando nuovi linguaggi e modelli di comunicazione. Dal 2023, l'Azienda ha integrato nella programmazione ordinaria diversi contenuti di entertainment. Grazie a brevi filmati senza audio, forniti da broadcaster come Sky, Eurosport e Paramount, introdotti all'interno delle GOTV, il Gruppo si impegna a favorire un'esperienza più accogliente e piacevole per i visitatori.

Per rispondere alle esigenze del mercato all'interno del proprio network, sono state promosse diverse soluzioni modulari e innovative, basate su tecnologie avanzate. Tra le opzioni disponibili, il Digital Out Of Home (DOOH) sfrutta schermi ad alta definizione e Big Data per consentire agli inserzionisti di sviluppare strategie di comunicazione ad alto impatto. Grazie all'inventario DOOH, la modalità Programmatic permette, poi, una pianificazione automatizzata, offrendo agli inserzionisti la libertà di definire autonomamente i dettagli della campagna, come soggetti, schermi e fasce orarie. Infine, le soluzioni Static sono pensate per inserirsi armoniosamente negli spazi architettonici delle stazioni, accompagnando i viaggiatori in ogni fase della loro esperienza.

L'impegno verso la ricerca di nuove strategie di

comunicazione si è concretizzato nel corso dell'anno nel lancio del nuovo prodotto Target Audience, una nuova soluzione data-driven progettata per offrire opportunità di targeting avanzato. Evoluzione del precedente progetto Total Audience, il sistema di monitoraggio dell'audience nelle stazioni ferroviarie che integra il Retail Media, sviluppando una nuova metodologia che consente una pianificazione pubblicitaria più precisa ed efficace. In particolare, il sistema permette di ottimizzare le campagne per settori specifici come Food, Fashion & Beauty, trasformando il contesto OOH (Out of Home) tradizionale da un approccio "one to many" a una comunicazione più mirata, riducendo la dispersione del messaggio pubblicitario e massimizzando l'impatto degli investimenti dei brand.

A testimonianza della continua ricerca di innovazione nel settore pubblicitario, il 29 ottobre 2024, GSR ha partecipato alla nuova edizione di Intersections, l'evento dedicato all'evoluzione della pubblicità e dei media digitali. In questa occasione, l'Azienda ha presentato ufficialmente Target Audience durante il workshop "Oltre l'Out of Home: Retail Media video 360°", illustrando i vantaggi di una strategia pubblicitaria basata sui dati, che permetta una pianificazione più mirata migliorando l'efficacia delle campagne pubblicitarie.

In quanto amplificatore sociale, GSR seleziona ogni anno con cura le campagne pubblicitarie da trasmettere gratuitamente sui propri schermi, contribuendo alla diffusione di messaggi di rilevanza sociale. In quest'ottica, la scelta delle campagne probone trasmesse è valutata secondo i criteri di impatto e valore culturale, prestando particolare attenzione ai progetti locali che affrontano tematiche di interesse globale o promuovono la cultura. Nel 2024, sono state trasmesse 33 campagne, registrando un incremento del 27% rispetto all'anno precedente, beneficiando della visibilità offerta dagli impianti pubblicitari del network di GSR, per un totale di 9.595 minuti di spot. L'obiettivo dell'Azienda di destinare il 3% del palinsesto alle campagne no-profit è stato raggiunto a pieno nel corso dell'anno.

S4-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti

GSR promuove pratiche commerciali responsabili e un accesso trasparente alle informazioni condivise, in linea con i quattro obiettivi rivolti ai propri partner, definiti nel Piano di Sostenibilità [rimando all'informativa S4 SBM-3]. Anche Retail Group contribuisce a questo impegno attraverso lo stato di avanzamento è monitorato costantemente dall'Azienda [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-1].

Anche Retail Group supporta l'impegno di GSR, identificando 1 iniziativa dedicata ai brand, il cui progresso è riportato nella tabella di seguito [rimando all'informativa ESRS 2 SBM-1].

Perimetro dell'obiettivo	Anno base	2024 Risultati	2025 Obiettivo
Grandi Stazioni Retail	2022	Non avviato	Vantaggio commerciale per palinsesti pubblicitari con brand e prodotti che sostengono la transizione sostenibile
Grandi Stazioni Retail	2022	3%	3% del palinsesto riservato a no-profit che sostengono la transizione sostenibile
Grandi Stazioni Retail	2022	94% dei nuovi clienti 81% contratti	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
Grandi Stazioni Retail	2022	75%	100% tenant food coinvolto in iniziative contro lo spreco alimentare
Retail Group	2022	8/10 brand con almeno una certificazione di sostenibilità	10 brand con almeno una certificazione di sostenibilità
Retail Group	2022	Raggiunta l'adesione del 50% dei brand food per la donazione di prodotti in scadenza. In corso l'integrazione all'interno dei contratti	Integrazione nel contratto e adesione del 50% dei brand food per la donazione di prodotti in scadenza



08

GI – CONDOTTA DELLE IMPRESE

GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo

Per le informazioni riguardanti gli organi di amministrazione, direzione e controllo si rimanda all'informativa ESRS-2 GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo.

IRO-1 – Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti

Il Gruppo riconosce l'importanza di una cultura aziendale basata sull'onestà e sull'etica, prevenendo qualsiasi forma di corruzione attiva e passiva e favorendo un ambiente di lavoro corretto e trasparente. Una gestione etica del business, attraverso l'adozione di politiche aziendali che diffondano i principi su cui il Gruppo fonda il proprio operato, permette di prevenire eventuali impatti negativi e rischi sanzionatori e reputazionali derivanti dalla scorretta gestione dei dati personali e delle informazioni confidenziali e dal coinvolgimento in atti di corruzione o comportamenti illeciti.

L'identificazione e valutazione degli impatti, rischi e opportunità nel processo di analisi di doppia rilevanza è avvenuta alla luce della consultazione di documenti e informazioni rese disponibili dal Gruppo, accessibili a tutti gli stakeholder, nella sezione "Chi Siamo" del proprio sito Internet. Le informazioni raccolte sono state considerate alla luce del contesto in cui sono condotte le attività di business e di come questo influenzi a sua volta l'operato della Società [rimando all'informativa ESRS 2 IRO-1].

G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese

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

stabilire norme di comportamento etico nei confronti dei diversi stakeholder, sia interni che esterni.

Il Codice Etico

Il Codice Etico di Grandi Stazioni Retail e Retail Group definisce con chiarezza e trasparenza i valori e i principi a cui ciascuna azienda si ispira, nonché i criteri di condotta che regolano le rispettive attività [rimando all'informativa S1-1].

Le Società attribuiscono grande importanza al rispetto della legalità, all'integrità e alla trasparenza nella conduzione delle proprie operazioni. Le attività devono essere realizzate con lealtà e senso di responsabilità, correttezza e in buona fede, impegnandosi a garantire correttezza, completezza, accuratezza, uniformità e tempestività nella gestione e comunicazione delle informazioni aziendali.

Chiunque collabori con GSR e Retail Group è chiamato a svolgere diligentemente le proprie prestazioni professionali, operando nel solo interesse della Società e perseguendo l'efficacia e l'efficienza. Non sono, pertanto, tollerati comportamenti che risultino in contrasto con le normative vigenti o il contenuto del Codice Etico di riferimento.

GSR e Retail Group si impegnano, inoltre, a trattare con la massima riservatezza le informazioni ottenute nel corso dello svolgimento delle attività aziendali e a non diffondere tali informazioni senza dovuta autorizzazione o per scopi diversi rispetto a quelli per le quali sono state ottenute.

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

Infine, tutti i destinatari sono tenuti ad assicurare che ogni decisione sia presa nell'interesse dell'Azienda di appartenenza, evitando tutte le situazioni che possono comportare un conflitto di interesse tra le attività economiche personali e/o familiari e le mansioni

ricoperte. In quest'ottica, ogni abuso della propria posizione per il perseguimento di indebiti vantaggi deve essere evitato.

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo (MOG)

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

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

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

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

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

I Modelli di Gestione, Organizzazione e Controllo sono resi disponibili attraverso il sito Internet aziendale, nella sezione "Chi Siamo" (<https://www.gsretail.it/it/chi-siamo/#governance>).

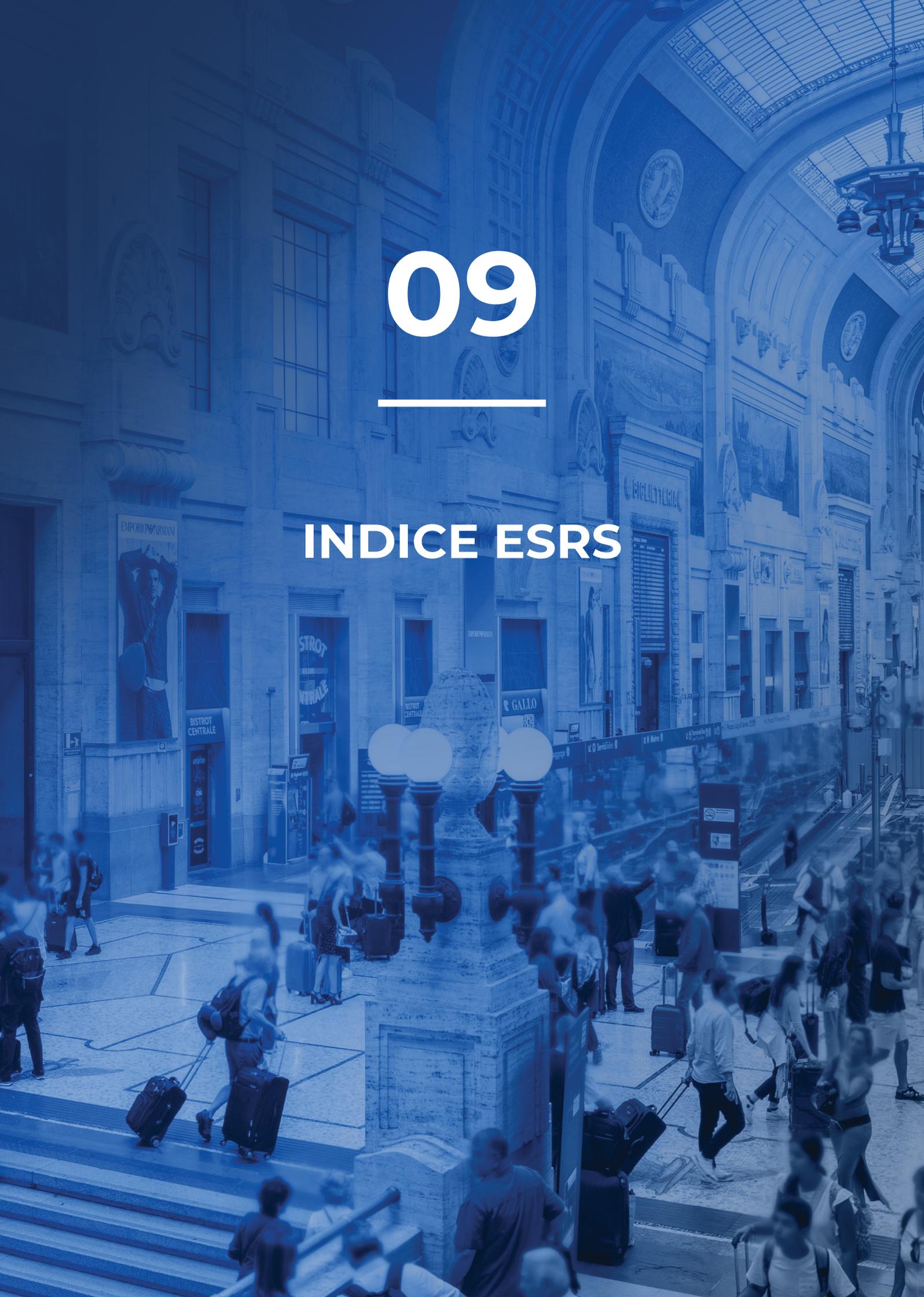
G1-3 – Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva

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

G1-4 – Casi accertati di corruzione attiva o passiva

Nel corso del 2024, non sono stati rilevati episodi di corruzione attiva e passiva, né tra i dipendenti di GSR né nei rapporti con i propri partner.

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



09

INDICE ESRS

CRITERI PER LA REDAZIONE

BP-1 Criteri generali per la redazione della dichiarazione sulla sostenibilità

La Dichiarazione di Sostenibilità redatta su base consolidata, si riferisce all'anno fiscale 2024 (1° gennaio 2024 - 31 dicembre 2024).

Il perimetro di rendicontazione dei dati qualitativi e quantitativi corrisponde al perimetro utilizzato per la rendicontazione di carattere finanziario. Sono state considerate tutte le attività di Grandi Stazioni Retail S.p.A. e di Retail Group S.p.A., ad eccezione di Grandi Stazioni Česká Republika s.r.o.

Nella valutazione degli impatti, dei rischi e delle opportunità sono state considerate, ove possibile, le esternalità generate o subite lungo tutta la catena del valore, a monte, ovvero dai fornitori diretti e indiretti, all'interno del perimetro aziendale e a valle, dai tenant e dai visitatori [rimando alla sezione ESRS 2 SBM-1].

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

BP-2 Informativa in relazione a circostanze specifiche

Questo documento costituisce la prima edizione della Dichiarazione di Sostenibilità di GSR, redatta in conformità con lo Standard unico europeo ESRS (European Sustainability Reporting Standard) per la rendicontazione sulla sostenibilità. Trattandosi del primo esercizio di rendicontazione, non sono stati identificati rischi connessi ad eventuali errori o a fattori di discontinuità con gli anni precedenti.

Nella presente Dichiarazione, l'Azienda presenta tutte le informative richieste dagli ESRS. I riferimenti specifici sono riportati nella sezione ESRS 2 IRO-2. Nessuna informazione è stata oggetto di omissione in conformità all'Appendice C dello Standard ESRS

1 in relazione ai temi ESRS S1, S3 o S4, risultati rilevanti a valle dell'analisi di doppia rilevanza. Tutte le informazioni richieste sono rese disponibili all'interno delle rispettive sezioni del documento.

In questa prima edizione della rendicontazione, non è stato possibile fornire stime riguardanti le attività a monte e a valle della catena del valore, ad eccezione delle informazioni relative alla misurazione delle emissioni di gas a effetto serra appartenenti alla categoria di Scope 3. Per ulteriori informazioni in merito alla metodologia di calcolo dello Scope 3 si rimanda alla sezione E1-6.

IRO-2 Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa

Le informazioni da divulgare in relazione a impatti, rischi e opportunità sono state mappate durante il processo di raccolta dati per la redazione della Dichiarazione sulla sostenibilità sotto la supervisione della funzione Service & Sustainability, e con successiva approvazione del Consiglio di Amministrazione.

Di seguito è riportato l'elenco dei Requisiti di Comunicazione rendicontati in seguito all'esito dell'analisi di doppia rilevanza [rimando all'informativa ESRS 2 IRO-1]. Per tutti i temi materiali saranno riportati tutti i dati applicabili, ad eccezione di quelli inerenti alle spese operative (OpEx) e alle spese in conto capitale (CapEx) soggetti a periodi di transizione, a rendicontazione volontaria o considerati non applicabili.

Codice dell'obiettivo	Informativa	Pg.
ESRS 2	Informazioni Generali	5
BP-1	Criteri generali per la redazione delle dichiarazioni sulla sostenibilità	77
BP-2	Informativa in relazione a circostanze specifiche	77
GOV-1	Informazioni sulla composizione e sul ruolo dei membri degli organi di amministrazione, direzione e controllo	14
GOV-2	L'impresa deve indicare il modo in cui gli organi di amministrazione, direzione e controllo siano informati in merito alle questioni di sostenibilità e come queste siano affrontate	16
GOV-3	Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione	16
GOV-4	Dichiarazione sul dovere di diligenza	16
GOV-5	Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità	16
SBM-1	Strategia, modello aziendale e catena del valore	6
SBM-2	Interessi e opinioni dei portatori di interessi	18
SBM-3	IRO rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	19
IRO-1	Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti	17
IRO-2	Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della dichiarazione sulla sostenibilità dell'impresa	77

Codice dell'obiettivo	Informativa	Pg.
ESRS E1	Cambiamento Climatico	26
GOV-3	Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione	27
SBM-3	Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	27
IRO-1	Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima	27
E1-1	Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici	27
E1-2	Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	27
E1-3	Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici	27
E1-4	Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	28
E1-5	Consumo di energia e mix energetico	29
E1-6	Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES	30
ESRS E3	Acqua e Risorse Marine	34
IRO-1	Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare	35
E3-1	Politiche connesse alle acque e alle risorse marine	35

Codice dell'obiettivo	Informativa	Pg.
E3-2	Azioni e risorse connesse alle acque e alle risorse marine	35
E3-3	Obiettivi connessi alle acque e alle risorse marine	36
E3-4	Consumo idrico	36
ESRS E5	Economia Circolare	37
IRO-1	Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare	38
E5-1	Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	38
E5-2	Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	38
E5-3	Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare	40
E5-5	Flussi di risorse in uscita	42
ESRS S1	Forza lavoro propria	44
SBM-2	Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	45
SBM-3	Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con strategia e modello aziendale	45
S1-1	Politiche relative alla forza lavoro propria	45

Codice dell'obiettivo	Informativa	Pg.
S1-2	Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti	48
S1-3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni	49
S1-4	Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni	49
S1-5	Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	50
S1-6	Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	53
S1-7	Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa	54
S1-8	Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	54
S1-9	Metriche della diversità	55
S1-10	Salari adeguati	56
S1-12	Persone con disabilità	56
S1-13	Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	56
S1-14	Metriche di salute e sicurezza	57
S1-15	Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata	58

Codice dell'obiettivo	Informativa	Pg.
S1-16	Metriche di remunerazione (divario retributivo e remunerazione totale)	58
S1-17	Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani	58
ESRS S3	Comunità interessate	59
SBM-2	Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	60
SBM-3	Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	60
S3-1	Politiche relative alle comunità interessate	60
S3-2	Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti	60
S3-3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di esprimere preoccupazioni	60
S3-4	Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti per le comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni	61
S3-5	Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	64
ESRS S4	Consumatori e utilizzatori finali	65
SBM-2	Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	66
SBM-3	Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	66

Codice dell'obiettivo	Informativa	Pg.
S4-1	Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali	66
S4-2	Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti	66
S4-3	Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni	67
S4-4	Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni	67
S4-5	Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	70
ESRS G1	Condotta delle imprese	73
GOV-1	Informazioni sulla composizione e sul ruolo dei membri degli organi di amministrazione, direzione e controllo	74
IRO-1	Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti	74
G1-1	Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese	74
G1-3	Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva	75
G1-4	Casi accertati di corruzione attiva o passiva	75

CONTATTI

Telefono

+39 02 22199621

Email

info@gsretail.it

Indirizzo

Via Ferrante Aporti 1/B, 20125
Milano

Sito Web

www.gsretail.it



