

GRANDI
STAZIONI
RETAIL

STAZIONI DA VIVERE

2023 Bilancio di Sostenibilità



Il secondo bilancio di sostenibilità di Grandi Stazioni Retail conferma l'impegno dell'azienda per la crescita e l'integrazione della sostenibilità nella propria attività e la volontà di sviluppare un approccio strategico e sistemico alla misurazione delle ricadute che le sue attività possono generare su tutti i soggetti che la circondano.

Anche quest'anno, attraverso il suo Bilancio di Sostenibilità, Grandi Stazioni Retail racconta la propria determinazione nel raggiungere gli standard ambientali, valorizzare le persone che lavorano con l'Azienda e prepararsi ai futuri requisiti europei di rendicontazione non finanziaria.

KNOWLEDGE PARTNER

The European House-Ambrosetti

SOMMARIO

Lettera agli stakeholder	<u>05</u>
Il nostro 2023	<u>07</u>
01 GSR: the leading hub of brands	<u>08</u>
Chi siamo	<u>09</u>
Viaggio verso l'integrazione della sostenibilità	<u>14</u>
I progressi di GSR sul piano di sostenibilità	<u>16</u>
02 Le sfide della sostenibilità	<u>19</u>
03 Hub di cultura e trasformazione urbana	<u>29</u>
Investimenti per condividere e generare valore	<u>31</u>
Ristrutturazione e rigenerazione urbana	<u>32</u>
Da poli ferroviari a hub culturali	<u>34</u>
Amplificatori di impatto	<u>39</u>
04 Sostenibilità: un impegno condiviso	<u>41</u>
Stazioni sempre più green	<u>42</u>
Promotore di sostenibilità	<u>49</u>
Attori di responsabilità sociale	<u>51</u>
05 Le nostre persone	<u>53</u>
Chi dà vita alle stazioni	<u>54</u>
Benessere e formazione	<u>59</u>
06 Come nasce questo documento	<u>63</u>
Nota metodologica	<u>64</u>
07 Indice dei contenuti GRI	<u>65</u>
Informative generali	<u>66</u>
Informative specifiche	<u>69</u>



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

[GRI 2-22]

Nel 2023, **Grandi Stazioni Retail ha accolto più di 776 milioni di visite nelle 14 principali stazioni italiane**, in linea con l'incremento della domanda del trasporto ferroviario. Una crescita che ci impone di rimanere al passo con le mutevoli esigenze dei nostri viaggiatori per garantire un'esperienza che soddisfi le necessità di tutti, in piena sintonia con quello che fin dall'inizio è stato il nostro proposito: procedere attraverso continui e costanti interventi mirati per rendere gli spazi di transito sempre più accoglienti. Siamo certi che agendo nell'evoluzione delle stazioni, luoghi cardine attraverso cui la collettività accede al trasporto ferroviario, si può fare la differenza.

In sintonia con questa convinzione, in GSR ogni giorno ci impegniamo a farci promotori di rigenerazione urbana e di riqualificazione di luoghi abbandonati e inutilizzati. Vogliamo conferire loro nuovi scopi e restituire loro nuova vitalità senza che ci sia ulteriore consumo di suolo. Così come è stato per i **13.000 m² ristrutturati a Roma Termini**.

Ma non basta. Per favorire la riconnessione tra le stazioni, il tessuto urbano circostante e la collettività che lo abita è necessario agire anche all'esterno. Ed ecco il perché dei molti eventi aperti a tutti che GSR anche nel 2023 ha voluto organizzare. Un esempio: nel periodo natalizio **Senstation on Ice ha restituito a Milano Piazza Duca D'Aosta, trasformandola in una enorme pista di pattinaggio su ghiaccio che ha attirato più di 330.000 visitatori in un solo mese**.

Fermamente convinti dell'importanza del nostro ruolo come amplificatori di messaggi sociali e ambientali, ci siamo impegnati e ci impegniamo a studiare nuovi modi per ridurre il nostro impatto. Nel corso del 2023, abbiamo compiuto progressi significativi riuscendo a raggiungere obiettivi non scontati: **l'acquisto di energia 100% rinnovabile e l'aumento del 37% degli spazi programmati sui nostri schermi per campagne pro bono** in grado di contribuire alla divulgazione di messaggi sociali.

Per noi di GSR, i driver ESG costituiscono un pilastro fondamentale che guida le strategie e le decisioni aziendali e i successi che ne traiamo sono frutto dell'impegno collettivo di tutta la nostra squadra. Impegno che condividiamo con i nostri stakeholder, clienti e fornitori; per darci insieme obiettivi sempre più sfidanti e attivare progetti che migliorino l'efficienza energetica e l'impatto ambientale delle stazioni. Collaborazione che sta dando frutti, tanto che **ad oggi l'82% dei fornitori e il 79% dei tenant hanno integrato con successo aspetti di sostenibilità nelle loro attività commerciali.**

Per chiudere un proverbio del Burkina Faso: "Se le formiche si mettono insieme possono spostare un elefante".

Alberto Baldan

IL NOSTRO 2023

<p>14 Stazioni ferroviarie</p>	<p>11 Città italiane</p>	<p>776 milioni visite l'anno</p>
<p>857 Unità commerciali</p>	<p>211.000 Metri quadrati GLA¹</p>	<p>> 1.900 Impianti media</p>
<p>197 milioni Valore generato nel 2023</p>	<p>9 Le principali mostre ed eventi organizzati</p>	<p>2.118 Metri quadrati ristrutturati e riqualificati</p>
<p>95% Energia elettrica acquistata e consumata e da fonti rinnovabili</p>	<p>26 Campagne probono sugli impianti pubblicitari per sensibilizzare su tematiche sociali</p>	<p>> 440 Tenant e fornitori mappati per le loro modalità di gestione della sostenibilità</p>
<p>299 Dipendenti tra GSR e Retail Group, di cui il 65,9% donne</p>	<p>32% Il tasso di assunzione registrato per il 2023</p>	<p>~1.000 ore Ore di formazione erogate ai dipendenti</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

GSR: THE LEADING HUB OF BRANDS



CHISIAMO

Grandi Stazioni Retail (GSR) gestisce le **14 principali stazioni ferroviarie dell'Alta Velocità in Italia**, collocate strategicamente nel cuore delle 11 maggiori città della Penisola. Le stazioni non solo rappresentano vere e proprie **icone dell'architettura e della storia italiana**, ma costituiscono anche la rete con il maggior afflusso di visitatori in Europa. Attraversate ogni anno da **776 milioni di visite**, sono il

primo punto di contatto di chi arriva nelle nostre città e rappresentano un inestimabile patrimonio.

Ogni giorno, GSR contribuisce alla trasformazione delle stazioni in grandi piazze urbane. L'unicità di questi luoghi - dove la bellezza, lo shopping e le eccellenze gastronomiche si fondono in un ambiente confortevole - offre ai visitatori un'esperienza completa a 360°.

STRATEGY

Al centro delle stazioni gestite da GSR il confort dei viaggiatori con servizi innovativi e dedicati ogni giorno dell'anno. Alle persone che amano muoversi l'Azienda offre 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 desiderosi di esplorare opportunità uniche di business e comunicazione in location esclusive, con un elevato potenziale di visibilità grazie alla loro posizione strategica e ai flussi di visitatori.

La nostra storia

Nata nel 2016 dal processo di scissione e vendita di Grandi Stazioni SpA, società del Gruppo Ferrovie dello Stato Italiane, **Grandi Stazioni Retail** viene acquisita da parte del fondo infrastrutturale francese Antin, dall'imprenditore italiano Maurizio Borletti e da Icamap. La società detiene in **esclusiva il diritto di utilizzo commerciale e pubblicitario delle 14 principali stazioni ferroviarie italiane**. Nel 2018, al fine di massimizzare lo sviluppo e l'integrazione del business temporary all'interno delle stazioni, l'Azienda ha **acquisito la società Retail Group**, specializzata nella **comercializzazione e promozione dei temporary shop** del medesimo circuito GSR. Retail Group gestisce direttamente oltre **34 punti vendita** all'interno del perimetro delle stazioni, proponendo un'offerta commerciale temporanea ad un flusso di persone molto ampio.



Grandi Stazioni Retail continua a svolgere un ruolo significativo nel rinnovare l'immagine e la funzione delle grandi stazioni, facendo leva su un **nuovo modello gestionale basato su un concept innovativo degli spazi e su una loro interpretazione contemporanea**. Le principali stazioni ferroviarie italiane, infatti, non solo rappresentano un patrimonio storico e architettonico inestimabile, ma fungono anche da epicentro della mobilità sostenibile, coniugando tradizione e innovazione.

Lo spazio Eataly a Roma Termini



Il nostro network

Le stazioni sono degli importanti punti di riferimento, rappresentano il cuore pulsante della città di cui fanno parte, nonché presente e futuro della mobilità sostenibile. Il network di GSR registra oltre **2 milioni di visite giornaliere** e conta **857 unità commerciali**.



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.

575.000 Visite Giornaliere	196 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.

326.000 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.

192.000
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. .

192.000
Visite Giornaliere

88
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.

178.000
Visite Giornaliere

50
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.

159.000
Visite Giornaliere

42
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.

60.000
Visite Giornaliere

63
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.

60.000
Visite Giornaliere

40
Unità commerciali


**VENEZIA
MESTRE**
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. Costituendo il principale hub di accesso a Venezia su terraferma, la stazione si presenta confortevole e ricca di servizi per viaggiatori e residenti.

77.000

Visite Giornaliere

19

Unità commerciali


**VERONA
PORTA NUOVA**
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.

68.000

Visite Giornaliere

34

Unità commerciali


**GENOVA
PIAZZA PRINCIPE**
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.

25.000

Visite Giornaliere

27

Unità commerciali


**GENOVA
BRIGNOLE**
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.

38.000

Visite Giornaliere

19

Unità commerciali


**BARI
CENTRALE**
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.

38.000

Visite Giornaliere

23

Unità commerciali


**PALERMO
CENTRALE**
Palermo Centrale

È il crocevia principale della Sicilia, unendo l'Isola con tutte le direttrici principali. È situata nel cuore della città, e collega l'aeroporto di Palermo con il servizio ferroviario metropolitano. Costruita nel 1885, è tra le più antiche stazioni in attività d'Italia ed è testimonianza dello stile architettonico eclettico.

52.000

Visite Giornaliere

27

Unità commerciali

Viaggio verso l'integrazione della sostenibilità

Dal 2018, **Grandi Stazioni Retail ha intrapreso il suo percorso lungo i binari della sostenibilità** con il **progetto STREAM** (Stations To Respect Environment and Change Mindset), un **contest interno** a GSR, che ha coinvolto 40 membri del personale aziendale con l'obiettivo di raccogliere **idee per massimizzare la performance dell'Azienda in termini di sostenibilità**. Il progetto **"Good food"** è emerso come vincitore del contest, consentendo a GSR di assumere un ruolo chiave come intermediario tra i negozi di ristorazione e alimentari presenti nelle stazioni e Too Good to Go, un'organizzazione operante in 15 Paesi e certificata B Corp, impegnata nella lotta allo spreco alimentare. Nel 2023, grazie alla partecipazione del 24% dei tenant food coinvolti nell'iniziativa, è stato possibile recuperare oltre **27.800 pasti**, il 156% in più rispetto al 2022, con un risparmio di quasi **70.000 kg di CO₂**.²

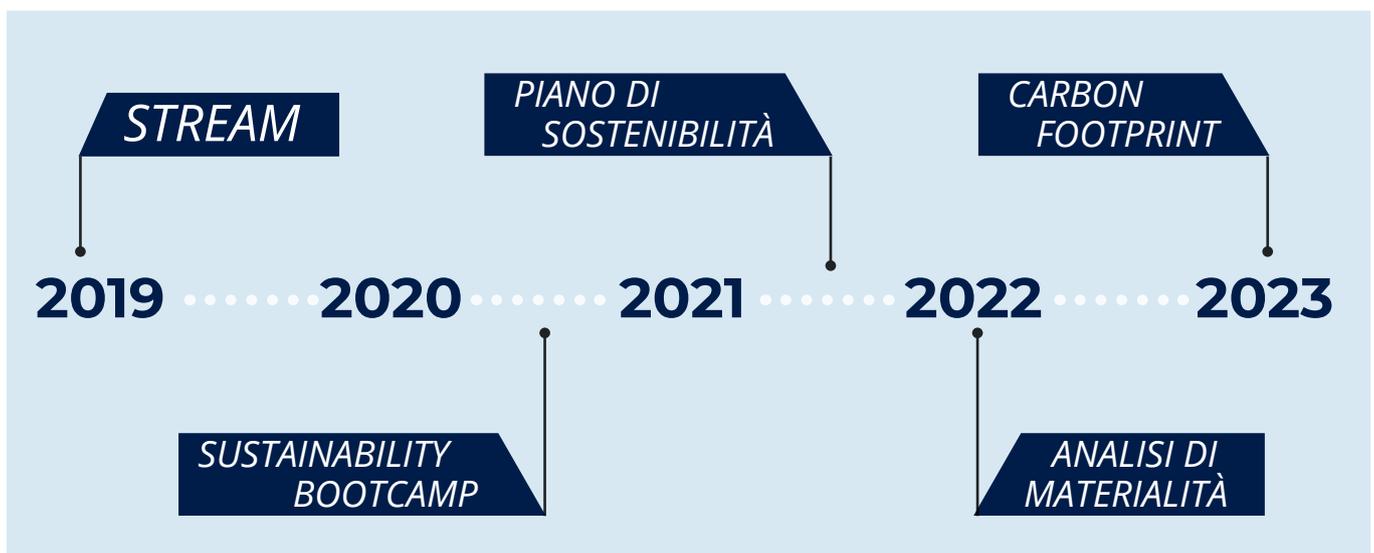
Tra il 2020 e il 2021 è stato avviato il **Sustainability Bootcamp**, una serie di 4 workshop da 4 ore ciascuna, durante il quale il management di GSR ha acquisito le competenze, abilità e conoscenze necessarie per progettare un percorso di transizione sostenibile «a prova di futuro» della propria organizzazione.

Nasce da qui il **Piano di Sostenibilità di GSR**, concluso nel 2022. Attraverso la collaborazione tra le diverse funzioni aziendali, il **dialogo costante tra i membri del top management dell'Azienda** e gli spunti emersi durante STREAM, sono stati definiti gli obiettivi al 2025 con lo scopo di **migliorare l'impegno di GSR nel creare un impatto positivo sull'ambiente, sulle persone e sulla società** per mezzo delle proprie attività.

L'inizio del percorso di rendicontazione

Il percorso di rendicontazione non finanziaria di GSR inizia nel 2022 con la pubblicazione del **primo Bilancio di Sostenibilità**, un documento volto a trasferire in modo trasparente le proprie informazioni di etica del business, iniziative sociali, ambientali e performance economico-finanziarie.

In linea con le indicazioni fornite dai GRI Standard 2021 e anticipando il futuro standard unico europeo di rendicontazione di sostenibilità European Sustainability Reporting Standard, GSR ha condotto, coinvolgendo i propri stakeholders principali, un'**analisi di materialità per identificare i temi più importanti in termini**



² Dati forniti da Too Good To Go.

LA CATENA DEL VALORE DI GSR



Affitto degli spazi:

attività di retail e di comunicazione attraverso gli spazi pubblicitari.



Utilizzo degli spazi:

fruizione degli spazi da parte dei tenant e degli investitori media.



Gestione degli spazi:

azioni per la salvaguardia e l'integrità dei propri asset.



Consumo:

fruizione dei servizi offerti da GSR e dai tenant.

economici, sociali, ambientali e di governance, e i relativi impatti connessi alle proprie attività e alla propria catena del valore.

GSR ha valutato i propri impatti aziendali considerando indicatori di portata, perimetro geografico, irrimediabilità e probabilità di accadimento. Successivamente, ha raccolto il punto di vista dei suoi portatori di interesse,

convivendo i suoi **impatti chiave** con **15 rappresentanti delle diverse categorie di stakeholder**. L'Azienda ha così definito **l'impatto dei temi materiali**, contestualizzando le aspettative di GSR e trasformandole in una spinta per lo sviluppo sostenibile. Da un elenco iniziale di 16 potenziali temi rilevanti, GSR ha identificato **9 temi materiali sopra soglia**.

Temi materiali				
1. Asset e spazi efficienti, accessibili e sicuri				
2. Esperienza positiva per tutti i visitatori				
3. Riqualificazione e valorizzazione degli asset e del territorio				
4. Impronta ambientale dei negozi e temporary store				
5. Sviluppo e valorizzazione delle proprie persone				
6. Engagement e buona comunicazione interna				
7. Etica dei media ed educazione alla sostenibilità				
8. Qualità del lavoro, benessere, salute e sicurezza				
9. Efficienza energetica e approvvigionamento dell'energia				

Un nuovo anno, un nuovo percorso

Nel corso del 2023, GSR ha arricchito il suo programma formativo con un nuovo corso in materia di sostenibilità erogato a tutti i dipendenti del Gruppo: il Sustainability LAB. Questo percorso ha giocato un ruolo chiave nel fornire a tutti i partecipanti una **bussola per orientarsi nel panorama in continua evoluzione della sostenibilità**.

I 3 incontri formativi da 2 ore hanno permesso di costruire le **basi per decodificare i significati, i linguaggi e gli strumenti relativi ai temi ambientali, sociali e di governance più significativi**. Gli argomenti chiave toccati hanno incluso un'introduzione alla sostenibilità, l'evoluzione degli standard di rendicontazione e i grandi

temi chiave correlati per mettere a fuoco i trend globali e locali. Questi incontri hanno rappresentato anche un'occasione per presentare ai dipendenti il Bilancio di Sostenibilità 2022 e fornire a tutti una visione d'insieme sulle iniziative e azioni dell'Azienda volte a creare un impatto positivo sull'ambiente, sulle persone e sulla società. Nel 2023, è stata introdotta la figura del Service and Sustainability Manager, responsabile della guida e della gestione dell'approccio aziendale alla sostenibilità.

Ogni anno GSR si impegna nella continua implementazione di misure per garantire una maggiore compliance e allineamento alle normative, nonché alle migliori pratiche nel campo della sostenibilità. Nel 2023, l'Azienda ha esteso il calcolo della **Carbon Footprint** includendo anche i calcoli dello scope 1 e 3.

I progressi di GSR sul piano di sostenibilità



Obiettivi	2022	2023
Relazioni commerciali		
Vantaggio commerciale per palinsesti pubblicitari con brand e prodotti che sostengono la transizione sostenibile	—	Non ancora avviato
3% del palinsesto riservato a no-profit che sostengono la transizione sostenibile	—	2,7%
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	—	96% nuovi clienti sottoposti a compilazione della checklist di sostenibilità 35% contratti in essere con progetti di sostenibilità
100% tenant food coinvolto in iniziative contro lo spreco alimentare	—	24%
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	—	30,6% dei fornitori ha integrato aspetti di sostenibilità nel business
Spazi gestiti		
0 emissioni di CO2, grazie all'acquisto di energia 100% rinnovabile e l'utilizzo di mezzi di trasporto aziendali sostenibili	15%	95%
Riduzione di consumi energetici delle attività di Gruppo grazie a interventi di efficientamento	—	Dato al momento non disponibile. L'impegno che l'Azienda ha dimostrato attraverso la scelta di ampliare il calcolo della carbon footprint ha portato ad un cambiamento nella metodologia di calcolo delle emissioni che non permette una confrontabilità rispetto all'anno passato.

Obiettivi	2022	2023
Spazi gestiti		
100% dei rifiuti correttamente smaltiti grazie alla creazione di appositi spazi e a attività di sensibilizzazione	—	Raggiunto: 100% dei tenant ha adottato politiche di raccolta dei rifiuti differenziata. Le iniziative portate in essere da GSR sono riportate nel paragrafo specifico.
75% nuovi lavori e nuovi arredi GSR/RG sostenibili, come da linee guida definite per i tenant	—	84%
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	2/18	6/18 + 3 cantieri avviati
Sviluppo delle persone		
100% del personale coinvolto in percorsi di educazione alla sostenibilità attraverso formazione specifica	In corso	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	In corso	Raggiunto
Coinvolgimento dei dipendenti in iniziative di volontariato, impegnando fino a 4 giornate retribuite all'anno	In corso	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	In corso	Raggiunto

02

**LE SFIDE DELLA
SOSTENIBILITÀ**



LE SFIDE DELLA SOSTENIBILITÀ

Che cos'è una stazione ferroviaria oggi, all'inizio del Terzo Millennio? E quale futuro è possibile disegnare per i nodi del traffico ferroviario italiano? Evidentemente una stazione moderna non è soltanto treni, binari e tradizionali servizi "tecnici": oggi vi si concentrano flussi così consistenti di viaggiatori che siamo arrivati molto oltre quanto potessimo anche solo immaginare solo un paio di decenni fa. Non solo, nelle grandi stazioni insistono anche accompagnatori, operatori dei servizi, addetti al commercio e alla ristorazione, operai, impiegati. Insomma, non soltanto viaggiatori, anche se un minimo comune denominatore accomuna tutte queste persone: lo scarso tempo a disposizione. A guardar bene, spesso quel tempo non è così poco, ma, in linea teorica, si passa necessariamente più tempo in un aeroporto che non in una stazione. Però una stazione è solitamente dentro il tessuto cittadino e dunque potenziale polo di attrazione anche di chi non viaggia.

È quindi inevitabile che anche le grandi stazioni italiane si pongano il problema della riconversione ecologica e accettino la sfida della sostenibilità. Ma perché inevitabile? Sì, il clima starà pure cambiando, e sarà pure colpa delle nostre attività produttive, ma, per carità, mica possiamo agire in fretta, che ci rimette l'economia. E mica dobbiamo alzare i toni, che se si paventa la fine del mondo, allora sarà più difficile scuotere le coscienze e crescerà l'ecoansia. Come se aver mantenuto un profilo fin troppo basso finora abbia poi permesso di ottenere qualche successo. Quindi, in tutta tranquillità, con la dovuta calma, facciamo qualche piccola riforma ecologica ogni tanto, vedrai che non toccherà a noi sostenere il maggior peso e pagare, magari, un prezzo politico. E se gli scienziati dicono che bisogna agire subito, perché l'inerzia della macchina climatica è tale che i risultati di un eventuale azzeramento totale delle emissioni li potremmo apprezzare solo dopo mezzo secolo (dunque meglio spicciarsi), noi siamo lì a ridurre la questione fisica a un problema dialettico.

Cioè, da un lato si riconosce la gravità della situazione, però, dall'altro, si rimanda ogni provvedimento a un futuro di là da definire. Sempre domani, comunque: e che vogliamo dare retta a quegli esaltati di Ultima Generazione, al papa o alla ragazza con le treccine? Si rimane, cioè, nel mezzo, e guai all'estremismo ambientalista, che il problema sembra essere quello dei modi di chi denuncia esasperato e non di chi non fa nulla. Dimenticando che gli specialisti affermano che bisogna azzerare le emissioni climalteranti

da subito, lasciando sottoterra il 90% del carbone e il 60% del gas e del petrolio. Oppure lasciando alla iniziativa personale quanto dovrebbe essere fatto collettivamente. Ma se non interviene un accordo significativo a livello internazionale che compensi chi non potrà svilupparsi alla stessa nostra maniera e redistribuisca ricchezza, è chiaro che non ne usciremo fuori. Questa peraltro la ragione per cui quegli accordi falliscono: nessuno vuole una regolamentazione al libero mercato, che non potrà essere mai la soluzione, visto che è parte del problema. A cosa servirà massimizzare i profitti in un pianeta inospitale in cui il benessere è compromesso e le popolazioni costrette a migrare in massa, è difficile da comprendere.

Le uniche volte che i sapiens si sono messi insieme per risolvere problemi simili, lo hanno fatto senza infingimenti e con accordi coatti, obbligati, non su base volontaria e senza controlli, come l'ultimo sul clima di Parigi. Appena si capì che il DDT risolveva solo temporaneamente il problema delle malattie infettive portate dalle zanzare e che queste ultime se ne fregavano beatamente dopo la seconda irrorazione, la micidiale sostanza che stava compromettendo gli ecosistemi fu bandita senza se e senza ma. E quando fu la volta di bandire i clorofluorocarburi (CFC), i sapiens lo fecero con determinazione, grazie alla scienza (Nobel per la chimica del 1995 agli scopritori del meccanismo di lacerazione dello strato di ozono che ci salva-guarda dalle radiazioni solari maligne), nonostante ci siano voluti più di dieci anni. E oggi le lacerazioni si stanno ricucendo, nonostante le proteste dei gruppi economici si fossero levate altissime. Chi ritornerebbe indietro, oggi, su quelle strade? A cosa serve il sistema economico che abbiamo messo in piedi, se compromette benessere e vite?

In questa crisi o catastrofe climatica (sarà bene cominciare a chiamarla con il nome vero, altro che cambiamento climatico, che quasi suona bene), quello che non si vuole comprendere è che ormai l'agenda non la dettiamo noi, ma la crisi climatica, marcando in rosso sempre più giorni e sorpassando i punti di non ritorno a un ritmo infernale, segnato da ondate di calore, inondazioni, tempeste, incendi e chicchi di grandine grossi come meloni. Con la crisi climatica ci illudiamo di dire che smetteremo di inquinare dal 2050, ma, mi raccomando, facendo tutto nel 2049. Nell'illusione che si possa continuare a lucrare profitto su ecosistemi esausti. Ma non si fa alcuna economia se la biosfera non è sana e se la natura non viene restaurata, come previsto dalla Legge Europea appena approvata. Come diceva uno slogan d'antan, proviamo a essere veramente realisti e pretendiamo l'impossibile: una società più giusta e più naturale senza un altro grammo di carbonio in più. Nessun ulteriore ritardo è giustificato. Ecco perché "inevitabile" è il

termine giusto ed ecco perché andrebbe anticipato con intelligenza ciò che, altrimenti, subiremmo per trauma.

Nel caso delle grandi stazioni va aggiunto che alcune caratteristiche sono potenzialmente più negative, in termini di sostenibilità, soprattutto se ci si svincola dal solo viaggio. Il treno è di per sé il mezzo collettivo di spostamento più sostenibile, ma tutto il resto in una stazione normalmente non lo è. La produzione e la distribuzione di cibo e il commercio si concentrano in spazi limitati e, anche per via degli orari prolungati di esercizio, producono masse notevoli di rifiuti, consumano acqua e energia, costringono a spostamenti le persone che vi lavorano. I servizi sono particolarmente idrovori e energivori. Pulire e ripulire costa in termini di materiali inquinanti.

In parole più semplici, l'impronta ecologica di negozi e esercizi è teoricamente rilevante. Ed è qui che interviene il gestore, per esempio selezionando i fornitori in base a criteri di sostenibilità. Ma ancora più rilevante è l'impatto energetico, e dunque di emissioni inquinanti e clima alteranti, delle forniture energetiche complessive, che il gestore risolve rivolgendosi a fornitori energetici 100% rinnovabili e riducendo i consumi stessi con interventi di efficientamento, due pilastri di qualsiasi sfida di sostenibilità.

Sul fronte dei rifiuti si arriva al corretto smaltimento della totalità degli scarti degli esercizi, mentre l'acqua per i servizi può essere risparmiata e ridotta grazie alle tecnologie più recenti già applicate da alcuni fornitori. Il fatto è che un mondo usa e getta non ha alcuna possibilità di essere sostenibile. Quando la rivista "Life" titolava "Vita usa e getta" constatando come un successo il fatto che, per la prima volta, costava meno sostituire un oggetto invece di ripararlo, non poteva certo immaginare le conseguenze devastanti globali di quella scelta. Eravamo nel 1955 e da poco era entrato in vendita

il primo deodorante in un flacone usa e getta. Quel flacone era di plastica, l'unico materiale che la Terra non riesce a coinvolgere nei suoi riciclaggi colossali di materia e energia. Il problema è che la plastica sarebbe fatta per durare per sempre, però viene impiegata per fabbricare oggetti che, invece, vengono utilizzati solo una volta. Ecco che il dubbio diventa certezza: no, non è (solo) colpa nostra, della nostra incapacità di comportarci in maniera sostenibile (che pure è grave). Cinque vortici oceanici di pattume vasti come nazioni intere, per circa sette miliardi di tonnellate di plastiche di vario tipo e natura stanno lì a dimostrarlo. Del resto quando si producono 14 milioni di penne a sfera al giorno e un trilione di tappi di bottiglia all'anno, arrivando alla fantasmagorica cifra di 300 milioni di tonnellate all'anno di plastica,

come fa a essere colpa di qualche comportamento individuale, seppure generalizzato? Se vogliamo fare qualcosa davvero per invertire questa rotta si deve cominciare dai prodotti che consentono l'usa e getta: o li si riutilizzano, come un tempo il vetro, o si dovrebbero abbandonare. In questa logica la corretta differenziazione dei rifiuti è comunque un passo avanti importante.

La transizione ecologica non è evitabile, non possiamo sfuggirle, neanche se ci comportiamo come, in un vecchio racconto, che diventa molto attuale oggi. Un ricco signore di Teheran vede il suo servo ritornare dal mercato terribilmente impaurito per essere stato minacciato dalla Morte in persona. Al che il padrone gli concede il suo migliore cavallo e lo fa fuggire dirigendolo verso Isfahan, dove egli aveva dei conoscenti. Poi, non contento, si reca al mercato cercando la Morte, e quando la incontra le chiede ragione del suo gesto di minaccia. Al che la Morte risponde: "non era un gesto di minaccia il mio, ma di sorpresa, perché non lo aspettavo qui, ma a Isfahan. Ed è lì che mi sto recando". La transizione è inevitabile, come la Morte, ma non è drammatica, anzi la vita ce la salva, ci concede un'altra opportunità, purché le si vada incontro.

La sfida della sostenibilità, però non è un tema soltanto tecnologico: se così fosse basterebbero denari e tempo. Si tratta di un problema culturale, che va affrontato anche con una corretta e capillare opera di formazione e educazione, rivolta non solo al personale, ma anche a tutti i fruitori della stazione. Da questo punto di vista le grandi stazioni italiane possono essere centri propulsori di una cultura ambientale addirittura declinata binario per binario. Una grande stazione oggi è un promotore di sostenibilità e di comportamenti virtuosi.

Le grandi stazioni italiane sono quasi sempre centri di rigenerazione urbana, elementi di riqualificazione architettonica e di valorizzazione archeologica, di lancio di proposte artistiche e creative, oltre che esse stesse possibili musei e ospiti di mostre. Oggi sono più sostenibili e possono diventare resilienti: luoghi per muoversi, ma anche luoghi per riflettere su dove stiamo effettivamente andando e su come lo stiamo facendo, indicando un possibile percorso che domani ci sembrerà scontato, ma che oggi è ancora complicato.

Mario Tozzi
Primo ricercatore CNR
e Divulgatore scientifico

IL QUADRO GENERALE

Il 2023 ha segnato il record come anno più caldo mai registrato³. L'aumento globale della temperatura di circa 1,1°C rispetto ai livelli preindustriali è attribuibile alle considerevoli emissioni di gas serra provenienti dalle attività umane⁴. Nonostante la situazione allarmante, è ancora possibile invertire la rotta, ma è imperativo intraprendere azioni globali tempestive coinvolgendo tutti gli stakeholder possibili⁵. Con la prospettiva di raggiungere l'obiettivo dell'Accordo di Parigi di limitare l'aumento delle temperature a +1,5°C rispetto ai livelli preindustriali, **l'Unione Europea emerge come leader attraverso l'implementazione del Green Deal che mira alla neutralità carbonica entro il 2050.**

Nel 2023, durante la 28^a conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici (COP 28), è stato redatto il primo bilancio globale sottolineando l'importanza di raggiungere il picco delle emissioni globali di gas a effetto serra entro il 2025 e della loro riduzione del 43% entro il 2030 e del 60% entro il 2035.

Stazioni sostenibili

L'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico stima che entro il 2050, i passeggeri per km sono destinati a crescere fino a 122 trilioni, un numero quasi triplicato rispetto ai 44 trilioni del 2015. Al contempo, entro il 2030, le ferrovie extraurbane sa-

ranno il mezzo di trasporto maggiormente in crescita⁶.

Il Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza (PNRR) si propone di indurre un profondo cambiamento nell'offerta di trasporto italiana al fine di creare, entro 5 anni, strade, ferrovie, porti e aeroporti più moderni, accessibili e sostenibili in tutto il paese. Per questo motivo, il 12% dell'importo totale del Piano, oltre 12 miliardi di euro, è stato allocato per realizzare una rete ferroviaria, con interventi principali riguardanti l'Alta Velocità sulle tratte Salerno-Reggio Calabria, Napoli-Bari, Palermo-Catania e il prolungamento dell'Alta Velocità Torino-Venezia fino a Padova⁷. In ottica infrastrutturale, l'Italia punta allo sviluppo sostenibile e resiliente per tenere conto dei cambiamenti climatici⁸. La svolta sostenibile del trasporto in tutte le sue modalità - marittimo, aereo e terrestre - passa prima di tutto dalla decarbonizzazione. Inoltre, il traffico merci su ferrovia, a trazione elettrica, dovrebbe crescere (come nel periodo 2019-2022) ad un ritmo dell'8% l'anno. Già oggi il trasporto ferroviario, con appena l'1,5% dei consumi energetici, muove il 6,7% dei passeggeri e il 15% delle merci. In questo modo, grazie all'efficienza della mobilità elettrica, i consumi di energia nel settore trasporti scenderanno del 22%, da 36 milioni di tonnellate equivalenti di petrolio (Mtep) nel 2021 a 28,1 Mtep nel 2030⁹.

³ Copernicus, 2023 is the hottest year on record, with global temperatures close to the 1.5°C limit, 2023.

⁴ IPCC, Cambiamento Climatico 2022: Impatti, Adattamento e Vulnerabilità, 2022.

⁵ Rielaborazione The European House - Ambrosetti da dati IPCC, Sesto Assessment Report, 2022.

⁶ OCS (2019): ITF Transport Outlook 2019

⁷ Italia domani Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza, Infrastrutture per una mobilità sostenibile, n.a.

⁸ MIT, Quadro sinottico degli obiettivi strategici articolati per obiettivi operativi e centri di responsabilità amministrativa, 2023.

⁹ Il Sole 24 Ore, La sfida dei trasporti: garantire l'accessibilità a 3,5 milioni di disabili, 2023.

La mobilità e accessibilità in Italia

Tra gli obiettivi strategici italiani istituiti dal Ministero dei Trasporti per il 2023, l'aumento della sicurezza delle infrastrutture, della mobilità e delle persone e il miglioramento dell'efficienza e della sostenibilità del sistema dei trasporti spiccano come principali temi di sviluppo¹⁰. Ad oggi, la mobilità in Italia attraversa un periodo di profonde trasformazioni, offrendo l'opportunità di orientare il Paese verso un trasporto più sostenibile, innovativo e sicuro¹¹.

Il quadro generale della ripartizione modale - la percentuale di spostamenti con uno specifico veicolo - **mostra un forte sbilanciamento a favore dei mezzi privati individuali**. L'automobile è, infatti, considerata uno dei pilastri saldi tra gli stili di spostamento preferiti dagli italiani. Secondo l'ISFORT (Istituto Superiore di Formazione e Ricerca per i Trasporti) il **tasso di mobilità**

sostenibile - la percentuale di spostamenti effettuati con mezzi a basso impatto, come il trasporto pubblico, la bicicletta e la pedonalità - nel 2022 è sceso sotto il 30%, dopo aver raggiunto il suo picco nel 2020 al 38,2%. La mobilità collettiva vede circa il 40% degli spostamenti e il 45% dei chilometri percorsi su trasporto ferroviario, comprensivo di ferrovie, tram, metropolitane e sistemi a fune. La restante parte dei viaggi avviene mediante mezzi su gomma¹².

Un ostacolo allo sviluppo della mobilità pubblica e sostenibile è rappresentato dall'accessibilità dei trasporti, un trend che diventerà sempre più critico considerando il **progressivo invecchiamento della popolazione**. Attualmente, in Italia, **oltre 3 milioni e mezzo di persone vivono con disabilità**, un numero destinato a crescere viste le tendenze demografiche italiane. Per promuovere una mobilità inclusiva, le aziende di trasporto dovranno adottare tecnologie sempre più

Firenze Santa Maria Novella



¹⁰ MIT, Quadro sinottico degli obiettivi strategici articolati per obiettivi operativi e centri di responsabilità amministrativa, 2023.

¹¹ Ministero delle infrastrutture e della mobilità sostenibili (2022): Mobilità e logistica sostenibili

¹² ISFORT, 20° Rapporto sulla mobilità degli italiani, 2023.

avanzate e fornire formazione specifica al personale, permettendo loro di adeguarsi alle diverse esigenze dei passeggeri, al fine di creare un ambiente di trasporto pubblico accessibile a tutti¹³.

Affrontare la transizione verso una mobilità sostenibile richiede un impegno sistemico per garantire non solo la riduzione delle emissioni, ma anche la piena accessibilità a tutti.

Rigenerazione urbana

Nel 2023 la Commissione Europea ha pubblicato la proposta di **Direttiva per il monitoraggio e la resilienza del suolo**, ribadendo l'importanza della salute dello stesso per raggiungere gli obiettivi previsti dal Green Deal. La Strategia definisce le misure concrete necessarie per la protezione e il ripristino dei suoli, con obiettivi chiari entro il 2050, accompagnati da azioni concrete entro il 2030. Ad oggi, il 60-70 % dei terreni dell'UE è compromesso, con 1 miliardo di tonnellate di suolo eroso ogni anno e costi associati al degrado per oltre 50 miliardi di euro¹⁴.

In Italia, il consumo del suolo procede a un ritmo accelerato, con una velocità di 2,4 metri² al secondo. In soli dodici mesi, si è verificato un avanzamento di 76,8 km², +10,2% rispetto al 2021. Questa media di 21 ettari al giorno segna il valore più elevato dell'ultimo decennio, contribuendo all'aumento della temperatura nelle aree urbane¹⁵.

La tutela del terreno e la promozione di un suo uso sostenibile hanno limitato l'espansione urbana, favorendo invece la **rigenerazione urbana**. Quest'ultima va oltre la mera riqualificazione, coinvolgendo un processo di trasformazione che tiene conto degli aspetti socioeconomici, culturali, occupazionali e ambientali, con particolare attenzione all'inclusione sociale¹⁶.

In questo contesto, la rigenerazione delle stazioni fer-

roviarie e delle zone a loro limitrofe rappresenta un'opportunità per le città e per il benessere delle comunità. Infatti, grazie all'esteso patrimonio immobiliare e paesaggistico di questi luoghi, è possibile sfruttare alcuni spazi inutilizzati adibendoli a scopi che permettono un'ulteriore valorizzazione del territorio. Per questo motivo, **il PNRR ha allocato un fondo per l'avvio di opere indifferibili, con circa 17,8 miliardi di euro pianificati fino al 2027, di cui 4,4 miliardi destinati agli investimenti sulla rete ferroviaria italiana.** L'82% di queste risorse è destinata alle linee ferroviarie, mentre il restante si distribuisce tra le stazioni, i terminali e altre infrastrutture¹⁷.

Orientamento dei consumatori alla sostenibilità

Negli ultimi anni, si è registrato un costante aumento della consapevolezza dei consumatori riguardo agli impatti del cambiamento climatico.

Questo trend in crescita ha influenzato significativamente le abitudini di consumo, spingendo sempre più persone verso scelte più sostenibili. Tuttavia, le preoccupazioni finanziarie continuano a esercitare un forte impatto sul comportamento d'acquisto¹⁸, con il 74% dei consumatori che pianifica di acquistare meno per risparmiare denaro, mentre il 39% per contribuire alla tutela dell'ambiente.

Tuttavia, c'è un **aumento dal 24% al 32% nell'inclinazione a pagare di più per prodotti e servizi che presentano caratteristiche sostenibili**, dal 26% al 37% per quelli che promuovono la salute e il benessere e dal 25% al 35% per i prodotti di brand di fiducia¹⁹.

Le diverse generazioni affrontano la questione della sostenibilità in modi diversi. I Baby Boomer emergono come leader nell'adozione di comportamenti sostenibili, impegnandosi in attività come il riciclo, il riutilizzo del packaging e il risparmio energetico. D'altra parte, la Ge-

¹³ *Il Sole24 Ore, La sfida dei trasporti: garantire l'accessibilità a 3,5 milioni di disabili, 2023.*

¹⁴ *CE, Green Deal europeo: un uso più sostenibile delle risorse naturali vegetali e del suolo, 2023.*

¹⁵ *ISPRA, Il consumo del suolo in Italia 2023, 2023.*

¹⁶ *Il Sole 24 Ore, Regole sul consumo di suolo come*

segno del progresso. E l'Italia?, 2023.

¹⁷ *La Stampa, Ferrovie, famiglie, rigenerazione urbana: ecco a chi andranno i miliardi del Pnrr, 2024*

¹⁸ *EY, EY Future Consumer Index, 2023*

¹⁹ *Ibidem*

nerazione Z si distingue per la sua attenzione alle performance dei brand e dei prodotti in termini di sostenibilità: il 31% dei consumatori della Gen Z ha smesso di acquistare prodotti di un marchio perché non percepiva un sufficiente impegno ambientale da parte di esso²⁰.

Il 56% dei consumatori ritiene che siano loro stessi a dover incoraggiare le aziende a raggiungere obiettivi sociali e ambientali più elevati. Allo stesso tempo, il **73% sostiene che spetta alle aziende guidare il cambiamento** e il 77% ritiene che il governo debba assumere un ruolo guida in questo processo di trasformazione²¹.

La diffusione di pratiche di greenwashing rende ancora più complesse le decisioni dei consumatori orientati verso scelte sostenibili. Secondo recenti stime, il 53% delle etichette green forniscono informazioni vaghe, fuorvianti o infondate e il 40% non sono supportate da evidenze. Tuttavia, nel 2023, l'UE ha ampliato e aggiornato l'elenco delle pratiche commerciali proibite, includendovi diverse strategie di marketing problematiche legate al greenwashing e all'obsolescenza precoce dei beni. Lo scopo della Direttiva Green Claims è proteggere i consumatori da pratiche ingannevoli, fornendo un supporto per effettuare scelte di acquisto più consapevoli²².

L'importanza del benessere per le persone

Secondo l'Organizzazione Internazionale del Lavoro (ILO), investire nel benessere fisico e psicologico dei lavoratori è cruciale poiché direttamente collegato alla loro motivazione e produttività sul posto di lavoro. **Occuparsi attivamente di promuovere il benessere dei propri dipendenti porta a vantaggi tangibili per l'azienda:** il 69% in meno di dipendenti propensi a cercare un nuovo impiego, il 71% in meno di probabilità di episodi di burnout e il 36% in più di dipendenti soddisfatti²³.

Per la prima volta nella storia stiamo assistendo a 4

diverse generazioni incontrarsi sul posto di lavoro, grazie all'aumento dell'aspettativa di vita e alla prolungata vita lavorativa²⁴. Questo fenomeno comporta un cambiamento e un ampliamento delle aspettative dei lavoratori, che possono essere comprese e soddisfatte solo attraverso l'adozione di un sistema di dialogo intergenerazionale.

Le richieste dei lavoratori sono notevolmente mutate nel corso del tempo. Secondo recenti studi, oggi **le persone ricercano fortemente l'equilibrio tra lavoro e vita privata, con oltre la metà (61%) degli intervistati che rifiuterebbe un lavoro pur di non compromettere questo aspetto.** L'analisi indica inoltre che un ambiente di lavoro tossico potrebbe spingere il 34% delle persone ad abbandonarlo, mentre il 48% lo farebbe se ciò interferisse con il loro benessere.

Le nuove generazioni, in particolare quelle appena entrate nella forza lavoro, hanno maggiori aspettative e una forte propensione verso il work-life balance. Il 58% dei lavoratori tra i 18 e i 24 anni sarebbe incline a lasciare un lavoro che non favorisca tale equilibrio, rispetto al 40% dei lavoratori più anziani tra i 55 e i 67 anni²⁵. Inoltre, **l'87% dei dipendenti si aspetta che il datore di lavoro li sostenga nel bilanciamento vita-lavoro**²⁶.

Formazione e sviluppo delle persone

L'aggiornamento costante delle competenze rappresenta un elemento di vitale importanza per le imprese, poiché influisce direttamente sulla loro capacità di reperire e mantenere personale qualificato. Secondo l'indagine condotta da Confindustria sul lavoro del 2023, il **58% delle imprese ha segnalato difficoltà nel reperimento di personale durante le ricerche di assunzione.** Queste **difficoltà sono principalmente legate a competenze e mansioni specifiche** (45,8% delle imprese)²⁷.

Per far fronte a questo fabbisogno di competenze, le

²⁰ *Ibidem*

²¹ *Ibidem*

²² Parlamento Europeo, *EU to ban greenwashing and improve consumer information on product durability*, 2023

²³ Gallup: *What is employee wellbeing? And why*

does it matter? 2023

²⁴ Eurostat, 2022

²⁵ Randstad, *Workmonitor 2023, 2023.*

²⁶ WebinarCare, *"Employee Engagement Statistics 2023"*

²⁷ Confindustria: *Indagine Confindustria sul lavoro del 2023*

imprese stanno principalmente investendo in attività di formazione per il personale attualmente in forza (61,1% dei casi). Oltre un quarto delle imprese (27,9%, che sale al 30,2% nel settore industriale) sta anche partecipando a programmi educativi sul territorio, come ITS Academy, PCTO e tirocini curriculari²⁸.

Secondo l'OECD, l'Italia presenta un divario del 38,5% tra competenze e qualifiche nella forza lavoro, con il 20,2% sovra-qualificato e il 18,2% sotto-qualificato²⁹. Per affrontare questa sfida, le istituzioni europee e nazionali stanno promuovendo incentivi alla

formazione focalizzati sulla transizione ecologica e digitale. Queste competenze sono essenziali in un mondo del lavoro in costante cambiamento, dove la domanda e l'offerta non sempre coincidono a causa delle nuove priorità nello stile di vita, dell'evoluzione sociodemografica e dei nuovi modelli di apprendimento. Il 2023 è stato designato dall'Unione Europea come l'**Anno Europeo delle Competenze**, evidenziando l'importanza dello sviluppo delle competenze per cogliere le opportunità offerte dalla transizione verde e digitale. Tuttavia, solo il 37% degli adulti segue regolarmente corsi di formazione³⁰.



²⁸ Ibidem

²⁹ OECD.Stat; rielaborazione dati Mismatch by country, 2023

³⁰ Commissione Europea: Anno europeo delle competenze 2023

03

HUB DI CULTURA E TRASFORMAZIONE URBANA



HUB DI CULTURA E TRASFORMAZIONE URBANA

197
milioni

Valore economico
generato nel 2023

2118

Metri quadrati
ristrutturati e riqualificati
nel triennio nel 2023

9

Le principali
mostre ed eventi
organizzati

TEMI MATERIALI

- Asset e spazi efficienti, accessibili e sicuri
- Esperienza positiva per tutti i visitatori
- Riqualificazione e valorizzazione degli asset e del territorio

Le stazioni del sistema di GSR rappresentano un'opportunità per arricchire e sviluppare il tessuto urbano circostante. A meno di tre chilometri da una stazione risiede e lavora oltre metà della popolazione italiana. In quest'area, si concentra la quasi totalità degli atenei e dei dipartimenti universitari, una diversificata gamma di servizi e imprese, insieme a monumenti e spazi dedicati alla salute, alla cultura, al tempo libero e allo sport.

GSR ha come obiettivo quello di trasformare gli spazi all'interno delle sue stazioni in luoghi accoglienti, dove i viaggiatori e i visitatori possano sentirsi a proprio agio. L'Azienda estende il suo impegno anche allo sviluppo economico e sociale locale e al rafforzamento del dialogo con le città e i quartieri circostanti. Nel processo di progettazione e sviluppo dei suoi eventi e mostre, GSR adotta criteri di sostenibilità, selezionando con cura fornitori e partner.

Un progetto di rigenerazione urbana



Investimenti per condividere e generare valore

[GRI 201-1] [GRI 203-1]

Nel 2023, il valore generato dalle attività di GSR è stato di circa a 197 milioni euro, in lieve crescita rispetto all'anno precedente, l'82% di questo è stato redistribuito tra i dipendenti (9,22%), fornitori (59%), i fornitori di capitale (66%) e la Pubblica Amministrazione (6%). Tale prospetto permette di evidenziare, a partire da un'analisi dei costi, il flusso destinato agli stakeholder che hanno contribuito a GSR.

GRI 201-1: Valore generato e distribuito da GSR, valori in Migliaia di euro

	2023	2022
Valore economico generato	197.881	197.590
Valore economico distribuito	161.945	130.273
di cui costi operativi	95.484	84.027
di cui valore distribuito ai dipendenti	14.936	14.982
di cui valore distribuito ai fornitori di capitale	41.915	24.628
di cui valore distribuito alla P.A.	9.610	6.636
di cui valore distribuito alla comunità (donazioni e sponsorizzazioni)	—	—
Valore economico trattenuto	35.937	67.318

All'insegna di un ampio disegno di trasformazione e di ripensamento organico dell'intero network, nell'ultimo triennio **GSR ha investito complessivamente oltre 20 milioni di euro per importanti interventi di ri-**

qualificazione, 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.

GRI 203-1: Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati

	2023			2022			2021		
	Area	Costo	Durata	Area	Costo	Durata	Area	Costo	Durata
	m ²	M€	mesi	m ²	M€	mesi	m ²	M€	mesi
Food Hall Torino	-	-	-	145	0,2	2	1.726	2,9	12
Food Hall Napoli	-	-	-	-	-	-	124	0,1	10
Riqualificazione Roma Termini	2.118	1,8	10	5.853	7,1	12	6.918	8,4	12

Ristrutturazione e rigenerazione urbana

In ogni fase del processo di ristrutturazione, da quella progettuale alla realizzazione, GSR adotta criteri di sostenibilità, attraverso la scelta di materiali riciclabili, tecnologie per il risparmio energetico, la limitazione dei consumi e la riduzione delle emissioni nocive negli spazi, dal cantiere all'utilizzo finale dei siti commerciali.

Roma Termini

Negli ultimi tre anni, GSR ha investito più di 17 milioni di euro nel rinnovo della stazione di Roma Termini, riqualificando una superficie di circa 13.000 m². La metamorfosi di Termini si articola in un intervento complesso e strutturato che riguarda tutto l'edificio di stazione e che ha come faro guida il comfort dei visitatori: nuovi percorsi, illuminazione, servizi, wayfinding e offerta commerciale, senza dimenticare l'enorme sforzo per la valorizzazione dei resti archeologici che fanno di Termini una stazione unica al mondo.

Il progetto ha portato alla riorganizzazione dei flussi pedonali e lo spostamento in posizione centrale del varco di passaggio alla zona binari rispetto all'ingresso di Piazza dei Cinquecento, favorendo l'orientamento dei viaggiatori.

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

I lavori sono terminati nel 2023, con l'apertura degli spazi di **Eataly** e delle **Lounge Italo** e **Trenitalia**, portando nuove funzionalità, confort e un'estetica completamente rinnovata all'intera stazione.

Venezia Santa Lucia

Nel 2023, GSR ha completato la progettazione per la ristrutturazione edilizia e l'ampliamento di un edificio all'interno del compendio della stazione di Venezia Santa Lucia, situato nell'area di fronte ai binari di arrivo dei treni.

Tra le finalità dell'intervento è la volontà di conferire all'edificio un ruolo centrale nella creazione di un contesto urbano unitario e collegato, superando così attuali le frammentazioni e discontinuità nell'area. Gli spazi esterni sono stati concepiti come spazi pubblici di collegamento, promuovendo l'accessibilità e l'interconnessione dell'intero complesso stazionario per viaggiatori e residenti.

L'intervento prevede la creazione di spazi multifunzionali: parte dell'edificio è destinato ad attività commerciali, mentre i tre livelli superiori a uffici. La terrazza sarà adibita alla creazione di orti urbani e un tetto-giardino. Con l'obiettivo di ottenere la **certificazione LEED®**, il progetto prevede l'installazione di **giardini verticali** sui due fronti rivolti verso il centro storico, visibili dal Piazzale antistante la stazione e dal Ponte degli Scalzi, e **pannelli fotovoltaici** sulle facciate rivolte ad ovest. Integrati nel complesso architettonico, i pannelli contribuiranno a minimizzare gli impatti dell'intero edificio grazie alla produzione di energia rinnovabile.

Il giardino verticale si estenderà su una superficie di 450 m², contribuendo non solo all'aspetto estetico dell'edificio, ma anche al miglioramento della conducibilità termica del sistema, che ottimizza l'efficienza energetica complessiva. I materiali utilizzati, quali, estrusi di alluminio, staffe a muro, clip sostegni modulo, sono prodotti da aziende certificate ISO 9002, ovvero un modello per l'assicurazione della qualità nella fabbricazione, installazione ed assistenza. L'impianto di irrigazione sarà gestito da un sistema di fertirrigazione che utilizza l'acqua primaria e un dosatore di fertilizzante, garantendo un'irrigazione efficiente e sostenibile.

Nuovi uffici per la sede di Milano

A metà strada tra la testata della Stazione Centrale e i Magazzini Raccordati, come un ponte tra queste due realtà, è situato l'edificio 6, che dall'inizio del 2024 **ospita i nuovi uffici di Milano di GSR**.

L'intervento concluso al 31 dicembre 2023 ha coinvolto il recupero di uno spazio in disuso, con la sua successiva conversione nei nuovi uffici, comportando la creazione di una nuova reception, un'area di attesa, uno spazio open space e uffici privati, oltre che alla realizzazione di diverse sale meeting, servizi igienici e un'area break.

Data la collocazione dell'edificio al di sotto dei binari della stazione, la ristrutturazione ha richiesto uno studio approfondito. Dove presenti sono state conservate le ampie vetrate sul lato rivolto verso la strada, mentre è stato studiato un sistema di illuminazione artificiale per le parti che non godono di ampia luce naturale. Grazie all'utilizzo di pareti, contropareti e controsoffitti, è stato possibile isolare acusticamente un'area specifica, creando così una zona protetta all'interno di questa "scatola acustica".

Un'accogliente area break è stata appositamente progettata e arredata con mobili su misura, per offrire un ambiente rilassante, confortevole e più funzionale per il personale.

FOCUS ON

LA RIGENERAZIONE URBANA DALLE FONDAMENTA: I MAGAZZINI - DROPCITY

Un altro ambizioso progetto di trasformazione riguarda i **Magazzini Raccordati** della stazione Centrale di Milano, nel **Centro di Architettura e Design Dropcity**, concepito dall'architetto Andrea Caputo.

I Magazzini Raccordati, con oltre 40.000 m² di superficie originariamente progettati per agevolare il rifornimento 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.

Il progetto di riqualificazione di questi spazi avviato a partire dal 2017 attraverso la collaborazione tra GSR, le istituzioni e le associazioni di quartiere, si arricchirà di un ulteriore tassello con l'apertura di Dropcity prevista nel corso del 2024. Questa iniziativa renderà disponibili per la città oltre **10.000 m² suddivisi in 28 tunnel** e includerà 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

[GRI 413-1]

Oggi le stazioni si trasformano in spazi di cultura e arte, che possono offrire ai viaggiatori, oltre a beni e servizi, uno stimolo di riflessione e nuove occasioni di incontro.

Grazie alla loro posizione centrale, ai numerosi collegamenti urbani ed extra-urbani e all'alto valore architettonico degli edifici, **le stazioni si prestano ad ospitare eventi di ogni tipo: spettacoli, comunicazioni, eventi, concerti e mostre d'arte**. Ogni stazione assume una **forma unica**, contribuendo non solo all'offerta culturale della città, ma anche alla sua attrattività turistica.

Mosaico e le Pillole di cultura

Installato in quella che è la vera e propria navata centrale della stazione di Milano Centrale, il **Mosaico** è il nuovo impianto pubblicitario di GSR acceso per la prima volta durante un evento dedicato l'11 maggio 2023.

Nella spettacolare cornice della Galleria dei Mosaici, hanno preso vita 18 maxischermi a 2,5 metri di altezza. Grazie alla collaborazione con il **Museo Poldi Pezzoli e con varie altre istituzioni culturali** l'impianto ha ospitato diverse mostre a cominciare da **"Sguardi dal Poldi"**, 18 capolavori custoditi nella Casa Museo di Via Manzoni ed esposti sul Mosaico.

Oltre alla spettacolarità offerta ai visitatori, questo impianto, grazie alle sue "tessere", rappresenta una finestra per i brand che vogliono massimizzare la potenza dei loro messaggi.

Plenitude Senstation On Ice

Per il secondo anno consecutivo, è tornato l'appuntamento in stazione Centrale Milano con il **più grande percorso ghiacciato all'aperto d'Italia**. La pista di

pattinaggio ha animato la Piazza Duca d'Aosta per le festività natalizie dal 7 dicembre 2023 al 7 gennaio 2024. Per la prima volta animata da una radio ufficiale, **Radio Italia solomusicaitaliana**, questa edizione di **Plenitude Sensation On Ice** si è conclusa con un'affluenza da record e tanto intrattenimento per i giovani. In poco più di un mese, il villaggio ha offerto sport e intrattenimento a **oltre 330.000 visitatori** con un incremento del 10% rispetto al 2022. Gli **under 30 hanno rappresentato il 50% delle visite**, a dimostrazione di come l'evento sia rapidamente diventato un riferimento per la Generazione Z, oltre che una meta di attrazione per le famiglie milanesi.

Il progetto ha parlato di sostenibilità grazie al supporto di **Plenitude**, che oltre a fornire energia elettrica certificata tramite garanzia d'origine, ha installato un innovativo **tappeto cinetico** che permetteva di contribuire all'alimentazione dell'illuminazione del maestoso albero presso la stazione, semplicemente camminando su spe-

ciali piastrelle Pavegen in grado di produrre energia elettrica in base ai movimenti compiuti su di essa. È stata, infine, anche un'iniziativa all'insegna della **solidarietà**: grazie alla collaborazione con l'associazione OBM Onlus, durante tutto il mese sono stati raccolti oltre **500 giocattoli che sono stati donati all'Ospedale Pediatrico Vittore Buzzi** di Milano.

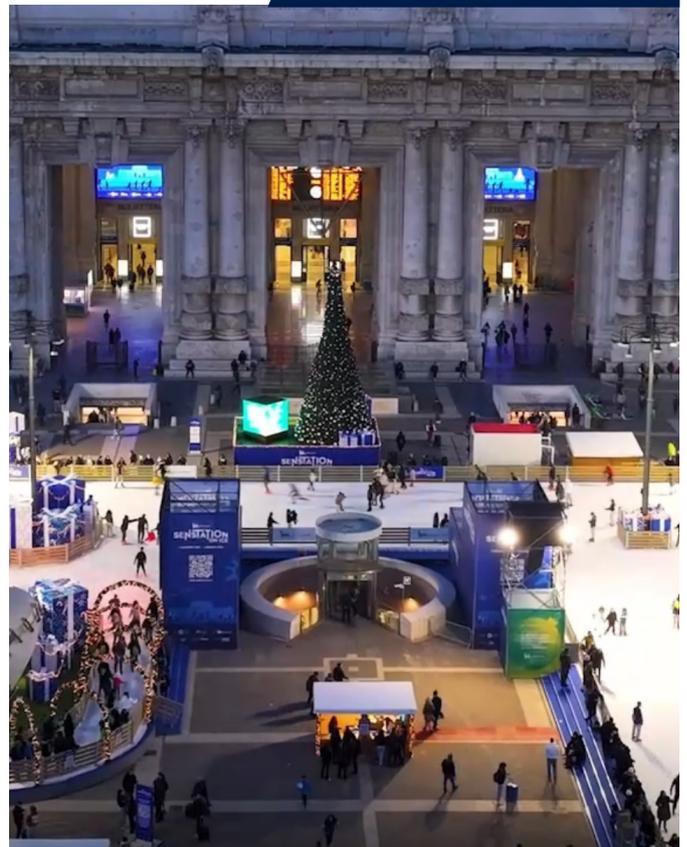
La stazione che vorrei

GSR, in collaborazione con Centrale District e Mercato Centrale, ha promosso un **concorso** a tema **"La stazione che vorrei"** coinvolgendo gli alunni delle scuole primarie e secondarie del quartiere. L'iniziativa ha stimolato la **creatività dei bambini milanesi**, incoraggiandoli a immaginare un **nuovo look per la Stazione** e la piazza antistante. La sfida ha posto particolare enfasi su elementi come il verde, l'ecologia, gli spazi di aggregazione e gioco, oltre a promuovere la mobilità sostenibile e sicura.

Pillole di cultura



Plenitude Sensation on Ice



I partecipanti hanno inviato **28 progetti**, ognuno composto da un disegno in formato A3 affiancato da una pagina di spiegazione. Queste opere sono state esposte nello Spazio Prive di Mercato Centrale e nei totem pubblicitari disseminati per la stazione, **visibili da oltre 350.000 visitatori quotidiani**.

L'evento, inaugurato il 20 novembre, si è concluso con la cerimonia di premiazione il 23 novembre 2023. **Il progetto "I guardiani di domani" si è aggiudicato il Premio Cucinella, mentre il progetto "Naturalmente" è stato insignito del Premio Centrale District.**

Il muro della gentilezza

"Se non hai bisogno lascialo, se ne hai bisogno prendilo": è questo il motto con cui il 15 dicembre si è aperto al pubblico il **Muro della Gentilezza**, un'iniziativa promossa da **Mercato Centrale Milano** in collaborazione con GSR.

Questa iniziativa, volta a sostenere le persone che si trovano in condizioni svantaggiate, ha invitato i visitatori della stazione a **compiere un piccolo gesto** di gentilezza

e solidarietà che può fare la differenza: donare capi di abbigliamento usati ma in buone condizioni.

Grazie all'aiuto dei volontari di **City Angels**, che svolgono quotidianamente attività di supporto ai senzatetto, tutti i capi in esubero sono stati poi ridistribuiti al termine dell'iniziativa, avvenuta con la chiusura dell'anno.

Body Worlds: Vital

Dal 1995, Body Worlds è una delle **mostre itineranti internazionali di maggior successo** che, grazie al lavoro dell'anatomista e scienziato Gunther von Hagens e della curatrice Angelina Whalley, ha già attirato oltre 54 milioni di visitatori in oltre 150 città nel mondo.

La nuova mostra **Vital**, ospitata nella **stazione di Torino Porta Nuova** dal 15 settembre 2023 al 14 gennaio 2024, ha celebrato il **potenziale del corpo umano**. Attraverso la presentazione della sua forma estetica impeccabile e delle complesse funzioni che lo caratterizzano, queste avvincenti installazioni presenti all'esposizione, confrontano corpi sani e corpi con malattie e condizioni mediche.

La stazione che vorrei



Il muro della gentilezza



Body Worlds: Vital



The World of Banksy



Squali e abissi



La mostra ha uno **scopo scientifico, divulgativo e preventivo**, con il fine ultimo di educare i visitatori e ispirarli ad adottare uno **stile di vita sano ed equilibrato**.

Squali e abissi: Predatori perfetti in una terra aliena

La **stazione di Milano Centrale** ha ospitato **Squali e abissi: predatori perfetti in una terra aliena**, la prima mostra completa dedicata al mondo sottomarino e ai suoi abitanti, dal 12 giugno al 29 ottobre 2023.

La mostra, installata presso la **Galleria dei Mosaici**, invitava gli spettatori a immergersi negli oceani e a scoprire tutte le strane creature, perlopiù sconosciute, che li popolano. Tra di esse, diverse forme gelatinose e **più di 30 esemplari di squali**, dal grande squalo bianco, lungo 6 metri, fino al più piccolo esistente, lo squalo pigmeo.

Questo viaggio sottomarino, supportato da modelli, video, pannelli descrittivi, sculture in bassorilievo tattili e documentari esclusivi, ha enfatizzato il **rischio di estin-**

zione di molte specie di quali, evidenziando così l'importanza della **salvaguardia delle specie marine**.

The World of Banksy: The Immersive Experience

Dopo aver attratto **oltre 450.000 spettatori** nelle stazioni di Milano Centrale, Torino Porta Nuova, Verona Porta Nuova e Roma Tiburtina, la mostra **The World of Banksy - The Immersive Experience** è giunta alla stazione di Genova Piazza Principe.

La stazione è uno dei luoghi che più rappresenta la street art e il linguaggio universale di Banksy e dal 3 marzo al 16 luglio 2023 i viaggiatori in transito a Genova hanno potuto godere di questa mostra.

Unica nel suo genere, questa esposizione è incentrata sul racconto più spontaneo e originale dell'artista di Bristol, con lo scopo di stupire e colpire lo spettatore con **più di 100 opere, murali e oggetti**. Questi capolavori iconici, tra cui "La cicatrice di Betlemme" e "La bambina con l'hula hoop", sono stati installati cercando di ricreare il contesto originale in cui Banksy li ha concepiti.

Vinokilo

Dopo il successo delle due edizioni precedenti, con quasi **30.000 visitatori**, il terzo appuntamento di Vinokilo a Milano Centrale si è tenuto dall'11 al 15 Ottobre 2023.

Vinokilo è la **più grande "kg sale" europea di abbigliamento ed accessori vintage e second hand**. È un'esperienza a 360° che include, oltre a un divertente e sostenibile shopping al chilo, una varietà di altre attività coinvolgenti. Tra queste ci sono DJ set, performance live, talk, laboratori e attività culturali, creando un ambiente inclusivo che unisce, informa e intrattiene i partecipanti. Questa iniziativa riesce a contribuire significativamente alla riduzione dell'impatto ambientale dell'industria, risparmiando circa 61.855 KG di CO₂ equivalenti³¹.

Exempla: il grand tour del saper fare campano

La regione Campania attraverso il progetto "**Azioni diffuse per la competitività regionale sul mercato turistico nazionale ed internazionale**" ha promosso la sua offerta turistica-culturale presso la stazione Centrale di Milano dal 30 dicembre 2022 al 15 febbraio 2023. Il progetto è stato realizzato insieme alla Direzione Generale Turismo e Cultura, l'Agenzia Regionale Campania Turismo e finanziato attraverso risorse del Fondo Unico Nazionale per il Turismo.

Gli spazi della stazione milanese si sono trasformati in una prestigiosa vetrina internazionale, celebrando e valorizzando le abilità artistiche e manifatturiere legato alla storia del **territorio campano** con particolare attenzione alla valorizzazione dell'Isola d'Ischia. L'iniziativa ha esposto natività di pregio, magnifiche opere orafe, porcellane e ceramiche artistiche, oltre che tessuti, abiti ed accessori di alta sartoria da collezione ed opere d'arte contemporanea.

La mostra ha contribuito anche a rafforzare e consolidare la **visual identity** "Campania Divina", volta a promuovere un'**immagine unitaria dell'offerta culturale e passatistica della regione**.

³¹Fonte: Vinokilo.

Amplificatori di impatto

Gli ambienti di GSR sono unici nel loro genere: un canale pubblicitario in grado di interpretare e soddisfare le diverse esigenze di investitori e brand, permettendo di sperimentare nuovi linguaggi e modelli di comunicazione.

Nel 2023 l'Azienda ha adottato un nuovo approccio nei confronti della gestione degli spazi pubblicitari dei propri media, integrando alla programmazione ordinaria anche contenuti di *entertainment*. Brevi filmati, della durata di massimo 90 secondi e senza audio, concepiti per intrattenere il visitatore, introdotti nella programmazione delle GOTV e forniti da broadcaster quali Sky, Eurosport e Paramount. Pur non rappresentando un beneficio immediatamente tangibile, questa iniziativa si configura come un investimento che ha l'obiettivo di rendere le stazioni più accoglienti e piacevoli, migliorando complessivamente l'esperienza del viaggiatore.

Media solutions

Attraverso l'offerta di **soluzioni modulari e innovative**, l'Azienda applica le più avanzate tecnologie alle richieste del mercato nel suo network. Tra le tipologie offerte è possibile trovare:

- **Digital Out Of Home (DOOH):** attraverso l'impiego di schermi di alta qualità e all'integrazione con i Big Data, consente agli inserzionisti di progettare strategie di comunicazione ad elevato impatto.
- **Programatic:** tramite l'inventario DOOH permette la pianificazione in modalità programmatica e l'autonomia degli inserzionisti nel decidere i dettagli della campagna (soggetti, schermi, fasce orarie).
- **Static:** strumenti inseriti in ambienti architettonici unici per accompagnare la community di GSR in tutti i momenti chiave della loro esperienza all'interno delle 14 stazioni.

Focus on: Le soluzioni DOOH

		stazioni	schermi
Maxi Led	Impianti che coprono i grandi flussi in provenienti o diretti verso l'area binari, supportando contenuti dinamici e integrabili con contenuti ed eventi speciali.	13	29
Digitotemi	Prodotto caratterizzato da schermi verticali da 55" a 86" in alta risoluzione, dotati di sistema audio e rilevamento di audience.	13	260
GOTV	Strumento al cuore della rivoluzione digitale, questi schermi ad alta definizione sono posizionati capillarmente lungo le testate binari e nelle aree di maggior affluenza, sia aree di attesa che di rilevanza commerciale.	13	548
Galleria delle Carrozze Milano	Schermi situati nella stazione di Milano Centrale, in un contesto architettonico vivace e di rilievo, costituiscono una vera e propria dominazione in una piazza di collegamento tra le venue e la città.	1	6
Vetrata trasparenti Roma	Posti all'ingresso della stazione di Roma Termini, questi Led trasparenti dominano l'intera galleria commerciale.	1	2
Il Mosaico Milano	Un prodotto premium, rivolto a brand desiderosi di comunicare in un ambiente iconico ed esclusivo.	1	18
CUBI LED	Un asset che inaugura per i brand un modo inedito di raccontarsi, continuando il percorso di transizione della comunicazione da tradizionale a digitale	2	3

Il progetto Total Audience

Nell'ultimo triennio, GSR ha creato un modello innovativo per monitorare l'audience nelle stazioni ferroviarie: il progetto Total Audience. Si basa su una **mappa delle stazioni** suddivisa in celle 5x5 metri e sulle **videoca-**

mere montate negli impianti digitali, che **consentono di rilevare il flusso di persone in ogni cella ogni 15 minuti**. Basato su una metodologia validata dal **Politecnico di Milano**, il progetto consente di avere una stima precisa del numero di persone che entrano e passano attraverso le stazioni quasi in tempo reale, permettendo

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

IAB forum

Dall'8 al 9 novembre 2023 GSR ha partecipato al **IAB Forum**, il principale evento italiano sul marketing e l'innovazione digitale.

Durante il Forum, l'Azienda ha **presentato l'ultima novità tra i suoi asset ADV98**, il nuovo **Cubo Led** com-

posto da **4 schermi di 2 metri ciascuno**. L'impianto consente una gestione indipendente ma coordinata su ogni lato, facilitando la visualizzazione di messaggi con un elevato impatto comunicativo. La fase di progettazione è stata caratterizzata da una particolare attenzione alla sostenibilità dei materiali utilizzati per la struttura del Cubo, seguendo **principi di circolarità** e privilegiando le materie prime riutilizzabili al termine del ciclo di vita degli schemi.

A IAB GSR è stata anche protagonista del **workshop Advanced TV: dal device al contesto di vita. Con Il Politecnico di Milano e SKY** si è discusso di modelli di consumo fluidi e versatili, illustrando come l'evoluzione delle esperienze media sia influenzata dal mondo video e della tv.

IAB forum



04

SOSTENIBILITÀ: UN IMPEGNO CONDIVISO



SOSTENIBILITÀ: UN IMPEGNO CONDIVISO

95%

Energia elettrica
acquistata
e consumata
e da fonti rinnovabili

26

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

> 440

Tenant e fornitori
mappati per le loro
modalità di gestione
della sostenibilità

TEMI MATERIALI

- Impronta ambientale dei negozi e temporary store
- Etica dei media ed educazione alla sostenibilità
- Efficienza energetica e approvvigionamento

Nella visione di Grandi Stazioni Retail, le stazioni ferroviarie si caratterizzano non solo come nodi vitali della mobilità e dell'interazione sociale, ma anche come **pilastri di impegno ambientale e sociale**. Oltre a fungere da centri nevralgici della mobilità sostenibile, le stazioni diventano **catalizzatori di rigenerazione urbana**, influenzando positivamente il contesto cittadino circostante.

Questa **trasformazione rappresenta tanto il presente quanto il futuro della mobilità**, offrendo al contempo un'opportunità unica per promuovere la consapevolezza dei cittadini su questioni ambientali e sociali di rilevanza locale, nazionale e globale.

Stazioni sempre più green

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

Consumi energetici ed emissioni climalteranti

Nel 2023, **GSR ha intrapreso un percorso volto a quantificare in modo più esaustivo la propria carbon footprint** – il totale delle emissioni di gas a effetto serra riconducibili alle attività dirette e indirette del Gruppo, espresse in quantità di CO₂ equivalente - per ottenere una migliore consapevolezza dell'impatto ambientale generato e adottare misure concrete per ridurlo.

GSR, dal 2022, calcola le sue emissioni di Scope 2 a partire dai consumi energetici raccolti da tre diverse fonti e successivamente combinati:

SCOPE

Scope 1: emissioni dirette che derivano da fonti di proprietà o controllate direttamente da un'organizzazione.

Scope 2: emissioni indirette risultanti dalla generazione di elettricità acquistata o acquisita, riscaldamento, raffreddamento e vapore consumato da un'organizzazione.

Scope 3: tutte le altre emissioni indirette che si verificano nella catena del valore di un'azienda, sia da parte dei dipendenti o dei fornitori (emissioni a monte) sia da parte dei clienti (emissioni a valle).

- Dati di consumo energetico di Retail Group (direttamente controllati da GSR)
- Dati di consumo energetico riconducibili al funzionamento degli impianti media, agli uffici ed ai contatori esclusivamente di responsabilità di GSRRetail all'interno delle stazioni e delle toilette.
- La quota parte di consumi energetici riconducibili a GSRRetail ma gestiti da GSRail, calcolati in proporzione ai costi totali condominiali.

Nel 2023, è stato deciso di ampliare il calcolo della Carbon Footprint del Gruppo includendo anche le emissioni di Scope 1 e Scope 3. Essendo il 2023 il primo anno di rendicontazione con questa metodologia e perimetro, non è ad oggi disponibile uno storico dati riferito agli anni precedenti.

Nel 2023, il consumo totale indiretto di energia di GSR è pari a 6,364,334 kWh (22.912 GJ), di cui 95% di ener-

GRI 302-1: Energia consumata all'interno dell'organizzazione

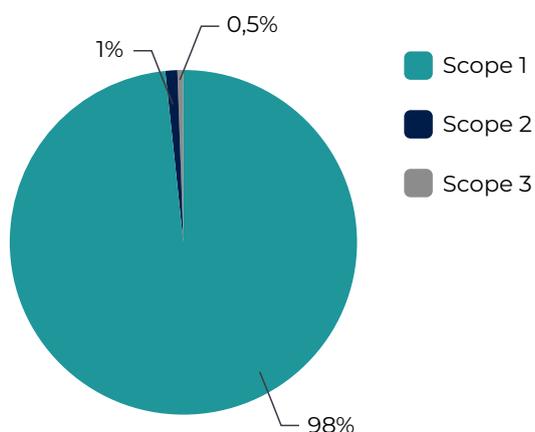
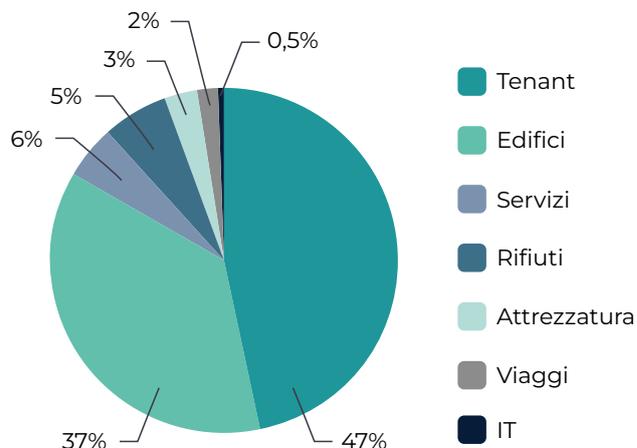
Consumo diretto di energia	u.m.	2023
Natural gas	kWh	632.592
Diesel (dai consumi della flotta aziendale)	kWh	45.076
Consumo indiretto di energia totale	kWh	677.668
Consumo diretto di energia totale	GJ	2.440
Consumo indiretto di energia	u.m.	2023
Da fonti rinnovabili	GJ	21.792
Da fonti non-rinnovabili	GJ	1.119
Consumo indiretto di energia totale	GJ	22.912

gia rinnovabile garantita all'origine.

Nel 2023, GSR ha contribuito, direttamente e indirettamente, alla produzione di 18,8 ktCO₂e³². Il dato, confrontato con altri settori come la logistica, l'industria manifatturiera e servizi generali, evidenzia una performance positiva e inferiore alla media per l'Azienda. Tramite un accurato studio delle attività svolte da GSR, è stato inoltre possibile categorizzare le emissioni in 7 macrocategorie: tenant, edifici, servizi, rifiuti, attrezzature, viaggi e IT.

Quasi il 98% delle emissioni appartengono allo Scopo 3 e sono relative al trattamento dei prodotti venduti a fine vita (47,1%), nonché agli investimenti e/o altre emissioni indirette derivanti dalle attività di GSR a valle. Lo Scopo 2 rappresenta meno dello 0,5% delle emissioni totali, mentre lo Scopo 1 solo lo 0,8%.

³² Il 92% delle emissioni – su un totale pari a 20.3 ktCO₂e – sono calcolate su dati relativi all'attività svolte, rispetto a un 8% di monetari.

Emissioni dirette e indirette di GSR

Emissioni per categoria

GRI 305-1: Emissioni dirette di GHG (Scope 1), GRI 305-2: Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2), GRI 305-3 - Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)

	2023	
	tCO ₂ e	%
Scopo 1	160	0,80%
1.1 strutture aziendali	130	0,60%
1.2 veicoli aziendali	9,7	0,10%
1.3 emissioni dirette derivanti da processi	-	-
1.4 emissioni fuggitive dirette	20,3	0,10%
1.5 emissioni dirette da fonti agricole	-	-
Scopo 2	0	>0,5%
2.1 energia indiretta acquistata	0	>0,5%
2.2 emissioni indirette derivanti dal consumo di vapore, calore o raffreddamento	-	-
Scopo 3	18.635	99,1%
3.1 beni e servizi acquistati	1.360	7,2%
3.2 beni strumentali	496	2,6%
3.3 attività legate ai combustibili e all'energia	26,2	0,1%
3.4 trasporto e distribuzione a monte	-	-
3.5 rifiuti prodotti durante le operazioni	922	4,9%

GRI 305-1: Emissioni dirette di GHG (Scope 1), GRI 305-2: Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2), GRI 305-3 - Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3) [segue]

	2023	
	tCO ₂ e	%
3.6 viaggi di lavoro	13,7	0,1%
3.7 pendolarismo dei dipendenti	216	1,2%
3.8 beni in leasing a monte/altre emissioni indirette a monte	-	-
3.9 trasporto e distribuzione a valle	-	-
3.10 lavorazione dei prodotti venduti	-	-
3.11 utilizzo dei prodotti venduti	-	-
3.12 trattamento di fine vita dei prodotti venduti	8.930	47,5%
3.13 beni in leasing a valle	-	-
3.14 franchising	-	-
3.15 investimenti /altre emissioni indirette a valle	6.671	35,5%
Totale emissioni	18.795	100%

GSR **adotta strategie finalizzate alla diminuzione delle emissioni climalteranti per le attività che ricadono sotto il suo diretto controllo.** Ciò avviene mediante interventi mirati per migliorare l'efficienza energetica degli impianti e anche attraverso la progressiva sostituzione dei veicoli della flotta aziendale con modelli ibridi o elettrici.

Anche nel 2023 si è confermata la **collaborazione tra GSR e il Gruppo FSI**, responsabile della gestione dei complessi immobiliari delle stazioni, nell'identificazione di azioni specifiche per il contenimento dei consumi energetici all'interno del network. Queste linee guida invitano i tenant a adeguarsi alle normative vigenti e definire iniziative mirate per risolvere problematiche specifiche all'interno del network.

GSR adotta soluzioni focalizzate sul **potenziare l'efficienza energetica dei suoi impianti multimediali**, tra cui maxischermi e le GOTV, rappresentanti circa il 44% dei consumi energetici direttamente gestiti dall'Azienda. Al fine di garantire una gestione sostenibile delle risorse, **l'utilizzo degli impianti media ad alto risparmio energetico è essenziale**, motivo per cui, nel corso degli anni, GSR ha costantemente rinnovato le sue infrastrutture per assicurarsi le migliori performance possibili.

Il **Piano di sostituzione degli schermi ad alto consumo ha comportato un investimento di quasi 1,9 milioni di euro nel 2023**, permettendo la sostituzione di 2 dispositivi con prodotti dotati di tecnologie all'avanguardia che hanno un potenziale energetico di risparmio pari

al 30%. Inoltre, sono stati acquistati 4 cubi led indoor, 1 cubo led outdoor e 18 maxiled "Il Mosaico", anch'essi con le stesse caratteristiche di risparmio energetico e dotati di certificazioni contro l'inquinamento ambientale.

Nel 2023, GSR ha rinnovato il proprio parco auto in linea con gli obiettivi aziendali in termini di sostenibilità. Attualmente, conta 10 vetture, di cui 7 con motorizzazione **plug-in hybrid, 1 mild-hybrid** e 2 alimentate a diesel.

Gestione dei rifiuti nel network

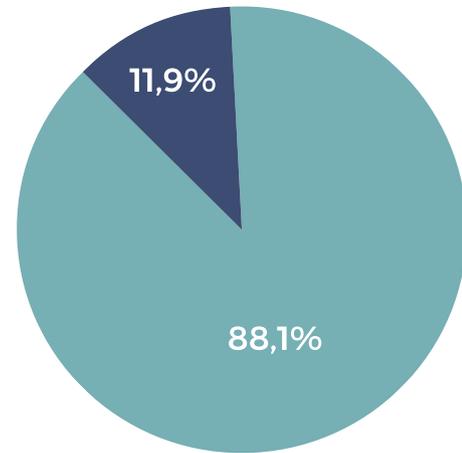
La gestione dei rifiuti nelle stazioni costituisce una sfida significativa per GSR, considerato l'inteso flusso di traffico giornaliero. I rifiuti provengono dagli uffici, dai partner commerciali, dalle toilette e dagli eventi organizzati, per i quali l'Azienda si impegna a limitare la generazione di scarti utilizzando, quando possibile, materiali in affitto, riciclati o riciclabili.

Le politiche per la raccolta differenziata si applicano anche ai partner commerciali. Ogni tenant è soggetto a tali regole - pena il pagamento degli oneri relativi alla tassa comunale sui rifiuti - e nel 2023, **il 100% degli esercenti commerciali ha adottato pratiche di raccolta differenziata**. Le azioni volte a efficientare la gestione dei rifiuti comprendono interventi mirati, tra questi la sostituzione dei cestini con nuovi modelli che migliorano la leggibilità delle indicazioni sul tipo di rifiuto da conferire, e l'installazione di "smoking point" per incentivare la raccolta dei mozziconi.

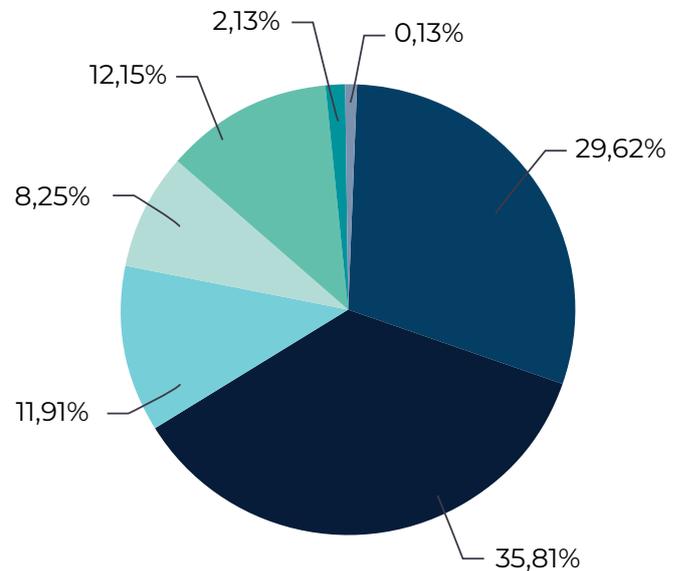
Nel corso dell'anno, sono stati raccolti oltre **3.331 tonnellate di rifiuti** dagli esercizi commerciali, di cui la maggior parte costituita da rifiuti organici (35,8%), seguito da carta e cartone (29,6%), dalla plastica (12,1%) dai rifiuti solidi urbani (11,9%).

Nel 2023, GSR ha avviato un **progetto pilota** nella stazione di Roma Termini. Questa iniziativa, volta a ridurre la produzione di plastica all'interno delle aree pubbliche, prevede che i locali food garantiscano un servizio di ricarica a pagamento delle borracce di acqua dei viaggiatori mediante dispenser dedicati.

Rifiuti esercizi commerciali Tipologia di raccolta



■ Differenziata ■ Indifferenziata



■ RSU ■ Plastica ■ Alluminio ■ Carta/Cartone
 ■ Vetro ■ Legno ■ Organica

Servizi igienici intelligenti e accessibili

All'interno delle stazioni, tra i diversi servizi rivolti ai viaggiatori, rientrano anche i 18 blocchi di servizi igienici pubblici a pagamento che registrano oltre **21.000 visite al giorno**, +30% rispetto al 2022. Rendere il servizio a pagamento, seppur con un costo di ingresso molto contenuto, permette a GSR di garantire **un ambiente pulito, sicuro tanto per i visitatori quanto per gli addetti** impiegati al loro interno, prevenendo potenziali atti di vandalismo altre attività indesiderate.

Nel 2023, GSR ha continuato nella sua opera di riqualificazione dei servizi igienici presenti nelle maggiori stazioni italiane. Questo piano di investimenti, per il quale sono stati stanziati 3,5 milioni di euro per il 2023, si propone di ristrutturare tutte le toilette gestite dall'Azienda.

Nel corso del 2023, GSR ha avviato e completato progetti di riqualificazione nelle stazioni di Roma, Milano e Firenze. I lavori presso Bologna e Verona sono terminati nei primi mesi del 2024, mentre per Venezia Santa Lucia sono in fase di avvio del cantiere.

La **ristrutturazione dei servizi igienici del network è allineata con i criteri di sostenibilità che guidano gli interventi di rigenerazione infrastrutturale** dell'Azienda, privilegiando l'impiego di materiali eco-friendly provenienti da una filiera sostenibile e implementando tecnologie volte al risparmio di risorse.

GSR ha scelto di abbracciare **soluzioni ecologiche nella selezione dei materiali per il rivestimento delle pareti**. Per i rivestimenti è stato utilizzato il **PaperStone**, materiale composito di nuova generazione prodotto con carta e cartone riciclati al 100% certificati FSC, impregnato con la resina naturale PetroFree – un sottoprodotto ottenuto da resina e fibre cellulose - e pigmentato con colori naturali. Inoltre, l'Azienda ha optato per piastrelle in gres porcellanato ottenuto con materiale riciclato del 40% minimo, certificato da Bureau Veritas.

Sono state implementate **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.

Per ottimizzare il risparmio energetico, GSR ha previsto un sistema di **illuminazione ad alta efficienza basato su tecnologia LED**, accompagnato da sensori di presenza che **automatizzano l'accensione e lo spegnimento nei bagni**. In aggiunta, anche le specchiere sono integrate con luci LED, mentre l'erogazione touchless di sapone e aria si avvale di comandi elettronici a fotocellula.

Temporary store sostenibili: la strategia di Retail Group

Retail Group, attraverso la gestione diretta di 34 punti vendita, si distingue per le numerose attività finalizzate a promuovere la transizione sostenibile all'interno del Gruppo GSR e nelle stazioni.

Nel corso del 2023, Retail Group ha continuato il suo impegno ambientale avviato l'anno precedente, confermando gli obiettivi precedentemente stabiliti e aggiungendone uno nuovo: la donazione dei prodotti in scadenza. **Ad oggi, RG ha completato il raggiungimento dei propri obiettivi per il 50% dei target stabiliti.**

Nel suo impegno quotidiano verso la sostenibilità, RG adotta un criterio rigoroso nella selezione dei brand da ospitare all'interno dei suoi temporary store: **il 69% dei brand attualmente sviluppa progetti legati alla sostenibilità**, mentre **il 23% possiede una certifica-**

Sostenibilità ambientale			
	Attività	Goal	Progresso
1	Donazione dei prodotti in scadenza	Integrazione nel contratto e adesione del 50% dei brand food	50%
2	Utilizzo scotch riciclabile	Non previsto per il 2023	-
3	Rivestimenti ecologici dei pavimenti	100% di rivestimenti ecologici dei pavimenti	100%
4	Pavimentazione con materiale sostenibile	Non previsto per il 2023	-
5	Banchi cassa sostenibili	Sostituzione di 20 banchi cassa (pop up)	100%
6	Riduzione consumo e smaltimento cartucce	Riduzione del 20%	100%
7	Digitalizzazione documenti interni	Utilizzo di tablet nei pdv per i cataloghi	100%
8	Adesione Printreleaf	Piantare un numero < di 16 alberi	100%
9	Utilizzo carta riciclata	100% di carta riciclata	100%
10	Utilizzo shopper riciclabili	100% di shopper riciclabili	95%
11	Brand con progetti di sostenibilità prodotto	90% dei brand	69%
12	Brand con almeno una certificazione di sostenibilità	10 brand	80%
13	Raccolta differenziata	100% della raccolta differenziata	100%
14	Dispersione termica	Efficientamento del 20% (pop up)	100%
15	Fornitura energia green	100% di energia green	100%
16	Corpi luminosi a Led	>90% del perimetro	100%

zione di sostenibilità, come per esempio la B Corporation. Quest'ultima identifica le aziende che, oltre a perseguire obiettivi di profitto, superano volontariamente i requisiti di compliance in termini di performance sociale e ambientale, trasparenza e responsabilità.

In un'ottica di circolarità, RG ha implementato diverse iniziative nel 2023, tra cui l'utilizzo dei tablet acquistati per il controllo del green pass nel periodo post-pandemico al posto delle brochure dei brand. 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 2023, RG ha piantato 10 alberi, raggiungendo pienamente questo obiettivo e contribuendo significativamente alla sostenibilità ambientale. 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.

L'utilizzo dello scotch riciclabile è stato temporaneamente posticipato fino all'esaurimento delle scorte, mentre la realizzazione di pavimentazione con materiali sostenibili è prevista nel prossimo biennio.

La donazione dei prodotti in scadenza, obiettivo raggiunto al 100% nel 2023, ha comportato l'istituzione di una procedura standard per i negozi e lo sviluppo di una rete di contatti con associazioni no-profit in Italia. Attraverso accordi specifici con i brand, i prodotti alimentari prossimi alla scadenza, ritirati dai negozi seguendo le indicazioni dei fornitori, vengono donati agli help center della città di riferimento.

Promotore di sostenibilità

[GRI 308-1]

In linea con la sua visione, GSR concepisce le stazioni come autentici hub in cui la **sostenibilità si traduce in un valore da condividere con tenant e fornitori**. Con l'obiettivo di svolgere un ruolo chiave nell'innescare un circolo virtuoso incentrato sulla sostenibilità ambientale, sociale ed economica, l'Azienda si impegna a fungere da facilitatore. Questo ruolo prevede la promozione attiva di **pratiche sostenibili all'interno delle stazioni**, la sensibilizzazione della clientela su come ridurre l'impatto ambientale e una collaborazione proattiva con i fornitori per sviluppare soluzioni a basso impatto ambientale. Attraverso questa iniziativa, GSR mira non solo a trasformare le stazioni in luoghi di connessione e mobilità efficiente ma anche a promuovere un cambiamento culturale, rendendo la sostenibilità parte integrante dell'esperienza stessa delle stazioni. Secondo un'analisi svolta internamente dal Gruppo attraverso un questionario, nel 2023 l'esperienza dei visitatori è stata registrata come positiva, con un punteggio pari a 9/10³³.

Come prassi, **GSR fornisce raccomandazioni e best practice ai suoi partner commerciali al fine di limitare i consumi energetici e gestire al meglio le attività di allestimento**. Tra questi, l'adozione di sistemi di illuminazione a LED, la sensibilizzazione del personale in negozio per garantire una migliore gestione delle temperature (non inferiore a 26°C in estate e non superiore a 18°C in inverno), e l'installazione di orologi nel quadro elettrico per la programmazione dell'accensione e dello spegnimento di insegne e vetri.

³³ Il punteggio è stato attribuito al rispetto dell'ambiente, l'accessibilità, l'attenzione alle categorie sociali più deboli e agli eventi esterni su piazza. Fonte ODA.

Nel 2023, sono stati coinvolti 425 partecipanti, di cui 88 fornitori e 337 tenant, i quali, attraverso un sondaggio online, hanno fornito risposte a una lista di 10 domande, di cui 8 a scelta multipla e 2 a risposta aperta. Il principale obiettivo di questa iniziativa è **promuovere comportamenti virtuosi**, sia da parte dei tenant che dei fornitori, al fine di raggiungere gli obiettivi di sostenibilità nel Piano 2025 di GSR.

DOMANDE

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?

I risultati della survey online per i fornitori sottolineano come:

- su un totale di 235 fornitori, il **37% ha risposto alla survey**, di questi il **82% ha integrato aspetti di sostenibilità nel business**;
- sul totale dei fornitori che hanno integrato aspetti di sostenibilità nel business, il 61% lo fa da tempo e il restante 39% sono ai primi passi;

- sul totale dei fornitori che hanno risposto alla survey, il **31% incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dei consumi energetici in azienda**, il 12% ha sviluppato un piano con obiettivi quantitativi per la riduzione dei consumi energetici monitorati annualmente e l'8% ha questo piano ma non monitora gli obiettivi quantitativi.
- sul totale dei fornitori che hanno risposto alla survey, il **41% incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dell'utilizzo di acqua** e il 10% ha sviluppato un piano con obiettivi per la riduzione dei consumi idrici ma non monitora i risultati quantitativi.
- sul totale dei fornitori che hanno risposto alla survey, il **51% incoraggia la diffusione di best practice per una corretta raccolta differenziata** e il 10% ha sviluppato un piano con obiettivi per la riduzione dei rifiuti ma non monitora i risultati quantitativi.

I risultati della survey online per i tenant sottolineano come:

- su un totale di 772 tenant, il **48% ha risposto alla survey**, di questi il **79% ha integrato aspetti di sostenibilità nel business**;
- sul totale dei tenant che hanno integrato aspetti di sostenibilità nel business, il 70% lo fa da tempo e il restante 30% sono ai primi passi;
- sul totale dei tenant che hanno risposto alla survey, il **27% incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dei consumi energetici in azienda**, il 4% ha sviluppato un piano con obiettivi quantitativi per la riduzione dei consumi energetici monitorati annualmente e l'8% ha piano per la riduzione delle emissioni di CO₂ dirette;
- sul totale dei tenant che hanno risposto alla survey, il **33% incoraggia la diffusione di best practice per la riduzione dell'utilizzo di acqua** e il 3% ha sviluppato un piano con obiettivi quantitativi per la riduzione dei consumi idrici monitorati annualmente.
- sul totale dei tenant che hanno risposto alla survey, il **42% incoraggia la diffusione di best practice per una corretta raccolta differenziata** e il 5% ha sviluppato un piano con obiettivi per la riduzione dei rifiuti ma non monitora i risultati quantitativi.

Attori di responsabilità sociale

Per GSR, il benessere della comunità è cruciale quanto la sostenibilità ambientale. Grazie alla sua natura e alla massiccia affluenza di oltre 2 milioni di visite al giorno, il Gruppo detiene un notevole potere come catalizzatore sociale, contribuendo in modo significativo non solo a migliorare la qualità del tempo dei viaggiatori, ma anche a plasmare luoghi accoglienti all'interno del network delle stazioni in gestione.

In virtù di questa consapevolezza, il Gruppo riconosce la sua responsabilità sociale e il suo ruolo come facilitatore di connessioni all'interno delle comunità. Integrare concretamente attività di supporto e solidarietà sociale, promuovere eventi culturali accessibili a tutti all'interno degli spazi condivisi delle stazioni ferroviarie, determina un valido contributo alla creazione di un ambiente inclusivo e sostenibile. Questo approccio mirato permette ai viaggiatori di sentirsi non solo ospiti temporanei, ma parte integrante e attiva del tessuto sociale in cui vivono.

Le pubblicità come amplificatori di impatto

In linea con il suo ruolo di **potente amplificatore sociale**, ogni anno GSR effettua una accurata selezione delle campagne pubblicitarie da diffondere gratuitamente sui propri schermi, offrendo così un rilevante contributo alla divulgazione di messaggi sociali.

La scelta delle campagne da trasmettere probano si basa su criteri che valutano la loro portata e rilevanza culturale, con una particolare attenzione alle ONG e alle

iniziative locali che affrontano tematiche di portata globale o promuovono attivamente la cultura.

Nel corso del 2023, sono state ospitate ben **26 campagne probano**, evidenziando una crescita del 37% rispetto all'anno precedente. Queste iniziative hanno trovato visibilità sugli impianti pubblicitari del network di GSRS, raggiungendo un totale di oltre **oltre 6.940 minuti di spot inviati**. In particolare, la media di ripetizioni giornaliere di spot della durata di 30 secondi ha registrato un valore che si è raddoppiato rispetto al 2022, sottolineando l'incremento significativo nell'efficacia e nell'ampiezza delle campagne promosse.

Nel corso del 2023, Grandi Stazioni Retail ha fornito il suo sostegno a numerose organizzazioni, tra cui la Croce Rossa Italiana, il Museo Poldi Pezzoli, ADI Design Museum, Too Good To Go, Fondazione Veronesi, FAO e UNHCR. Sul fronte delle campagne, si sono particolarmente distinte quelle incentrate sulla promozione e diffusione dell'arte, sulla sensibilizzazione contro lo spreco alimentare, sul risparmio energetico e sull'incoraggiamento della lettura.

L'obiettivo di GSR di destinare il 3% del palinsesto alle campagne no-profit ha quasi raggiunto il suo target al 2025, attestandosi al 2,7%.

L'impegno sociale di Retail Group

Nel 2023, Retail Group ha identificato 12 nuove attività sociali, raggiungendo un totale di 28 attività chiave insieme agli impegni ambientali. **RG ha raggiunto il 75% degli obiettivi sociali stabiliti per il 2023 al 100%.**

Sostenibilità sociale			
	Attività	Goal	Progresso
17	Formazione interna sostenibilità	Produzione di video	100%
18	Contributi formativi in corsi di studi	N.1 lezione formativa c/o master	25%
19	Progetti stage in sede	N.1 stage in sede	100%

Sostenibilità sociale [segue]

20	Comunicazione progetto CSR	Adattamento grafiche e video	100%
21	Nazionalità Estera/ Nazionalità Italiana	EE/IT >4%	100%
22	Nazionalità	>7 nazionalità differenti	54%
23	Abilità	>7% abilità	21%
24	Donazione del 5% dell'incasso	Donazione del 5% dell'incasso su 4 settimane su Roma e Milano	100%
25	Giornate gratuite per il volontariato	1 riunione su Milano, 1 riunione di aggiornamento su Roma	100%
26	Regalo sospeso	Roma e Milano (Natale e Pasqua)	100%
27	Survey interna CSR	Somministrazione	100%
28	Formazione LIS per addetti vendita	Formazione personale indeterminato a NAC	100%

Le stazioni di Milano Centrale e Roma Termini sono anche luogo di iniziative solidali. In occasione del Natale e della Pasqua, RG organizza Regalo Sospeso. Questo progetto, della durata di circa un mese antecedente alla festività, consente ai clienti di effettuare donazioni direttamente nei negozi delle stazioni. Successivamente, l'intero importo è impiegato per l'acquisto di prodotti utili nei pdv, poi donati alle associazioni. Inoltre, quattro volte l'anno, prende vita la Charity week, un'iniziativa durante la quale il 5% dell'incasso di RG viene donato a Binario 95.

Binario 95: perché non è sufficiente il necessario

Nel corso dell'ultimo triennio, Retail Group ha supportato Binario 95 attraverso attività di volontariato e sostegno che hanno coinvolto sia i visitatori delle stazioni che i dipendenti.

Binario 95 è un **polo sociale di accoglienza e supporto** per le persone senza dimora presso la stazione di Roma Termini, con la mission di rispondere ai bisogni di chi vive in strada offrendo loro ascolto, supporto, accoglienza, e proponendo percorsi di riabilitazione alla via sociale. Il progetto è gestito da **Europe Consulting Onlus**, una **cooperativa sociale** di tipo A e B costituita nel 1997. Grazie al supporto di circa **60 lavoratori, di cui 31 soci**, l'iniziativa ha aiutato 145.000 persone ed effettuato 3.200 milioni di interventi negli ultimi 6 anni. Aperto 365 giorni l'anno, 24h su 24h, il centro di accoglienza ospita circa **60 persone al giorno** con l'obiettivo di contrastare il cronicizzarsi dell'emarginazione sociale e offrendo un punto di riferimento e di aggregazione, avviando percorsi di recupero delle capacità relazionali, creative e di reinserimento sociale.

05

LE NOSTRE PERSONE



LE NOSTRE PERSONE

299 persone
tra GSR e Retail Group,
di cui il 65,9% donne

32%
il tasso di assunzione
registrato per il 2023

~1.000 ore
di formazione erogate dal
Gruppo ai suoi dipendenti

TEMI MATERIALI

- Sviluppo e valorizzazione delle proprie persone
- Engagement e buona comunicazione interna
- Qualità del lavoro, benessere, salute e sicurezza

La qualità dei servizi offerti dal Gruppo è il frutto della competenza e professionalità dei suoi dipendenti. Per questo motivo, è fondamentale garantire la giusta **valorizzazione e la crescita personale di tutte le persone**, con l'obiettivo di favorire un ambiente lavorativo positivo e soddisfacente. Questo impegno si concretizza nella promozione del benessere e dello sviluppo individuale, fattori chiave per favorire la competitività e l'evoluzione continua di GSR.

Chi dà vita alle stazioni

[GRI 2-7] [GRI 2-8] [GRI 2-9] [GRI 405-1] [GRI 405-2]

La nostra squadra

Nel 2023, Grandi Stazioni Retail e Retail Group hanno potuto contare su **una squadra di 299 persone** distribuite principalmente tra gli uffici di Roma Termini e Milano Centrale³⁴ al netto dei venditori dei temporary store presenti nelle diverse stazioni italiane.

GRI 2-7 a: Dipendenti per genere e regione Head count / Full Time Equivalent (FTE)

	2023			2022			2021		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
Roma ³⁵	118	66	184	110	37	147	138	33	171
Milano ³⁶	79	36	115	70	43	113	93	49	142
Totale	197	102	299	180	80	260	231	82	313

³⁴ Ai fini della rendicontazione, i dipendenti situati a Napoli rientrano sotto l'ufficio di Roma e quelli di Torino e Venezia sotto l'ufficio di Milano

³⁵ Sotto Roma sono stati riportati anche i dipendenti di Retail

Group che lavorano nelle stazioni di Napoli, Firenze e Bologna
³⁶ Sotto Milano sono stati riportati anche i dipendenti di Retail Group che lavorano nelle stazioni di Torino, Genova, Verona e Venezia

Il 68% dei dipendenti di GSR è assunto con un contratto a tempo indeterminato, di cui oltre la metà lavora a tempo pieno (55%) ed è rappresentato da donne (66%). I contratti a tempo determinato rappre-

sentano il 21% e riguardano principalmente i lavoratori dei punti vendita temporanei, soggetti a frequenti cambiamenti di business e attività.

GRI 2-7 b: Numero totale dipendenti Roma e Milano di GSR e RG, suddivisione per genere³⁷

Roma	2023			2022			2021		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
Dipendenti a tempo indeterminato	71	46	117	77	47	124	88	54	142
Dipendenti a tempo determinato	47	20	67	26	3	29	42	2	44
Dipendenti a tempo pieno	45	43	88	54	45	99	62	49	111
Dipendenti a tempo parziale	73	23	96	49	5	54	68	7	75
Totale	118	66	184	103	50	153	130	56	186
Milano	2023			2022			2021		
	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale	Donna	Uomo	Totale
Dipendenti a tempo indeterminato	54	32	86	56	24	80	70	21	91
Dipendenti a tempo determinato	25	4	29	21	6	27	31	5	36
Dipendenti a tempo pieno	47	30	77	47	23	70	54	21	75
Dipendenti a tempo parziale	32	6	38	30	7	37	47	5	52
Totale	79	36	115	77	30	107	101	26	127

Nel corso del 2023, GSR ha coinvolto un totale di 16 lavoratori non dipendenti. In continuità con il biennio precedente, la maggior parte di questi collabo-

ratori sono stati assunti tramite contratti di agenzia per ricoprire ruoli di agenti di commercio.

³⁷ Non si registrano dipendenti a orario non garantito

GRI 2-8: Lavoratori non dipendenti di GSR e RG

2023			2022			2021		
n	Relazione contrattuale	Mansione	n	Relazione contrattuale	Mansione	n	Relazione contrattuale	Mansione
1	Collaboratore	Collaboratore	1	Collaboratore	Collaboratore	1	Collaboratore	CEO
15	Contratto di agenzia	Contratto di agenzia	12	Contratto di agenzia	Contratto di agenzia	12	Contratto di agenzia	Agente di commercio
-	-	-	-	-	-	3	Collaboratore	Consulente dermocosmetico
16			13			16		

La popolazione aziendale del Gruppo è composta **principalmente da impiegati** (87%), di cui oltre tre quarti rappresentato da donne. **La presenza dei giovani sotto i 30 anni è cresciuta del 43% rispetto al**

2022, costituendo attualmente il 33% della forza lavoro complessiva. La metà dei dipendenti rientra nell'intervallo di età compreso tra i 30 e i 50 anni, mentre il restante 17% ha superato i 50 anni.

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti del Gruppo

a. Organi di Governo (%)	2023			2022		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
< 30 anni	0	0	0	0	0	0
30 - 50	3	0	3	2	1	3
> 50	4	1	5	4		5
Totale	7	1	8	6	2	8

b. Dipendenti del Gruppo	2023		2022		2021	
	Uomini	Donne	Uomini	Donne	Uomini	Donne
Dirigenti	8	2	6	2	6	2
Quadri	16	14	15	14	13	13
Impiegati	77	181	59		63	216
Operai	1	0	0		0	0
Totale per sesso	102	197	80	180	82	231
Totale	299		260		313	

GRI 405-1: Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti del Gruppo [segue]

b. Dipendenti del Gruppo	2023			2022			2021		
	< 30 anni	30 - 50	> 50	< 30 anni	30 - 50	> 50	< 30 anni	30 - 50	> 50
Dirigenti	0	5	5	0	4	4	0	3	5
Quadri	0	20	10	0	21	9	0	20	6
Impiegati	103	121	34	67	122	33	88	160	31
Operai	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Totale per fascia d'età	103	147	49	67	147	46	88	183	42
Totale	299			260			313		

Nel 2023, in GSR, il rapporto tra la disparità salariale di base media delle donne rispetto agli uomini varia a seconda delle categorie professionali e della sede principale. Tra gli impiegati questo valore è leggermente sbi-

lanciato a favore degli uomini sia a Roma, con un gap del 4% che a Milano, 9%. Tra quadri e i dirigenti la retribuzione risulta maggiore per il genere femminile in entrambe le sedi.

GRI 405-2³⁸: Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini

GSR Roma	2023	2022	2021
	Rapporto	Rapporto	Rapporto
Dirigenti	110%	111%	107%
Quadri	113%	131%	103%
Impiegati	96%	92%	99%
Operai	-	-	-
GSR Milano	2023	2022	2021
	Rapporto	Rapporto	Rapporto
Dirigenti	-	-	-
Quadri	113%	98%	99%
Impiegati	91%	98%	104%
Operai	-	-	-

³⁸ Il dato è stato rendicontato esclusivamente per i dipendenti di GSR non compresi di dipendenti di Retail Group

GRI 405-2: Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini [segue]

RG Sede centrale	2023	2022	2021
	Rapporto	Rapporto	Rapporto
Dirigenti	-	-	-
Quadri	119%	97%	92%
Impiegati	85%	90%	113%
Operai	-	-	-
RG Negozi in stazione	2023	2022	2021
	Rapporto	Rapporto	Rapporto
Dirigenti	-	-	-
Quadri	-	-	-
Impiegati	90%	100%	100%
Operai	-	-	-

La governance del Gruppo

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

Consiglio di amministrazione (l'organo di Amministrazione) e il Collegio Sindacale (l'organo di controllo).

L'Assemblea degli azionisti, composta da 8 membri con il 12,5% di rappresentanza femminile, è responsabile della nomina dei membri del Consiglio di Amministrazione.

GRI 2-9: Struttura e composizione della governance

Composizione del massimo organo di governo	2023	
	Ruolo	Mandato (2022-2024)
Borletti Maurizio Romualdo	Presidente CdA	3 esercizi
Baldan Alberto	Amministratore Delegato	3 esercizi
De Spirt Paolo	Consigliere	3 esercizi
Cabeza Rodriguez Francisco Jose	Consigliere	3 esercizi
Aquien Alexandre Emmanuel	Consigliere	3 esercizi
Bridoux Henri Renè	Consigliere	3 esercizi
Schoechlin Angelika Sabine	Consigliera	3 esercizi
Pagliaro Alessandro	Consigliere	3 esercizi

Quest'ultimo, incaricato della gestione dell'impresa, designa il Presidente e l'Amministratore Delegato, conferendogli i poteri di ordinaria e straordinaria amministrazione.

Il modello di governance si ispira a principi quali etica nel business, rispetto della normativa e responsabilità. In linea con tali principi, GSR e RG hanno adottato un **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo** ai sensi del D.lgs. 231/2001 e un **Codice Etico**. Quest'ultimo costituisce un documento di responsabilità sociale attraverso il quale il Gruppo definisce con chiarezza e trasparenza i valori e i principi a cui si ispira, nonché i criteri di condotta volti a regolare le proprie attività. Basato su valori quali integrità, responsabilità, trasparenza e riservatezza, il Codice Etico mira a stabilire norme di comportamento nei confronti dei diversi stakeholder, sia interni che esterni. 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) è affidato all'**Organismo di Vigilanza** ("OdV"), composto da due membri esterni e un membro interno.

Benessere e formazione

[GRI 401-1] [GRI 401-2] [GRI 401-3] [403-1] [GRI 404-2]

Creazione di competenze

Nel 2023, GSR ha implementato progetti per migliorare il benessere dei propri dipendenti, intervenendo sull'equilibrio tra vita privata e lavoro, sul clima organizzativo e sulla formazione delle loro competenze.

GRI 401-3: Congedo parentale³⁹									
Congedo parentale	2023			2022			2021		
	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale	Uomo	Donna	Totale
a. Dipendenti aventi diritto al congedo parentale	4	31	31	4	33	37	2	33	35
b. Dipendenti che hanno usufruito del congedo parentale	2	25	25	3	33	36	2	33	35
c. Dipendenti rientrati a lavoro dopo il congedo parentale	2	21	21	3	30	33	2	29	31
d. Dipendenti rientrati a lavoro e che sono tali nei 12 mesi successivi	2	21	21	3	20	23	0	22	22
e. Tasso di rientro	84%			92%			89%		
e. Tasso di retention	58%								

³⁹ L'anno scorso il dato è stato rendicontato esclusivamente per i dipendenti di GSR, quest'anno include anche i dipendenti di Retail Group

In linea con le normative vigenti, GSR offre ai suoi dipendenti a tempo pieno un ampio ventaglio di benefit standard - tra cui congedo parentale, assicurazione sanitaria, coperture assicurative e polizza infortuni - e la possibilità di lavorare in smart-working un giorno a settimana.

Nel corso del triennio, 103 dipendenti del Gruppo hanno usufruito del congedo parentale, di cui 4 uomini e 27 donne; il tasso di rientro successivo al congedo è pari al 84% per i dipendenti di entrambi i generi.

Nel 2023, **GSR e RG hanno erogato complessivamente quasi 1.000 ore di formazione, suddivise in corsi di aggiornamento e programmi di formazione su competenze trasversali**, tra cui Excel, Cyber security, Team Building e Sostenibilità.

In linea con l'obiettivo strategico di costruire una nuova cultura ESG, il Gruppo ha organizzato un programma formativo rivolto a tutta la popolazione aziendale, con lo scopo di promuovere la consapevolezza sulla sostenibilità.

GRI 404-2: Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione, svolti da GSR

Categoria	Ore
Formazione obbligatoria	
GDPR	4
D.Lgs. 231/2001 e Modello Organizzativo	2
Corso Antincendio	72
Primo soccorso	88
Aggiornamento formazione base	210
Formazione base	208
Formazione generale	4
Formazione specifica	12
RLS	8
Formazione Preposto	16
Formazione Dirigenti	16
Formazione tecnico-professionale	
Webinar #Sipuòfare Welfare (Double you)	1,5
Excel	8
Cyber security	12,6
Risanamento Radon	120
Key Competency Boosting: Lab.1-2-3	84
Formazione di sostenibilità e trasversale	
Presentazione Binario 95	12
Sustainability/CSR/ESG Auditor & Manager	28
Sustainability lab	24
Team building	5

GRI 404-2: Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione, svolti da GSR

2023	
Categoria	Ore
Formazione obbligatoria	
HACCP	-
Sicurezza sul lavoro Generale/ Specifica e preposti e RLS	108
Formazione tecnico-professionale	
Lingua dei segni	35
Transpallet e carrelli semi moventi	8
Formazione di sostenibilità e trasversale	
Team building	624

Attraction & retention

Nel corso dell'esercizio, il Gruppo ha registrato tasso di assunzioni pari al 32%. Delle 96 figure inserite, **il 69% è rappresentato da donne e il rimanente 31% da uomini.**

GRI 401-1⁴⁰: Assunzioni e cessazioni per età e genere del Gruppo

a. Assunzioni per età ⁴¹				
Genere	Età	2023	2022	2021
Uomo	< 30 anni	17	13	9
	30 - 50 anni	12	10	3
	> 50 anni	1	0	0
Totale Uomini		30	23	12
Donna	< 30 anni	56	54	63
	30 - 50 anni	9	5	8
	> 50 anni	1	0	0
Totale Donne		66	59	71
TOTALE ASSUNZIONI		96	82	83
TOTALE DIPENDENTI		299	260	313
TASSO DI ASSUNZIONI		32%	32%	27%

⁴⁰ Le cessazioni riguardano solamente le dimissioni/ licenziamenti e non le scadenze di contratto

⁴¹ Il totale assunzioni considera tutto l'anno di riferimento mentre il totale dipendenti fa riferimento a quelli in forza al 31/12 di ogni anno di riferimento.

GRI 401-1⁴⁸: Assunzioni e cessazioni per età e genere del Gruppo

b. Cessazioni per età				
Genere	Età	2023	2022	2021
Uomo	< 30 anni	16	2	4
	30 - 50 anni	7	6	5
	> 50 anni	2	2	3
Totale Uomini		25	10	12
Donna	< 30 anni	38	8	13
	30 - 50 anni	9	6	11
	> 50 anni	1	1	2
Totale Donne		48	15	26
TOTALE CESSAZIONI		73	25	38
TOTALE DIPENDENTI		299	260	313
TASSO DI CESSAZIONI		24%	10%	12%

L'inserimento di nuove persone all'interno del Gruppo avviene tramite un accurato processo di selezione a cura dell'ufficio Risorse Umane, il quale è composto da un HR Manager affiancato da una figura di supporto e da specialisti, incaricati di gestire e supervisionare a 360° ogni fase del rapporto tra l'azienda e i dipendenti. Durante l'anno, **GSR ha sviluppato un programma di onboarding per i nuovi dipendenti al fine di agevolare una transizione fluida nell'ambiente aziendale.** Ogni nuovo assunto è affiancato fin dal primo giorno da un tutor designato, il cui ruolo include la responsabilità della prima accoglienza, della presentazione ai colleghi, della visita degli spazi e della spiegazione degli strumenti utili per lo svolgimento dell'attività lavorativa. Il tutor accompagna il nuovo assunto durante i primi mesi, fungendo da punto di riferimento per la comprensione dell'organizzazione, dei ruoli e dei processi aziendali. L'obiettivo del programma è garantire una rapida integrazione e una chiara comprensione del contesto lavorativo da parte del nuovo membro del team. Con questo scopo vengono organizzate apposite **visite presso entrambe le sedi principali dell'azienda**, oltre a specifici **welcome meeting** con i responsabili di diverse funzioni di GSR.

Salute e sicurezza delle nostre persone

Per tutelare le proprie persone durante le attività previste da ciascuna mansione, **il Gruppo adotta tutte le misure necessarie a prevenire incidenti e tutelare la salute dei lavoratori.** Attraverso i suoi impegni nel campo della salute e sicurezza, garantisce il rispetto dei diritti dei lavoratori e mantiene un ambiente di lavoro sicuro e salubre. Questo impegno è supportato da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro che copre tutte le attività del Gruppo, rispettando la normativa italiana in materia (D.Lgs. 81/08 e ss.mm.ii. - Testo Unico sulla salute e sicurezza sul lavoro). In conformità alle prescrizioni di legge sulla sicurezza dei dipendenti, GSR e Retail Group hanno designato un **medico competente**, strutturato un organigramma per la gestione della sicurezza - che include un **Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP)** - e approvato un **Documento di Valutazione dei Rischi (DVR)**. Quest'ultimo, essenziale per la prevenzione e la sicurezza dei dipendenti, identifica le possibili fonti di pericolo negli ambienti lavorativi in cui operano i dipendenti, che comprendono sia attività di ufficio che spazi comuni aperti al pubblico, servizi, locali tecnici, spazi locati e aree esterne.

06

COME NASCE QUESTO DOCUMENTO



COME NASCE QUESTO DOCUMENTO

Nota metodologica

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

La rendicontazione di sostenibilità per l'anno fiscale 2023 è stata effettuata in conformità ai GRI Standards 2021, opzione "with reference to". Ove possibile, sono stati presentati i dati relativi agli anni precedenti, consentendo quindi un confronto delle informazioni su base annua. Il perimetro di rendicontazione comprende anche Retail Group.

Questo secondo bilancio di sostenibilità di GSR conferma il percorso di crescita e allineamento ai più noti standard globali di sostenibilità, i GRI 2021. In questa traiettoria, l'Azienda si propone di consolidare ulteriormente l'integrazione della sostenibilità all'interno del proprio business e lungo l'intera catena del valore.

Il documento è strutturato intorno a 9 temi materiali, rappresentativi degli impatti più significativi generati o subiti dall'Azienda in ambito economico, ambientale e sociale. In questo documento, GSR rendiconta gli impatti, le modalità di gestione adottate e i risultati ottenuti durante l'anno per ogni tema. La valutazione preliminare dei temi e degli impatti è stata condotta considerando i

criteri di portata, perimetro, irrimediabilità e probabilità. I risultati sono stati successivamente sintetizzati, condivisi con gli stakeholder esperti e approfonditi durante un apposito incontro plenario. Questo processo ha agevolato l'integrazione della prospettiva esterna - vale a dire l'influenza delle valutazioni e delle decisioni degli stakeholder - con quello interno dell'organizzazione, focalizzata sulla rilevanza degli impatti generati e subiti dall'Azienda.

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

Il documento viene pubblicato sul sito web e distribuito in occasione della pubblicazione in formato esclusivamente digitale e navigabile. Per ulteriori informazioni ed eventuali approfondimenti è possibile rivolgersi al Service & Sustainability Manager, Grazia Panarisi (grazia.panarisi@gsretail.it) o visitare il sito web www.gsretail.it

07

INDICE DEI CONTENUTI GRI



INDICE DEI CONTENUTI GRI

Grandi Stazioni Retail S.p.A. ha riportato le informazioni citate nel presente indice dei contenuti GRI per il periodo che va dal 1° gennaio 2023 al 31 dicembre 2023 in conformità ai GRI Standards (opzione “with reference to”) e in linea con le indicazioni del GRI 1: Foundation 2021.

Informative generali

2.1. L'Organizzazione e le sue pratiche di rendicontazione			
Disclosure	Note e riferimenti	Omissioni	
2-1	Dettagli organizzativi	<ul style="list-style-type: none"> a. Grandi Stazioni Retail S.p.A. b. Chi siamo c. con sede legale in Via Giovanni Giolitti n. 34 – 00185 Roma (RM) d. Italia 	
2-2	Entità incluse nel reporting di sostenibilità dell'organizzazione	<ul style="list-style-type: none"> a. Il perimetro di rendicontazione considera le attività di GSR S.p.A. e di Retail Group S.p.A. in Italia b. La rendicontazione non comprende Grandi Stazioni Česká Republika s.r.o., entità inclusa nel report finanziario c. <ul style="list-style-type: none"> i. Non vi sono partecipazioni di minoranza; ii. A seguito delle acquisizioni di società viene comunicato dall'ufficio amministrativo ai referenti locali le date di scadenza delle informazioni di natura finanziaria e si monitora costantemente il rispetto delle stesse. Contestualmente si rivedono le informazioni ricevute dalle controllate e si fornisce supporto in caso di necessità di tematiche particolari; iii. l'approccio è univoco e non vi sono discordanze in tal senso di approccio. 	
2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	<ul style="list-style-type: none"> a. Rendicontazione annuale, il periodo di riferimento va dal 1° gennaio 2023 al 31 dicembre 2023 b. In linea con il perimetro di rendicontazione del bilancio d'esercizio ad esclusione di Grandi Stazioni Česká Republika s.r.o. c. La rendicontazione viene depositata al “Registro delle Imprese” entro un mese dall'approvazione del CDA. d. Il punto di contatto per approfondimenti è: Grazia Panarisi – grazia.panarisi@gsretail.it 	
2-4	Revisione di informazioni	Laddove presenti, la revisione delle informazioni e l'aggiornamento delle metodologie di raccolta dati sono segnalati all'interno del testo e specificati per ciascun indicatore.	
2-5	Assurance esterna		Il documento non è stato soggetto a assurance esterna

2.2. Attività e lavoratori

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	§ Catena del valore di GSR	
2-7	Dipendenti	§ Le nostre persone: il motore delle stazioni	
2-8	Lavoratori non dipendenti	§ Le nostre persone: il motore delle stazioni	

2.3. Governance

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
2-9	Struttura e composizione della governance	§ La struttura di governance	
2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	<p>a. L'Assemblea degli azionisti nomina il Consiglio di Amministrazione, il Collegio Sindacale e, su proposta di quest'ultimo, il revisore contabile. Il CdA nomina il Presidente (se non è già stato nominato dall'Assemblea) e l'Amministratore delegato. Il CdA ha inoltre nominato l'Organismo di Vigilanza</p> <p>b. La nomina del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale è regolata dallo Statuto e dal codice civile. Lo Statuto, in particolare, fissa il diritto di nomina di ciascun azionista in relazione alle rispettive quote.</p>	
2-11	Presidente del massimo organo di governo	Il Presidente del CdA non è un dirigente della Società	
2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	Il CdA ha approvato la rendicontazione di sostenibilità del Gruppo che include i risultati dell'analisi di materialità.	
2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	Il CdA ha approvato la rendicontazione di sostenibilità del Gruppo che include i risultati dell'analisi di materialità.	
2-15	Conflitti di interesse	a. L'Azienda si rifà alle disposizioni dettate dal Codice Civile	

2.3. Governance [segue]

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
2-16	Comunicazione delle criticità	Rendicontazione periodica annua sui flussi informativi dell'OdV - Whistleblowing	
2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	<p>a. Le politiche retributive regolano i compensi fissi e variabili. Le policy aziendali normano l'assegnazione di ulteriori benefits (auto, welfare, etc.).</p> <p>b. I membri del CdA non ricevono retribuzioni, ad eccezione dell'Amministratore Delegato, e questo non è collegato a criteri ESG.</p>	
2-20	Norme riguardanti le remunerazioni	I processi di definizione delle politiche retributive avvengono in linea con la normativa vigente e il CCNL.	

2.4. Strategia, politiche e pratiche

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	§ Lettera agli stakeholder	
2-27	Conformità a leggi e regolamenti	Non si sono verificati casi di non conformità nel triennio 2021-2023	
2-28	Associazioni di appartenenza	Associazioni di categoria, altre associazioni di appartenenza e organizzazioni nazionali o internazionali di advocacy in cui partecipa in un ruolo significativo. Adesioni ad associazioni di cat. (CNCC, Retail Institute ecc...)	

2.5. Coinvolgimento degli stakeholder

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	§ Viaggio verso l'integrazione della sostenibilità	
2-30	Conformità a leggi e regolamenti	Tutti i dipendenti del Gruppo rientrano nel CCNL di settore, al quale sono uniformati anche i lavoratori con contratto di somministrazione	

3. Temi materiali

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	§ Viaggio verso l'integrazione della sostenibilità	
3-2	Elenco dei temi materiali	§ Viaggio verso l'integrazione della sostenibilità	

Informative specifiche

Asset e spazi efficienti, accessibili e sicuri

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Hub di cultura e trasformazione urbana	

Esperienza positiva per tutti i visitatori

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Hub di cultura e trasformazione urbana	
413-1	Attività che prevedono il coinvolgimento delle comunità locali, valutazioni d'impatto e programmi di sviluppo	§ Da poli ferroviari a hub culturali <i>Tutte le attività organizzate prevedono un coinvolgimento della comunità locale, valutazioni d'impatto e/o programmi di sviluppo.</i>	

Riqualificazione e valorizzazione degli asset e del territorio

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Hub di cultura e trasformazione urbana	
201-1	Valore generato e distribuito	§ Investimenti per condividere e generare valore	
203-1	Gestione dei temi materiali	§ Investimenti per condividere e generare valore	Omissione comma b a causa della difficoltà nel reperimento dei dati

Impronta ambientale dei negozi e temporary store

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Sostenibilità: un impegno condiviso	
306-1	Produzione di rifiuti e impatti significativi connessi ai rifiuti	§ Stazioni sempre più green <i>I dati sono stati forniti da GS Rail.</i>	

Etica dei media e educazione alla sostenibilità

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Sostenibilità: un impegno condiviso	
308-1	Nuovi fornitori che sono stati valutati utilizzando criteri ambientali	§ Promotore di sostenibilità	
417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	<i>Non si sono verificate violazioni nel triennio 2021-2023.</i>	
418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	<i>Non si sono verificate violazioni nel triennio 2021-2023.</i>	

Efficienza energetica e approvvigionamento

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Sostenibilità: un impegno condiviso	
302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	§ Stazioni sempre più green	

Efficienza energetica e approvvigionamento [segue]

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	§ Stazioni sempre più green	Nel 2023, è stato deciso di ampliare il calcolo della Carbon Footprint del Gruppo includendo anche le emissioni di Scope 1 e Scope 3. Di conseguenza, è stata apportata una modifica alla metodologia di calcolo, la quale non consente una comparazione con i dati precedentemente registrati. Il principale cambiamento nella metodologia è stato l'inclusione dei consumi attribuibili a GSRail nelle emissioni di Scope 3, poiché non sono sotto il controllo diretto di GSRetail, in conformità con quanto stabilito dal GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. Essendo il 2023 il primo anno di rendicontazione con questa metodologia e perimetro, non è ad oggi disponibile uno storico dati riferito agli anni precedenti.
305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	§ Stazioni sempre più green	
305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	§ Stazioni sempre più green	

Sviluppo e valorizzazione delle proprie persone

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Le nostre persone	
404-2	Programmi di aggiornamento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	§ Benessere e formazione	
405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	§ Chi dà vita alle stazioni	
405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	§ Chi dà vita alle stazioni <i>Sono considerate "sede operative significative" quelle su cui sono collocata la maggioranza dei dipendenti.</i>	Omesso la rendicontazione per la retribuzione a causa di difficoltà nel reperimento dei dati
406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	<i>Non sono stati registrati episodi di discriminazione durante il periodo 2020-2022</i>	

Engagement e buona comunicazione interna

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Le nostre persone	
401-1	Nuove assunzioni e turnover	§ Benessere e formazione	

Qualità del lavoro, benessere, salute e sicurezza.

Disclosure		Note e riferimenti	Omissioni
3-3	Gestione dei temi materiali	§ Le nostre persone	
401-2	Benefit previsti per i dipendenti a tempo pieno, ma non per i dipendenti part-time o con contratto a tempo determinato	§ Benessere e formazione	
401-3	Congedo parentale	§ Benessere e formazione	
403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	§ Benessere e formazione <i>Tutti i dipendenti del Gruppo sono coperti dal sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro.</i>	

CONTATTI

Telefono

+39 02 22199621

Email

info@gsretail.it

Indirizzo

Via Ferrante Aporti 1/B, 20125
Milano

Sito Web

www.gsretail.it





GRANDI
STAZIONI
RETAIL