



Indice *dei contenuti*

1. Lettera agli Stakeholder	5
2. Nota metodologica	7
3. Highlights	8
4. Chi siamo	10
4.1 La storia	10
4.2 Vision	12
4.3 Mission	13
4.4 Codice etico	13
4.5 Modello di business	14
5. Corporate Governance	16
5.1 Struttura	16
5.2 Collegio sindacale	17
5.3 Identificazione e presidio dei rischi	18
5.4 Modello 231 e organismo di vigilanza	18
5.5 Etica e lotta alla corruzione	19
5.6 Tutela della privacy	22
5.7 Governance della sostenibilità	23
5.8 Gestione responsabile della supply chain	25
5.9 Analisi della materialità	26
5.10 Matrice di materialità	31
5.11 Piano di sostenibilità e sustainable development goals – sdgs: governance sociale e strategia ambientale	33
5.12 Politiche e linee guida in ambito socio-ambientale	36
5.13 Mappa degli stakeholders	37
5.14 Stakeholders engagement	38
5.15 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision	40

Indice *dei contenuti*

6. Le persone di Urban Vision	42
6.1 Composizione organico	42
6.2 Diversità e inclusione	43
6.3 Turnover del personale	45
6.4 Condizioni di lavoro e welfare aziendale	46
6.5 Gender wage gap	47
7. Aspetti di natura	48
7.1 Rischi e temi ambientali rilevanti per Urban Vision	49
7.2 La gestione delle risorse	56
7.3 Le nostre soluzioni ecosostenibili	59
7.3.1 Telo riciclato	60
7.3.2 Inchiostro latex	61
7.3.3 Pittura fotocatalitica	62
Indice dei contenuti GRI	64



1 | Lettera agli stakeholder

Gentili Stakeholder,
presentiamo con profonda gratitudine e rinnovata responsabilità il nostro Rapporto di Sostenibilità 2025, un documento che non è solo una raccolta di dati, ma il racconto di un anno vissuto con passione, visione e volontà di contribuire a un cambiamento reale nelle città e nelle comunità in cui operiamo.

L'anno che si è appena concluso, il 2024, è stato un anno che ci ha messi nuovamente alla prova. Le tensioni geopolitiche, i conflitti che hanno segnato il panorama internazionale, l'avanzata dell'Intelligenza Artificiale e il grande dibattito sul suo uso responsabile hanno ridefinito il modo in cui tutti noi — imprese, istituzioni, cittadini — guardiamo al futuro.

Nonostante questo scenario complesso, il mercato pubblicitario italiano ha reagito con forza, crescendo dell'8% e raggiungendo gli 11,1 miliardi di euro, con un contributo sempre più determinante della componente digitale, aumentata del 10% (fonte: Osservatorio Internet Media – Politecnico di Milano, 2025).

In questo clima di trasformazione globale, **Urban Vision Group ha continuato il suo cammino con determinazione**, trovando nella propria identità un punto

fermo: la bellezza, la cultura, l'innovazione, l'impegno autentico verso le persone. Nel 2024 abbiamo raggiunto un traguardo importante: **64,513 milioni di euro di fatturato, con una crescita del 18%** rispetto all'anno precedente.

Un risultato che non celebriamo solo come segno di solidità economica, ma come conferma della fiducia che partner, istituzioni, talenti e comunità ripongono in noi.

La nostra crescita è fatta soprattutto di persone.

Il nostro team è salito a **83 professionisti**, con un **incremento del 15%**, e una componente **femminile del 61%**.

Dietro questi numeri ci sono nuove idee, nuove energie, nuove prospettive. C'è la forza di un'organizzazione che crede nella parità, tanto da certificare per il secondo anno consecutivo **la UNI/PdR 125:2022**. Il 2024 è stato anche l'anno in cui abbiamo accelerato con coraggio sulla nostra **strategia ambientale** avviando la transizione verso energia elettrica **100% rinnovabile**, con l'obiettivo di transitare con quasi il 50% delle forniture green già nel 2025.

Al tempo stesso, non abbiamo mai smesso di onorare la promessa con cui siamo nati: "Curare la Bellezza".

Da vent'anni contribuiamo alla tutela del patrimonio

culturale attraverso un modello che unisce creatività, tecnologia e responsabilità.

Nel tempo abbiamo sostenuto più di 420 restauri, sviluppato più di 150 progetti 3D, realizzato più di 200 artwall insieme ad artisti italiani e internazionali. Ogni progetto è un ponte tra passato e futuro: è l'idea che la bellezza non sia un bene da conservare, ma un bene da condividere. L'impegno sociale è rimasto un pilastro del nostro modo di essere impresa. Le campagne DOOH per sostenere i diritti della comunità LGBTQIA+, la collaborazione con Ogyre per proteggere il mare, la pulizia della Darsena, la balena 3D che ha attraversato Milano durante la Green Week... sono gesti che rappresentano la nostra volontà di usare i nostri strumenti — la comunicazione, la creatività, la tecnologia — per generare consapevolezza, appartenenza, responsabilità.

Abbiamo rafforzato le basi della nostra governance, rinnovato la ISO 9001:2015, aggiornato il modello di whistleblowing al D.Lgs. 24/2023, consolidato il Modello 231 e investito nella formazione ESG. Non perché sia un obbligo, ma perché crediamo che un'impresa responsabile debba essere prima di tutto un'impresa coerente. Oggi, con questo Rapporto di Sostenibilità, rinnoviamo la nostra promessa: continuare a costruire un modello di crescita che non lasci indietro nessuno, che valorizzi le persone, tuteli l'ambiente e crei un impatto positivo nei luoghi in cui viviamo e lavoriamo. È un percorso che richiede coraggio, ascolto, competenza. E che possiamo compiere solo insieme a voi.

Il Presidente
Fabio Mazzoni



2 | Nota metodologica

Questo documento rappresenta il terzo Rapporto di Sostenibilità di Urban Vision S.p.A. e riporta le attività e gli impatti più significativi in termini di governance, ambiente e sociale nel suo complesso.

Il presente documento è stato redatto secondo i GRI Standards 2021: “IN ACCORDANCE WITH” definiti dalla Global Reporting Initiative (GRI) e identificati come quadro riconosciuto a livello internazionale consentendo così una segnalazione completa, chiara e comparabile delle informazioni.

Le informazioni contenute nel presente Rapporto di Sostenibilità si riferiscono al periodo 1° gennaio 2024 - 31 dicembre 2024.

Informazioni dettagliate sugli indicatori rendicontati sono fornite nella tabella presente nel paragrafo “Indice dei contenuti GRI”. Nel caso di ricorso a stime, queste sono espressamente indicate all’interno del documento.

Tutte le informazioni contenute nel Rapporto di Sostenibilità si riferiscono esclusivamente a Urban Vision S.p.A., che dal 3 novembre 2025 ha la propria sede legale, operativa e amministrativa a Roma, in via della Conciliazione 5. La sede di Milano, in Via dei Bossi 4 — già sede legale per tutto il 2024 e

parte del 2025 — è ora sede operativa.”

Il documento fornisce dati quantitativi e qualitativi relativi ai temi ritenuti “materiali” sia per l’azienda sia per i suoi stakeholder. Questi temi sono stati identificati tramite un’analisi di materialità, descritta nel paragrafo “5.9 Analisi di materialità”.

La frequenza di pubblicazione del Rapporto di Sostenibilità è annuale. Questa iniziativa di divulgazione fa parte di un percorso che sarà ulteriormente sviluppato nelle future relazioni aziendali, in linea con gli obiettivi ESG definiti da Urban Vision.

Il presente documento è disponibile all’indirizzo pubblico:
<https://urbanvision.com/>

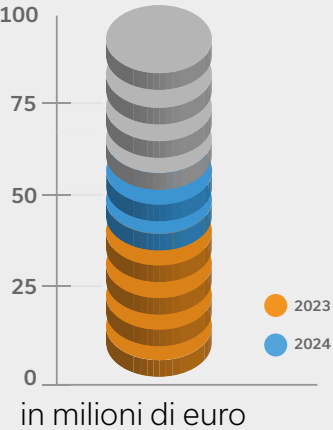
Urban Vision S.p.A. ha redatto il presente report in conformità agli Standard GRI per il periodo dal 1° gennaio 2024 al 31 dicembre 2024.

Urban Vision S.p.A. si impegna a notificare a GRI l’utilizzo degli Standard GRI e la dichiarazione d’uso inviando un’e-mail a reportregistration@globalreporting.org.

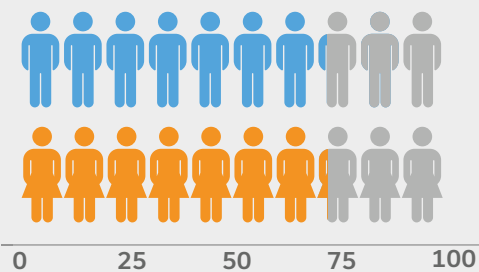
Per qualsiasi chiarimento o approfondimento sui contenuti del presente Rapporto di Sostenibilità è possibile contattare la Dott.ssa Claudia Lubelli al seguente indirizzo e-mail: c.lubelli@neutralia.it

3 | Highlights

FATTURATO **64,5 7 MILIONI**
+18% RISPETTO AL 2023



PERSONALE **83 DIPENDENTI**
+14% RISPETTO AL 2023



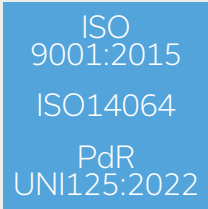
PROFILO AZIENDALE



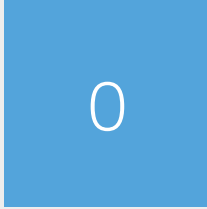
CLIENTI



PAESI
SERVITI



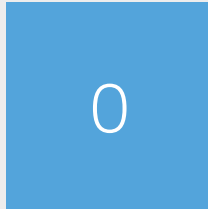
CERTIFICAZIONI



EPISODI DI
CORRUZIONE
NEL 2024



INFORTUNI
SUL LAVORO



CASI DI
DISCRIMINAZIONE
NEL 2024



RATING ESG:
SYNESGY DI
CRIBIRS



RATING ESG:
ECOVADIS



4 | Chi siamo

4.1 LA STORIA

Urban Vision Group nasce a Roma nel 2004 per iniziativa di Gianluca De Marchi, Fabio Mazzoni e Daniela Valenza. Nello stesso anno il comune di Roma incarica l'azienda di finanziare il restauro della Chiesa di Santa Maria del Popolo. L'anno seguente Urban Vision riceve mandato di raccogliere fondi per il restauro dell'obelisco di Piazza del Popolo a Roma. Nel 2006 nascono i primi ambiziosi progetti a Milano e partono i lavori di recupero del Palazzo della Rinascente e del Palazzo di Veneranda Fabbrica del Duomo. Nel dicembre del 2007 è la volta del Palazzo dell'Arengario, in Piazza Duomo. Tra i progetti più significativi per la storia di Urban Vision va ricordato il restauro della Fontana della Barcaccia in Piazza di Spagna, a Roma. Il monumento, restaurato interamente dopo vent'anni, viene inaugurato nel 2014 alla presenza delle autorità capitoline. Nel corso del 2016 è stato ultimato il restauro di Palazzo Colonna, capolavoro del barocco romano, e contestualmente avviati importanti progetti legati ai restauri di Santa Maria di Loreto, in Piazza Venezia, e Santa Maria dei Miracoli, in Piazza del Popolo.

Oggi, Urban Vision Group opera in sinergia attraverso differenti **linee di business:**

- **Urban Vision OOH**, azienda leader e pioniera nell'Out of Home, e con un heritage nel fundraising finalizzato al recupero del patrimonio artistico; offre soluzioni d'avanguardia nel contesto di comunicazione urbana sempre più integrate e digitalizzate, e ha ampliato il suo raggio d'azione anche negli spazi extraurbani operando nel segmento del transit;
- **Urban Entertainment** che gestisce **Rolling Stone Italia** e **Art News**, la cui acquisizione insieme all'accordo con Viva el Futbol, segna l'ingresso nel ramo dell'editoria e del lifestyle, generando un network evoluto, dove i contenuti editoriali interagiscono con il DOOH, coinvolgendo il contesto urbano in modo inedito;
- **UV Lab**, specializzata in design, progettazione, produzione e realizzazione nell'arredo urbano advertising ed eventi speciali. In continua espansione, opera in **18 Paesi** e conta **4 sedi**, di cui due attive in Italia, e in Inghilterra e Spagna.

Urban Vision ha inoltre conseguito la certificazione ISO 14064-1:2018 per sistema di gestione, monitoraggio e rendicontazione

delle proprie emissioni di gas serra, e dal 2022 pubblica il bilancio di Sostenibilità. Nel 2024 ha avviato il percorso ESG e integrato Politiche di Parità di Genere, riconosciute con la certificazione PdR UNI 125:2022. È inoltre certificata UNI EN ISO 9001:2015, ed è dotata di Codice Etico e Modello Organizzativo 231. Urban Vision Group è inoltre **Official Supporter** del **Giubileo 2025**.



4.2 VISION

Immaginiamo un futuro in cui la tecnologia sia semplice e accessibile, in grado di migliorare la tua vita e il tuo lavoro senza essere invasiva.

Anche all'estero Urban Vision è riconosciuta come una società innovatrice nel settore dell'Out Of Home e nel proporre nuovi approcci creativi al servizio della tutela del patrimonio artistico e culturale di ciascun paese.

Dal 2015 Urban Vision ha avviato un importante processo di internazionalizzazione, esportando in diversi paesi il suo modello di business e un know how tutto Made in Italy.

Urban Vision Group può oggi contare su una presenza internazionale solida e riconosciuta, frutto di un percorso di crescita costante e di una strategia di sviluppo attentamente pianificata nel tempo. Nel Regno Unito e in Spagna, due mercati di grande rilevanza per il settore di riferimento, sono stati realizzati e consolidati asset proprietari che rappresentano non solo un presidio operativo stabile, ma anche un segnale concreto dell'impegno dell'organizzazione a radicarsi nei territori in cui opera, instaurando relazioni durature con stakeholder locali e internazionali.

L'azienda è inoltre impegnata in progetti di portata globale, sviluppati in collaborazione con clienti di prestigio, in particolare appartenenti al mondo del lusso, con i quali condivide obiettivi di eccellenza tecnologica, sostenibilità e innovazione. Queste collaborazioni rafforzano il posizionamento dell'organizzazione come partner di riferimento per realtà che pongono l'accento sulla qualità e la creatività.

Parallelamente, è in corso un processo strutturato di apertura verso nuovi mercati ad alto potenziale, in particolare nell'area asiatica e nordamericana. Tale espansione è sostenuta dalla definizione di partnership strategiche mirate, che consentono di combinare competenze, risorse e visioni, favorendo l'ingresso in ecosistemi dinamici e in rapida evoluzione.

L'obiettivo è costruire una presenza globale integrata e coerente, capace di coniugare la solidità dell'esperienza europea con la spinta innovativa e competitiva dei mercati emergenti. In questo modo, l'azienda conferma la propria vocazione internazionale e la volontà di continuare a essere un punto di riferimento nel proprio settore, promuovendo uno sviluppo sostenibile, inclusivo e orientato al futuro.

4.3 MISSION

Urban Vision persegue un triplice obiettivo: valorizzare, proteggere e promuovere il patrimonio culturale italiano e internazionale. La mission di Urban Vision è quella di supportare le istituzioni pubbliche e i privati nel reperimento di risorse destinate alla rinascita e valorizzazione dei tesori dell'arte, della cultura e del patrimonio architettonico nazionale attraverso sistemi innovativi di comunicazione outdoor.

La ricerca e lo sviluppo continuo di nuove tecnologie, di processi di lavorazione e di materiali, perseguono l'obiettivo di ottimizzare il rapporto fra l'engagement del pubblico e l'integrazione delle nostre strutture all'interno dei contesti architettonici delle nostre città, nel più profondo rispetto per l'ambiente.

Siamo motivati dal nostro impegno per la cultura e il nostro amore per l'arte. Per questo, la nostra missione è rendere il finanziamento della conservazione del patrimonio più sostenibile attraverso l'innovazione.

4.4 CODICE ETICO

Urban Vision S.p.A ha un Codice Etico per definire i suoi impegni etici nelle attività aziendali e prevenire comportamenti illeciti. Il Codice stabilisce principi e responsabilità etiche per amministratori, dipendenti, collaboratori, fornitori e agenti, riguardanti comportamento negli affari, politiche del personale, trasparenza contabile, salute, sicurezza e ambiente, riservatezza, norme etiche verso terzi e le modalità di attuazione del Codice.

4.5 MODELLO DI BUSINESS

Urban Vision è una Media Company leader nel mercato Maxi OOH e DIGITAL OOH, specializzata in servizi di fund raising finalizzati al restauro di edifici e monumenti attraverso campagne pubblicitarie.

L'esclusivo modello di finanziamento di Urban Vision aiuta a sostenere i costi di restauro tramite la collaborazione tra brand internazionali e i più iconici siti del patrimonio architettonico e artistico del mondo nelle più importanti città culturali europee. La ricerca e sviluppo continuo di nuove tecnologie, di processi di lavorazione e di materiali, perseguono l'obiettivo di ottimizzare il rapporto fra l'engagement del pubblico e l'integrazione delle strutture all'interno dei contesti architettonici delle nostre città, nel più profondo rispetto per l'ambiente.

Siamo presenti sul mercato con diverse linee di prodotto principali che includono:

- **Traditional Out Of Home (OOH)** - Maxi Affissioni tradizionali e Artwall strutturati su posizioni Premium, strategiche ed esclusive;
- **Digital Out of Home (DOOH)** - prodotto Media Digitale innovativo con contenuti ad alto potenziale di impatto visivo su Maxi Formati Digitali;

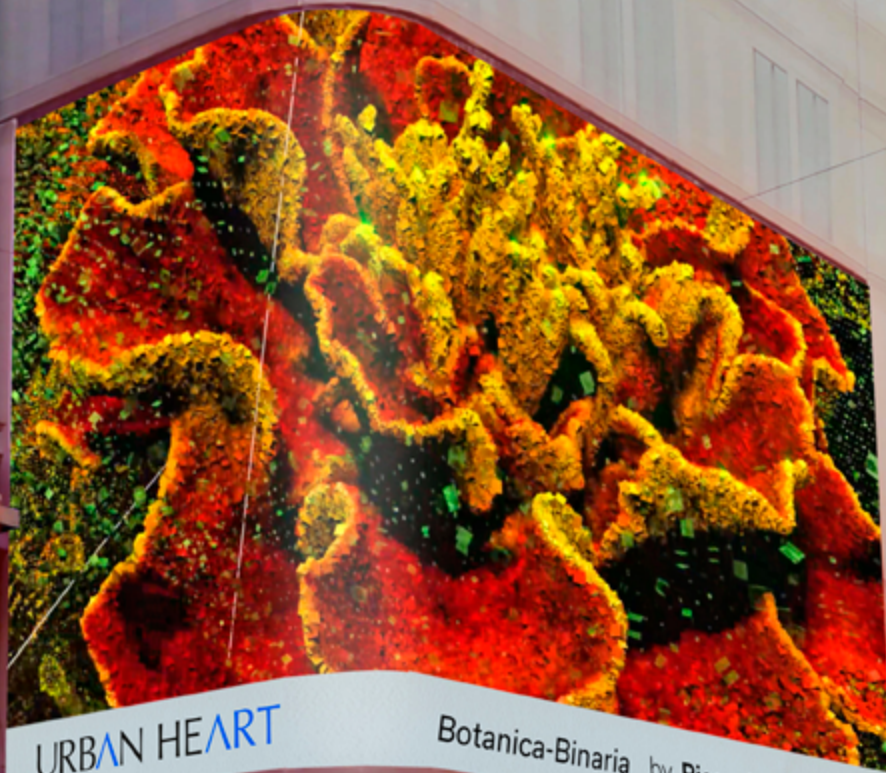
Urban Vision Group porta il l' Out of Home e il Digital Out

of Home (DOOH) nel cuore dei principali centri urbani attraverso soluzioni innovative che ridefiniscono i confini della comunicazione outdoor. Il digital network del Gruppo integra la forza iconica delle maxi-affissioni tradizionali con la flessibilità, la dinamicità e il potenziale narrativo del DOOH, creando un ecosistema comunicativo ad alto impatto e perfettamente allineato ai nuovi comportamenti di fruizione dei contenuti.

Secondo i dati dell'Out of Home Advertising Association of America, l'85% degli adulti dichiara di notare regolarmente contenuti OOH (fonte: OAAA – Morning Consult Ad Study 2023, <https://www.oaaa.org/wp-content/uploads/2023/03/OAAA-OAAA-Morning-Consult-OOH-Ad-Study-March-2023.pdf>). Lo stesso studio evidenzia come l'esposizione ai formati OOH e DOOH generi con frequenza elevata azioni concrete—dalle ricerche online alle visite ai siti dei brand—confermando il ruolo strategico del mezzo (fonte: OAAA, <https://oaaa.org/news/out-of-home-ads-drive-real-world-action/>).

In Italia, il mercato registra una crescita significativa: nel 2024 il DOOH ha raggiunto 227 milioni di euro di raccolta, pari al 32% del totale OOH (fonte: Osservatori Digital Innovation – Digital Out of Home, <https://www.osservatori.net/comunicato/internet-media/digital-out-of-home>).

In questo scenario, Urban Vision Group adotta un approccio data-driven e technology-enhanced, integrando sistemi di gestione dei contenuti real-time, modelli predittivi e strumenti di analisi comportamentale per amplificare l'efficacia delle campagne. L'obiettivo è trasformare ogni messaggio in un'esperienza a forte capacità immersiva, valorizzando il contesto urbano e generando engagement autentico.



URBAN HEART

Botanica-Binaria by Riccardo Franco-Loiri

URBAN VISION

TURN
AROUND
your business.

Office or retail? Your next place is here.

OFFICES
AND RETAIL
SPACES
TO LET



5 | Corporate Governance

5.1 STRUTTURA

La struttura di corporate governance adottata da Urban Vision è fondata sul modello organizzativo tradizionale:

- Assemblea degli azionisti (competente a deliberare in merito alle materie previste dalla legge e dallo Statuto sociale);
- Consiglio di amministrazione (a cui è affidata la gestione della Società);
- Collegio Sindacale (a cui è affidata la funzione di vigilanza).

Il Consiglio di Amministrazione (“CdA”) è investito dei più ampi poteri per l’ordinaria e straordinaria amministrazione, con la facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga opportuni per il raggiungimento dell’oggetto sociale, ad esclusione di quelli che la legge riserva all’Assemblea.

L’organo è titolare dell’amministrazione ordinaria e straordinaria della Società, inclusa la definizione di indirizzi organizzativi, di controllo e strategici.

Il Consiglio di amministrazione è composto dai soci fondatori:

- Fabio Mazzoni, Presidente del Consiglio di amministrazione;
- Daniela Valenza, Vice Presidente del Consiglio di amministrazione;
- Gianluca De Marchi, Amministratore Delegato.

In aggiunta al CdA è presente anche il Collegio Sindacale composto da tre membri effettivi e due supplenti. È altresì presente un Revisore Legale che è identificato nella società Deloitte & Touche S.p.A.

Il CdA è in carica dal 20.10.2023 fino all’approvazione del bilancio del 31.12.2025.

Il Presidente Fabio Mazzoni ha la nomina speciale come datore di lavoro in base alla legge 81/08.

Tutti gli amministratori sono in possesso dei requisiti di eleggibilità e onorabilità previsti dalla legge e dalle altre disposizioni applicabili e il Collegio Sindacale vigila in tal senso. Le competenze dei singoli Amministratori e quelle del Consiglio di amministrazione nel suo complesso sono state ritenute adeguate, evidenziando un’appropriata conoscenza ed esperienza in materia contabile, finanziaria e di controllo e gestione dei rischi anche di natura non finanziaria e relativi alla sfera della sostenibilità. Il compenso ed eventuali benefit degli amministratori vengono definiti

dall'Assemblea; ad oggi non sono riconosciuti bonus variabili.

All'interno dell'organizzazione, vi sono centri di responsabilità su specifici ambiti quali ad esempio il Responsabile Data Protection, il Responsabile del Servizio Prevenzione e Protezione, l'Organismo di Vigilanza monocratico ex D.lgs. 231/2001, etc. Ciascun soggetto valuta gli impatti e i rischi della sua specifica area di interesse e, attraverso una reportistica o mediante incontri periodici, mantiene aggiornati gli amministratori. Le informazioni circa le vertenze sindacali, piuttosto che le comunicazioni con i lavoratori, sono portate all'attenzione degli Amministratori attraverso incontri periodici dalla Funzione Risorse Umane.

La rendicontazione delle criticità che provengono dagli stakeholder dell'azienda è gestita attraverso le singole funzioni aziendali che riportano periodicamente tali informazioni agli amministratori.

5.2 COLLEGIO SINDACALE

Il Collegio Sindacale è composto da tre sindaci effettivi e due supplenti, nominati dagli azionisti. I Sindaci restano in carica tre esercizi, sono rieleggibili e il loro mandato scade al termine dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio relativo al terzo esercizio della carica.

Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza delle leggi, dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'indipendenza della Società di Revisione.

5.3 IDENTIFICAZIONE E PRESIDIO DEI RISCHI

Urban Vision S.p.A svolge periodiche analisi dei rischi più significativi che riguardano l'organizzazione e le attività. In alcuni ambiti esistono alcune analisi di rischio specifiche:

- Responsabilità amministrativa ex. D. Lgs. 231/2001
- Salute e sicurezza dei lavoratori
- Cybersecurity e privacy

In ambito di sicurezza sul lavoro, la nostra azienda promuove da sempre comportamenti responsabili, mettendo in atto le necessarie azioni preventive, al fine di preservare **la salute, la sicurezza e l'incolumità di tutto il personale**.

L'analisi del rischio in materia di sicurezza e salute sul lavoro non è limitata alla mera prevenzione e protezione dei lavoratori, ma si estende anche a tutti coloro che transitano nelle nostre sedi, che siano essi visitatori, clienti o fornitori. In particolare, i fornitori sono sottoposti a rigidi protocolli di qualificazione come da riferimento all'art. 26 del D.lgs. 81/08 e s.m.i.

5.4 MODELLO 231 E ORGANISMO DI VIGILANZA

In applicazione del D.Lgs. 231/01, che ha introdotto nell'ordinamento giuridico la "responsabilità amministrativa" degli enti per reati commessi, in Italia o all'estero, da amministratori, dipendenti o altri soggetti operanti nell'interesse o vantaggio degli enti medesimi, Urban Vision ha adottato il proprio Modello di organizzazione, gestione e controllo. Tale Modello stabilisce presidi organizzativi e protocolli di comportamento che vengono implementati attraverso procedure interne, attività di formazione e di audit/assurance. Il Modello è sottoposto ad aggiornamenti continui sia per rispondere ai cambiamenti normativi, sia per adeguarlo all'organizzazione aziendale.

Con il compito di vigilare sulla corretta applicazione del Modello è stato nominato un Organismo di Vigilanza, composto in via monocratica da un professionista esterno. A tal fine, sono previsti flussi informativi nei confronti dell'Organismo di Vigilanza e da questo verso il vertice societario.

Il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo è consultabile sul sito ufficiale di Urban Vision Group, nella sezione Impegno > Governance > Codice Etico e Whistleblowing > Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo.

5.5 ETICA E LOTTA ALLA CORRUZIONE

Urban Vision considera la lotta alla corruzione come uno dei suoi principi fondamentali. Essa si è impegnata a promuovere l'etica nei suoi processi di business e ad adottare politiche volte a prevenire e contrastare il fenomeno della corruzione. Per raggiungere tali obiettivi, Urban Vision ha adottato una serie di misure. In primo luogo, ha formalizzato un Codice Etico aziendale che definisce i valori e i principi che devono essere rispettati da tutti i suoi dipendenti e partner commerciali. Il Codice Etico è stato diffuso al personale e a tutti gli stakeholders, e viene regolarmente aggiornato per tenere conto dei cambiamenti normativi e delle migliori pratiche. In secondo luogo, Urban Vision ha in essere un sistema di controllo interno per garantire che i processi di business siano conformi alle leggi e alle normative in materia di anticorruzione. Il sistema di controllo interno adottato, caratterizzato dal Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo adottato ai sensi del D.Lgs. 231/01, consente di prevenire e mitigare diversi rischi di reato, tra cui i seguenti:

- Corruzione in atti giudiziari;
- Corruzione di persona incaricata di un pubblico servizio;
- Istigazione alla corruzione;
- Corruzione tra privati.

Questo sistema prevede lo svolgimento di procedure di controllo che coinvolgono i fornitori e i partner commerciali, volte a valutare i rischi di corruzione e l'implementazione di misure di mitigazione per ridurre tali rischi. Urban Vision promuove la cultura dell'integrità tra i suoi dipendenti attraverso attività di sensibilizzazione e l'organizzazione di sessioni di formazione sui temi dell'etica, della trasparenza e della lotta alla corruzione.

Infine, Urban Vision è impegnata a sostenere iniziative a favore dell'etica e della lotta alla corruzione, sia a livello nazionale che internazionale. Di seguito alcuni esempi:

- Adesione all'Agenda dell'ONU 2030 per lo Sviluppo Sostenibile, un piano d'azione globale che impegna i governi, le organizzazioni internazionali, il settore privato e la società civile a lavorare insieme per raggiungere obiettivi di sviluppo sostenibile entro il 2030;
- Implementazione del Codice Etico aziendale e della procedura di whistleblowing per segnalare eventuali casi di corruzione o comportamenti non etici;
- Adozione di politiche di sostenibilità ambientale e sociale, che promuovono la responsabilità aziendale e la tutela dell'ambiente;
- Partecipazione a programmi di formazione e sensibilizzazione per i dipendenti, al fine di promuovere una cultura aziendale etica e trasparente;
- Adozione di politiche sulla parità di genere ai sensi della norma UNI PdR 125:2022.

Nell'ambito del sistema di segnalazione di illeciti e violazioni, Urban Vision ha istituito un canale di comunicazione in grado di veicolare eventuali situazioni e circostanze che possano riguardare eventuali problematiche legate alla corruzione. Alla luce del nuovo D.Lgs. 24/2023 la Società ha aggiornato il proprio modello di segnalazione (whistleblowing) per renderlo conforme ai nuovi requisiti normativi. Urban Vision utilizza specifici indicatori per monitorare il tema materiale della «lotta alla corruzione» che non hanno rilevato casi o eventi corruttivi relativi al personale della Società.

Il Codice Etico di Urban Vision prevede anche comportamenti specifici per mitigare il rischio di conflitto di interesse. Gli amministratori monitorano eventuali situazioni di conflitto d'interesse nel corso delle sedute del CdA. Inoltre, nel bilancio d'esercizio di Urban Vision, vengono rendicontate le operazioni con parti correlate.

Anche attraverso il canale di whistleblowing, la Società analizza gli eventuali reclami degli stakeholder e procede nel pianificare azioni di miglioramento con il coinvolgimento dei medesimi stakeholder.

SUPPORT PRIDE

URBAN VISION GROUP

URBAN VISION

The billboard features a large rainbow flag with the text 'SUPPORT PRIDE' in white capital letters on a black diagonal banner. Below the flag, the text 'URBAN VISION GROUP' is displayed in white on a black background, and 'URBAN VISION' is shown in a smaller font on a separate black rectangular sign below it.



5.6 TUTELA DELLA PRIVACY

A partire dal biennio 2018-2019, il Gruppo ha svolto un importante lavoro di analisi delle attività e di adeguamento al **Regolamento UE n. 2016/679** per la protezione dei dati personali, recepito dal Legislatore italiano con il d.lgs. 101/2018.

Il cliente e i dipendenti sono figure centrali per la Società e tutelare la loro privacy è per Urban Vision un elemento fondamentale. Per tale motivo la Società rivolge grande attenzione alla riservatezza e protezione dei dati personali trattati. In linea con quanto stabilito dall'Autorità Garante, Urban Vision ha adottato un approccio rigoroso rispetto ai requisiti del consenso al trattamento dei dati personali da parte degli utenti/clienti, che è inteso come manifestazione di volontà libera, specifica, informata e inequivocabile dell'interessato.

La raccolta del consenso è un momento in cui Urban Vision rende gli interessati consapevoli dei loro diritti e dell'impatto delle diverse scelte che hanno a disposizione. Agli interessati è sempre resa disponibile adeguata informativa dalla Società che prevede la possibilità di presentare qualsiasi comunicazione o reclamo attraverso

un canale diretto, all'indirizzo mail **privacy@urbanvision.com**.

Nel 2024, Urban Vision S.p.A non ha ricevuto segnalazioni, richieste di informazioni e di esercizio dei propri diritti da parte degli interessati e non sono stati registrati data breach. Continueremo a investire nelle tecnologie più avanzate e nelle competenze della nostra organizzazione per garantire che il rispetto dei dati personali rimanga una priorità assoluta. La sicurezza dei dati è fondamentale per il nostro impegno a fornire un servizio di alta qualità e affidabile.

5.7 GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

Urban Vision S.p.A è impegnata in un percorso di progressivo rafforzamento della governance negli aspetti ESG per garantire il rispetto dell'ambiente, la tutela della salute e la salvaguardia dei diritti umani e delle comunità locali. L'azienda riconosce l'importanza della sostenibilità come elemento fondamentale per il proprio sviluppo e per quello delle città in cui opera. Per garantire una governance sostenibile, Urban Vision ha adottato una serie di strumenti di governo societario finalizzati a mettere in atto i principi della sostenibilità. Tra questi, Urban Vision S.p.A ha sviluppato un'analisi dei temi materiali ESG e un piano strategico di sostenibilità 2023 - 2025, strumento per pianificare e monitorare le azioni e i progetti volti al raggiungimento dei propri obiettivi ESG (si rimanda al paragrafo «Piano di Sostenibilità» per ulteriori informazioni). Internamente, l'azienda promuove una cultura della sostenibilità attraverso l'adozione di politiche e pratiche eco-sostenibili, la riduzione degli sprechi e l'implementazione di processi aziendali efficienti ed ecologici. La predisposizione del Piano ha visto il coinvolgimento diretto degli amministratori che

hanno definito le linee strategiche, i progetti e la timeline in collaborazione con le funzioni e le aree operative che sono direttamente coinvolte nel loro conseguimento.

Il Consiglio di Amministrazione ottiene periodicamente informazioni circa l'esito del dialogo avvenuto con gli stakeholder utilizzandole a sostegno dei processi di approvazione delle strategie della Società, delle policy in materia di sostenibilità, della formalizzazione delle dichiarazioni di scopo: visione, missione e valori di Urban Vision.

Nel 2024, i membri del Consiglio di Amministrazione hanno partecipato a una serie di iniziative informative e formative proposte dalla società Neutrialia in merito agli ESG. Tali iniziative erano volte a sensibilizzarli sugli impegni e sulle attività che le organizzazioni devono intraprendere per individuare KPI confrontabili nel tempo e per definire un piano d'azione mirato a ottenere performance virtuose.

I principali appuntamenti sono stati:

- Il panel Il ruolo della Finanza nella transizione sostenibile all'interno del **Sustainability Phygital Expo Roma il 4 giugno 2024**;
- **Due appuntamenti di formazione interna** dedicati al Report di Sostenibilità e agli ESG e poi un focus sulla Carbon Footprint - **28 novembre e 5 dicembre 2024**.

Ad integrazione di momenti collettivi, Neutrialia ha supportato il percorso di formativo e di sensibilizzazione con incontri individuali durante le quali i membri del Consiglio di Amministrazione hanno manifestato l'intenzione di proseguire un importante Assessment

ESG, avere figure interne ed esterne capaci di supportarli e consigliarli nelle azioni corrette per implementare una strategia di sostenibilità in linea con la crescita e lo sviluppo del business.

Nel corso del 2024 Urban Vision ha definito e sviluppato un importante piano formativo, con l'erogazione di circa 2.000 ore di formazione, equivalenti a una media di 3 giornate per ciascun dipendente. I contenuti hanno riguardato, oltre ai temi ESG e di finanza sostenibile, lo sviluppo di competenze di base e trasversali, percorsi di people management a supporto del change management aziendale, nonché la partecipazione a master specialistici organizzati da Sole 24 Ore Business School, nostro partner formativo nel 2024.

5.8 GESTIONE RESPONSABILE DELLA SUPPLY CHAIN

La gestione responsabile della catena di fornitura costituisce un principio fondamentale per Urban Vision S.p.A. Trasparenza, etica e integrità rappresentano criteri guida nella selezione dei fornitori, privilegiando soggetti che dimostrano coerenza con i valori aziendali e con gli obiettivi di sostenibilità, a tutela delle generazioni presenti e future. Le società del Gruppo sono impegnate nel favorire la crescita dell'economia locale nelle aree in cui operano. Per questo motivo viene attribuita priorità alle imprese radicate nei territori prossimi alle installazioni e ai presìdi mediatici, sostenendo iniziative e collaborazioni che contribuiscono allo sviluppo delle comunità locali.

La collaborazione con imprese del territorio è considerata un elemento essenziale per promuovere uno sviluppo armonico e generare valore condiviso nei contesti in cui si opera. L'obiettivo è concorrere alla creazione di un futuro più sostenibile per le comunità e per i territori interessati.

In tale quadro, nel sistema di valutazione e monitoraggio dei fornitori basato su parametri sia qualitativi, relativi ai servizi prestati, sia riferiti ai sistemi di gestione e alle eventuali certificazioni in ambito ESG anche la prossimità presso le aree di intervento, in particolare per quelle attività che richiedono la mobilitazione di mezzi di trasporto e attrezzature è un valore. Tale principio consente di ridurre gli spostamenti e, conseguentemente, di contenere i consumi ambientali — incluse le emissioni di CO₂ — contribuendo al miglioramento complessivo delle performance ESG della catena di fornitura.

5.9 ANALISI DELLA MATERIALITÀ

Nell'ambito di un percorso di miglioramento continuo che ha previsto l'allineamento allo standard del GRI 3, Urban Vision S.p.A ha aggiornato nel 2023 la valutazione dei propri temi materiali, ovvero aspetti che rappresentano gli impatti economici, ambientali e sociali rilevanti per l'azienda e per i propri stakeholder. Tale aggiornamento, con valore biennale, era stato necessario per rispondere alle richieste:

- ***Del GRI Universal standard 3: Temi materiali 2021*** che richiede che le società rendicontino all'interno del proprio bilancio di sostenibilità, in merito a tutti quei temi ESG considerati rilevanti poiché in grado di influenzare o essere influenzati in maniera significativa nello svolgimento delle proprie attività, sulla base di un'apposita analisi di materialità;
- Delle indicazioni della Corporate Sustainability Reporting Directive (2022/2464 del 14 dicembre 2022) sul concetto di doppia materialità. Secondo tale nuova prospettiva, l'analisi materialità non può più essere autoreferenziale e quindi considerare solo il punto di vista dell'organizzazione, ma deve anche includere quello degli stakeholder.

Il processo di aggiornamento dei temi materiali è stato

gestito da Urban Vision S.p.A e si è articolato nelle seguenti fasi:

- Analisi del modello di business e delle attività di Urban Vision S.p.A;
- Analisi di benchmarking dei temi materiali del settore in cui Urban Vision S.p.A opera;
- Valutazione preliminare degli impatti ESG da parte del management aziendale;
- Coinvolgimento degli stakeholder interni ed esterni (si veda il paragrafo 5.13);
- Valutazione della rilevanza dei temi rilevati;
- Approvazione dell'analisi da parte del CdA.

Il processo di valutazione ha coinvolto gli stakeholder ai quali è stato chiesto di esprimere un rating sui temi ESG con impatto sull'economia, l'ambiente e gli stakeholder medesimi. Per quanto riguarda i possibili impatti verso l'azienda, è stato coinvolto il top management. Gli amministratori della società sono stati coinvolti nel processo e hanno approvato l'analisi. Nel 2024 tale valutazione è stata mantenuta valida in quanto non sono stati rilevati cambiamenti in termini di attività, organizzazione e normativa con conseguenze significative sugli impatti ESG rilevati da Urban Vision.

IL
MARE
COMINCIA
QUI.



URBAN VISION

URBAN VISION

URBAN VISION
with Incoming Festival

URBAN VISION
OUT OF H



CYBER SECURITY E PRIVACY

Il presidio della sicurezza dei dati e la tutela della privacy sono prioritari per Urban Vision S.p.A che, nella gestione del personale e nell'erogazione dei servizi, tratta le informazioni di carattere personale dei propri dipendenti e, in occasioni di alcuni progetti, anche di clienti/utenti. Garantire il corretto uso dei dati e delle informazioni e prevenire attacchi informatici volti al furto dei dati personali dell'azienda e dei clienti, nonché eventuali data breach.

GOVERNANCE SOSTENIBILE

Integrazione degli aspetti ESG nel sistema di Governance Societaria e nella Strategia aziendale, nella gestione delle relazioni con gli azionisti e con tutti gli stakeholder favorendo risultati sostenibili e creazione di valore economico, sociale e ambientale nel lungo termine. Tra le linee guida per una ESG governance vi è il rispetto degli interessi degli stakeholder, prendendo in considerazione e rispondendo alle loro esigenze.

SVILUPPO DEI TALENTI

In un mercato con scarse risorse specializzate nel core business di Urban Vision, è importante attrarre e trattenere i talenti attraverso politiche efficaci e collaborazioni con le università. Offrire percorsi di sviluppo professionale per garantire prospettive stimolanti e competenze specialistiche ai dipendenti, per un ambiente competente e allo stesso tempo erogare servizi affidabili e sviluppare tecnologie all'avanguardia.

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

Il rispetto e la valorizzazione della diversità di ogni tipo (generazionale, culturale, di genere, ecc.) è un fattore critico di successo e una delle leve per l'innovazione e la competitività e previene qualsiasi forma di discriminazione garantendo un ambiente di lavoro inclusivo, meritocratico ed equo.

SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI

Gestione dei rischi relativi alla salute e alla sicurezza del personale nell'esecuzione delle proprie mansioni, che siano esse svolte in ufficio, nella logistica, nella realizzazione delle campagne pubblicitarie e divulgative, nelle sedi e nei cantieri o anche presso i clienti, nonché per le attività svolte in modalità di smart working.

CONDIZIONI DI LAVORO E WELFARE AZIENDALE

Conciliare vita professionale e personale attraverso un ambiente di lavoro confortevole e stimolante e soluzioni di work life balance che contribuiscono a migliorare la produttività e l'esperienza lavorativa dei dipendenti.

SVILUPPO TECNOLOGICO E MODERNIZZAZIONE

Lo sviluppo da parte di Urban Vision di soluzioni tecnologicamente avanzate e totalmente integrate con il tessuto urbano creano valore per la comunità in termini di pubblica utilità, innovazione e sicurezza in linea con i principi della "smart city". Le attività poste in essere dall'azienda possono migliorare la qualità della vita e il benessere sociale nonché rispondere alle esigenze dei cittadini, delle istituzioni e delle imprese.

ETICA E LOTTA ALLA CORRUZIONE

Combattere costantemente la corruzione con etica e formazione. La corruzione è un ostacolo alla crescita economica e a una concorrenza equa, e costituisce un elevato rischio per la reputazione aziendale.

GESTIONE RESPONSABILE DELLA SUPPLY CHAIN

Gestione etica della catena di fornitura, con competitività migliorata da politiche e obiettivi. Rispetto dei più alti standard etici, sociali e ambientali.

ECONOMIA CIRCOLARE

L'economia circolare mira a una crescita sostenibile, superando l'economia lineare “produzione-consumo-smaltimento” con un approccio rigenerativo che riduce gli sprechi e l'impiego di materie prime vergini ed energia.

EMISSIONI E CAMBIAMENTO CLIMATICO

Impatti climatici, rischi e opportunità legati a CO2. Soluzioni low-carbon, digitalizzazione, efficienza energetica, fonti rinnovabili e mobilità sostenibile per ridurre le emissioni. Misure per affrontare i cambiamenti climatici.

CONSUMI ENERGETICI PRODOTTI/ SERVIZI GREEN

Contribuire allo sviluppo di iniziative green e sui temi della sostenibilità quali l'assorbimento di CO2 e migliorare le prestazioni energetiche dei propri uffici attraverso la generazione interna da fonti rinnovabili.

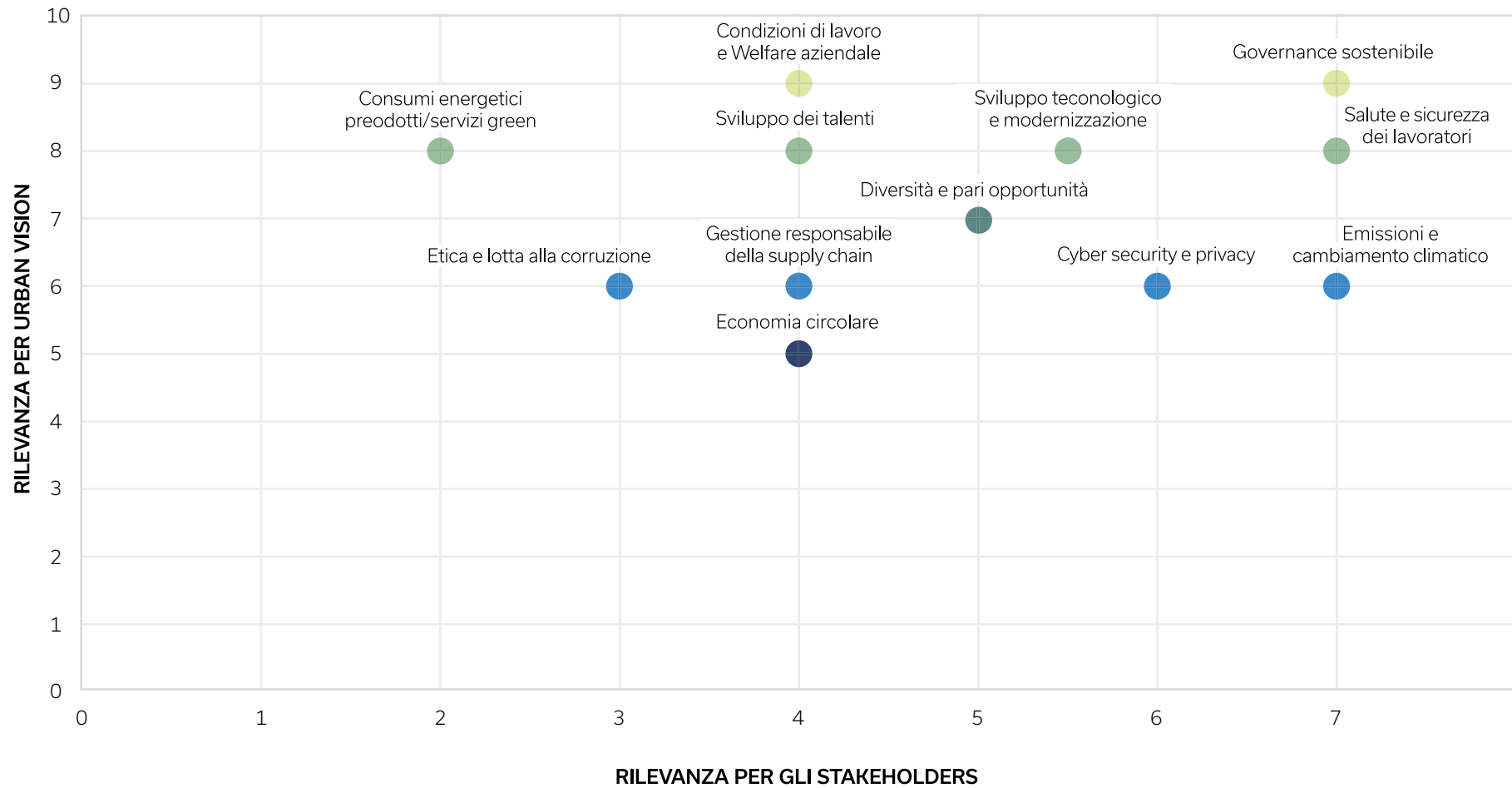
5.10 MATRICE DI MATERIALITÀ

L'attività di analisi inside-out è stata effettuata nel 2023 sulla base dell'identificazione e della valutazione degli impatti secondo la metodologia di valutazione del GRI 3 e secondo una scala di rating interna. Nel 2024 sono state condotte delle brevi interviste che hanno confermato la coerenza della matrice di materialità rendendo necessario procedere nella direzione intrapresa senza effettuare un cambio di indirizzo.

I 12 temi materiali identificati e valutati sulla base della metodologia precedentemente sono di seguito rappresentati rispetto alle due dimensioni dell'analisi:

- Significatività per Urban Vision s.p.A (asse delle ascisse);
- Significatività per l'ambiente e gli stakeholder esterni (asse delle ordinate).

Tabella materialità Urban Vision



5.11 PIANO DI SOSTENIBILITÀ E SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS – SDGS: GOVERNANCE SOCIALE E STRATEGIA AMBIENTALE

Urban Vision S.p.A. considera la sostenibilità un elemento strategico centrale della propria attività, consapevole del ruolo cruciale che le aziende hanno nel guidare il **cambiamento comportamentale dei consumatori** e nel promuovere pratiche responsabili all'interno delle comunità. L'azienda riconosce che la creazione di valore economico non può prescindere dalla tutela ambientale e dalla responsabilità sociale, e che la leadership di settore comporta l'obbligo di **trainare l'innovazione sostenibile** nell'industria pubblicitaria e nella gestione urbana.

Il Piano di Sostenibilità di Urban Vision integra in maniera organica obiettivi sociali e ambientali, traducendo gli impegni strategici in azioni concrete, misurabili e verificabili. La pianificazione si fonda su tre pilastri principali:

- **Responsabilità sociale e governance inclusiva**, con particolare attenzione alla parità di genere;
- **Efficienza ambientale**, attraverso la gestione accurata dei consumi, il monitoraggio delle emissioni e l'adozione di tecnologie sostenibili;
- **Innovazione continua**, finalizzata a sperimentare soluzioni tecnologiche avanzate e modelli di economia circolare, quali i progetti di upcycling già implementati.

GOVERNANCE SOCIALE E PARITÀ DI GENERE

Sul fronte sociale, l'azienda ha aderito formalmente alla prassi della parità di genere, promuovendo equità nelle opportunità professionali, nei percorsi di crescita e nella gestione delle risorse umane. Questo impegno ha portato alla certificazione del primo anno nel 2024, confermata anche nel 2025, a dimostrazione della continuità e della solidità delle politiche di inclusione e diversità interne. La certificazione consente di monitorare e rendicontare in modo strutturato i progressi ottenuti, integrando la parità di genere come criterio strategico nella gestione del capitale umano.

STRATEGIA AMBIENTALE E RIDUZIONE DELLE EMISSIONI

Sul fronte ambientale, Urban Vision ha definito una **strategia strutturata di riduzione delle emissioni di gas a effetto serra**, basata su un approccio tecnico rigoroso che include il **monitoraggio costante delle variabili emissive più critiche**. I dati sono raccolti attraverso **monitoraggi periodici della Carbon Footprint**, elaborati secondo la norma **UNI EN ISO 14064-1:2019** e verificati da **ente terzo indipendente (Bureau Veritas)**, garantendo **tracciabilità, coerenza metodologica e affidabilità dei risultati**.

L'analisi della Carbon Footprint 2024 ha confermato che la principale fonte emissiva dell'organizzazione è l'**energia elettrica acquistata (Scope 2)**, rappresentando oltre il **52% delle emissioni complessive**, con un totale Scope 1+2 pari a **643.296 kg CO₂ eq** e un'intensità emissiva di **9,97 kgCO₂eq/m€** rispetto al fatturato di **64.512.859 euro**.

In risposta, l'azienda ha definito un **piano operativo di transizione verso energia 100% rinnovabile**, articolato su tre fasi principali:

- attivazione, dove tecnicamente possibile, di nuovi contatori temporanei alimentati esclusivamente da

energia rinnovabile;

- fase di test e monitoraggio dei primi punti di fornitura; conversione progressiva dei contatori long-term.

L'obiettivo è che entro la fine del 2025 circa **il 50% degli impianti sia alimentato esclusivamente da energia rinnovabile**, con una conseguente **riduzione significativa delle emissioni Scope 2**, consolidando la performance a bassa intensità carbonica già registrata nel 2024.

Adozione di sistemi terzi di rating ESG e trasparenza delle performance.

In coerenza con i GRI Standards, in particolare con i requisiti relativi alla gestione dei temi materiali (GRI 3) e alla trasparenza delle performance non finanziarie, l'azienda utilizza sistemi di rating ESG esterni come strumenti di benchmark e di supporto al miglioramento continuo.

Tra questi figura Synesgy, la piattaforma ESG sviluppata da CRIF e CRIBIS, riconosciuta a livello internazionale per la valutazione delle performance ambientali, sociali e di governance. A seguito dell'analisi condotta sui parametri Synesgy — che includono aspetti ambientali, criteri sociali, etica e governance — Urban Vision ha ottenuto la classificazione B, posizionandosi al di sopra della media del settore di riferimento e confermando l'efficacia del proprio sistema di gestione dei fattori ESG.

Parallelamente, l'azienda ha completato la valutazione EcoVadis, uno dei principali sistemi di rating ESG a livello globale, ampiamente utilizzato nelle catene di fornitura internazionali. La valutazione ha attribuito a Urban Vision un punteggio complessivo di 61/100, collocando l'organizzazione al di sopra della media delle aziende comparabili per settore, dimensione e contesto geografico.

Il rating EcoVadis analizza in modo strutturato le aree Ambiente (GRI 302, 303, 305), Pratiche Lavorative e Diritti Umani (GRI 401–414), Etica e Integrità (GRI 205, 206) e Acquisti Sostenibili (GRI 204), fornendo un benchmark oggettivo delle performance ESG e un riferimento operativo per l'individuazione delle priorità di miglioramento in coerenza con i temi materiali identificati dall'organizzazione.

L'adozione di sistemi terzi di rating costituisce una leva fondamentale di integrazione delle policy di sostenibilità, contribuendo a garantire:

- trasparenza e comparabilità delle performance;
- monitoraggio periodico dei progressi;
- identificazione di aree di miglioramento;
- maggiore affidabilità verso stakeholder, clienti e partner istituzionali.

INTEGRAZIONE TRA SOSTENIBILITÀ SOCIALE E AMBIENTALE

Questo approccio integrato, combinando monitoraggio accurato delle emissioni, strategie mirate di riduzione e governance inclusiva, costituisce il nucleo del Piano di Sostenibilità di Urban Vision. La gestione strutturata delle variabili emissive, unita alla promozione della parità di genere e alla ricerca continua di innovazione tecnologica e pratiche circolari, permette di garantire risultati concreti e misurabili, rafforzando il ruolo dell'azienda come leader di settore nella sostenibilità ambientale e sociale.

5.12 POLITICHE E LINEE GUIDA IN AMBITO SOCIO-AMBIENTALE

Nell'ambito del percorso volontario di rafforzamento della ESG Governance, iniziato nell'anno 2022, Urban Vision ha avviato un processo di aggiornamento e definizione delle proprie Policy su tematiche sociali e ambientali, in coerenza con i contenuti del Codice Etico.

Le policy riguardano i temi specifici di:

- Sostenibilità;
 - Coinvolgimento degli Stakeholder;
 - Parità di Genere e Diritti Umani;
 - Anticorruzione;
 - Ambiente.
- Le policy, unitamente al Codice Etico, formano parte e sono coerenti con i principi e gli obiettivi del Modello di
 - Organizzazione, Gestione e Controllo adottato ai sensi del D.Lgs. 231/2001. Urban Vision si impegna a continuare a operare nel rispetto dei diritti umani, assicurando di non praticare alcuna forma di discriminazione, di non utilizzare lavoro forzato o minorile. La Società garantisce luoghi di lavoro sicuri e intrattiene relazioni positive con gli stakeholder e le comunità locali.

Il nostro approccio alla protezione dei diritti umani è ispirato agli standard internazionali quali:

- La dichiarazione dei diritti umani delle Nazioni Unite;
- La convenzione delle Nazioni Unite sui diritti del fanciullo;
- La dichiarazione dell'Organizzazione Internazionale del lavoro (ILO) sui principi e i diritti fondamentali nel lavoro e le altre convenzioni in materia;
- La convenzione Europe dei diritti dell'uomo.

5.13 MAPPA DEGLI STAKEHOLDERS

Urban Vision S.p.A identifica con il termine “stakeholder” tutti i portatori di interessi o di aspettative di varia natura (sociale, economica, professionale, umana) nei confronti dell’organizzazione.

Chiarezza, trasparenza e correttezza sono i principi che ispirano il nostro rapporto con tutti gli interlocutori interni ed esterni all’organizzazione.

L’identificazione degli stakeholder è un punto di partenza essenziale per la definizione dei processi di reporting di sostenibilità e dell’analisi di materialità..

Le categorie di stakeholder identificate sono le seguenti:

- **CLIENTI:** Urban Vision S.p.A si impegna a fornire a clienti nazionali e internazionali, pubblici e privati, spazi pubblicitari e servizi di alta qualità creatività e innovazioni, garantendo la loro soddisfazione e fidelizzazione. Si ricorda che Urban Vision S.p.A, da anni, adotta il Sistema di Gestione ISO 9001 che garantisce la fornitura di prodotti e servizi conformi ai requisiti e alla soddisfazione dei clienti e alle normative. Tale sistema è certificato con cadenza annuale da parte terza indipendente.
- **COLLABORATORI:** Urban Vision si impegna a fornire ai propri dipendenti un ambiente di lavoro sicuro, sano e stimolante, offrendo agli stessi opportunità di sviluppo e crescita professionale. Si ricorda che Urban Vision S.p.A è al secondo anno di certificazione della UNI/PdR 125:2022 una prassi di riferimento che definisce le linee guida per un sistema di gestione della parità di genere, con l’obiettivo di attuare politiche concrete e misurabili per promuovere l’equità.

- **INVESTITORI:** Gli azionisti della società che assicurano la sostenibilità economica e ESG del business.
- **FORNITORI:** Fornitori di prodotti, spazi e servizi e consulenti con cui Urban Vision collabora per offrire servizi di qualità ai clienti e per gestire al meglio la propria organizzazione.
- **ISTITUZIONI FINANZIARIE:** Enti finanziatori e banche che contribuiscono alla crescita e allo sviluppo dell'organizzazione.
- **ISTITUZIONI PUBBLICHE:** Pubblica Amministrazione, Regione, Provincia e Comuni.
- **ASSOCIAZIONI, COMUNITA' E TERRITORIO:** Associazioni di categoria, sportive, culturali e religiose, Istituzioni benefiche, Enti formativi (Scuole e Università), Organizzazioni di volontariato.
- **MEDIA E OPINIONE PUBBLICA:** Social networks, TV, giornali locali e nazionali e pubblicazioni.
- **INNOVATION COMMUNITY:** Partners tecnologici ed altri operatori del settore.

5.14 STAKEHOLDERS ENGAGEMENT

Urban Vision S.p.A è da sempre attenta delle relazioni con i propri stakeholder, convinta che l'attento monitoraggio delle loro aspettative possa rappresentare un valido strumento per accrescere la fiducia nei confronti della società, identificare nuove opportunità e gestire i rischi. Nel corso del biennio 2023-24 si è dato seguito a un'attività di Stakeholder Engagement attraverso interviste ed incontri ad hoc con i diversi referenti aziendali. Da tale attività Urban ha potuto determinare gli stakeholders rilevanti - che nutrono un forte interesse nell'attività che svolge e allo stesso tempo esercitano particolare influenza sulla società per valutare i temi di sostenibilità rilevanti secondo gli standard GRI. Gli obiettivi strategici dello Stakeholder Engagement possono essere così sintetizzati:

- Sviluppo e rafforzamento delle relazioni rilevanti;
- Costruzione di rapporti basati sulla reciproca fiducia;
- Rilevazione delle aspettative degli stakeholder sui temi materiali;
- Miglioramento dei processi decisionali aziendali;
- Miglioramento della gestione dei rischi;
- Rafforzamento della competitività e della reputazione;
- Monitoraggio dei nuovi bisogni sociali, delle richieste di mercato e dei trend emergenti;
- Influenza sugli stakeholder per migliorare i loro processi decisionali che hanno un impatto su Urban Vision.

Le fasi principali di questo processo possono essere così riassunte:

- Mappatura degli stakeholder;
- Definizione degli obiettivi strategici del coinvolgimento;
- Identificazione delle tematiche rilevanti per gli stakeholder
- Identificazione dei metodi più efficaci di coinvolgimento;
- Svolgimento delle attività di coinvolgimento degli stakeholder;
- Review e feedback.

Il coinvolgimento attivo di tutti i soggetti ha permesso ad Urban Vision di confermare i temi rilevanti.

Riportiamo di seguito i principali risultati emersi:

- Dalle interviste con i clienti più rilevanti della società, è emersa l'importanza dei temi ambientali ed in particolare quelli che riguardano l'economia circolare, i consumi energetici, l'offerta di prodotti e servizi green, le emissioni in atmosfera e il loro conseguente impatto sul cambiamento climatico. I soggetti concordano sull'importanza di integrazione nell'offerta di Urban Vision di servizi green erogati fornendo indicazioni specifiche in merito.
- Dagli incontri che hanno coinvolto gli Istituti finanziari – ossia le maggiori banche che contribuiscono alla crescita e allo sviluppo dell'azienda è emersa l'importanza delle tematiche connesse al personale considerato una risorsa indispensabile per l'erogazione dei servizi che Urban Vision offre ai suoi clienti.

Gli stessi soggetti concordano inoltre sull'importanza del percorso di rafforzamento della governance della sostenibilità intrapreso dalla Società.

5.15 RISCHI E TEMI RILEVANTI PER URBAN VISION

La gestione del personale è considerata un driver strategico per la crescita e la competitività delle società del Gruppo. Il capitale umano rappresenta infatti una leva essenziale per garantire qualità, innovazione e continuità operativa nei diversi ambiti aziendali. All'interno di un mercato caratterizzato da dinamiche rapide, forte competizione e costante evoluzione tecnologica, la valorizzazione delle competenze e il benessere delle persone assumono un ruolo sempre più centrale. In tale contesto, vengono riconosciuti rischi e sfide specifiche — tra cui l'attrazione e la retention dei talenti, la gestione del turnover e l'adattamento ai cambiamenti del settore — che richiedono politiche HR strutturate e un approccio proattivo.

Per rispondere a queste esigenze, la funzione HR opera con l'obiettivo di garantire un work environment stimolante, inclusivo e orientato allo sviluppo professionale. Questo impegno si traduce nella creazione di percorsi di crescita, programmi di formazione continua e iniziative volte a migliorare il benessere organizzativo, anche in contesti caratterizzati da ritmi intensi e attività time-sensitive.

La formazione rappresenta un pilastro fondamentale delle politiche di sviluppo del personale. Le iniziative comprendono corsi basic sull'utilizzo degli strumenti digitali più diffusi — come il pacchetto Office e le principali piattaforme gestionali — fino a percorsi avanzati di upskilling e reskilling dedicati alle diverse funzioni aziendali. Tra questi rientrano moduli di management per le divisioni Acquisti, Finanza e Marketing, oltre a programmi specifici in ambito cyber security, compliance e processi tecnici. Particolare attenzione sarà rivolta alla formazione relativa all'integrazione dei sistemi di intelligenza artificiale nei processi aziendali, con l'obiettivo di promuovere un utilizzo consapevole, responsabile ed efficace delle tecnologie avanzate e favorire un miglioramento costante delle performance operative.

Il benessere del personale rappresenta un elemento prioritario. Per questo motivo vengono adottate misure dedicate alla gestione dello stress, all'organizzazione dei carichi di lavoro e alla promozione di un equilibrio sostenibile tra vita lavorativa e privata, contribuendo alla costruzione di un ambiente professionale sicuro, sano e orientato alla collaborazione.

Infine, la valorizzazione della diversità e l'inclusione costituiscono asset fondamentali per una gestione moderna delle risorse umane. Viene quindi promossa una cultura aziendale aperta e inclusiva, capace di riconoscere e valorizzare background, competenze e prospettive differenti, con l'obiettivo di garantire un contesto equo, produttivo e orientato al miglioramento continuo.

Dall'analisi di materialità e dal processo di raccolta di dati e informazioni di carattere non finanziario, i temi relativi al personale rilevanti per Urban Vision di cui si forniscono informazioni nel presente capitolo sono i seguenti:

- Condizioni di lavoro e welfare
- Sviluppo dei talenti
- Diversità e pari opportunità
- Salute e sicurezza dei lavoratori

Gli impatti che Urban Vision ha valutato nell'analisi di materialità relativi ai temi del personale sono i seguenti:

- Impatti sul personale e i collaboratori in termini di pari opportunità derivanti dalle azioni della Società in materia di diversity;
- Politiche e programmi di gestione delle risorse umane indirizzate al potenziamento delle competenze, alla formazione, al welfare e a piani di carriera chiari e definiti facilitano l'attrattività del personale generando impatti positivi sullo sviluppo del capitale umano e sulla realizzazione delle persone;
- Adeguati processi di incentivazione e di valutazione delle performance generano impatti sulla valorizzazione del merito e sulle pari opportunità, nonché sul benessere del personale;
- Impatti sulla salute e sicurezza dei lavoratori correlati all'insorgenza di nuove pandemie in carenza di un sistema di protezione e prevenzione adeguato.

6 | Le persone di Urban Vision



6.1 COMPOSIZIONE ORGANICO

Per Urban Vision S.p.A i dipendenti rappresentano un prezioso capitale umano e il loro benessere e sicurezza è una priorità. La Società crede fortemente che il benessere fisico e mentale dei propri dipendenti, unitamente alla loro sicurezza sui luoghi di lavoro, siano imprescindibili per il successo di Urban Vision e, pertanto, è garantito un ambiente di lavoro sicuro e salutare in cui ciascuna risorsa possa sviluppare le proprie conoscenze e capacità.

Nel dettaglio, Urban Vision al 31.12. 2024 conta un totale di n. 83 dipendenti (n. 73 a fine 2023). L'incremento (+14%) rispetto al 2023 è principalmente dovuto alla crescita del business dell'azienda e all'espansione delle sue attività, che hanno richiesto l'assunzione di nuovi dipendenti per soddisfare le esigenze del mercato. A livello di composizione della forza lavoro per genere, a fine 2024, il 39% dell'organico è composto da uomini (36% nel 2023) e il 61% da donne (66% nel 2023). A livello di inquadramento professionale, a fine 2024, il 78% della forza lavoro è composta da impiegati (79% nel 2023), il 18% da quadri (17% nel 2023) e il 4% da dirigenti (3% nel 2023). La tabella sotto fornisce i dettagli sulla composizione della forza lavoro suddivisa per categoria professionale e genere.

Il personale suddiviso per categoria e genere

Al 31 Dicembre 2024			
	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	4		4
Quadri	5	10	15
Impiegati	23	41	64
Totale	32	51	

Al 31 Dicembre 2023			
	Uomini	Donne	Totale
Dirigenti	1	1	2
Quadri	5	10	15
Impiegati	19	40	59
Totale	25	51	

Analizzando la forza lavoro suddivisa per area geografica e tipologia di contratto nel 2024, emerge che il 29% dei dipendenti lavora presso la sede di Milano e il 61% nella sede di Roma.

Solo l'11 % dei dipendenti di Urban Vision s.p.A al 31.12.2024 ha un contratto a tempo determinato mentre l'89% ha un contratto a tempo indeterminato.

In aggiunta ai lavoratori dipendenti, la Società sostiene costi relativi al personale consultancy ovvero figure dedicate all'attività commerciale, marketing e tecnica.

Il personale per regione e durata

	Al 31 Dicembre 2023		
	Milano	Roma	Totale
Determinato	3	6	9
Indeterminato	21	43	64
	Al 31 Dicembre 2024		
	Milano	Roma	Totale
Determinato	2	7	9
Indeterminato	26	48	74



6.2 DIVERSITÀ E INCLUSIONE

Urban Vision riconosce l'importanza della diversità nella composizione della propria forza lavoro e, per tale motivo, è impegnata a garantire che essa rifletta la diversità della società in cui opera, in termini di genere, etnia, abilità e background culturali. Per raggiungere tale obiettivo, abbiamo adottato politiche che promuovono l'accesso alle opportunità di lavoro in modo equo, non discriminatorio e inclusivo e implementato strategie, politiche o sistemi di monitoraggio specifici per gestire la "Gender Inclusion and Parity" (inclusione di genere e parità), e abbiamo ottenuto la certificazione UNI PdR 125:2022 sulla Parità di Genere anche nel 2025. Urban Vision opera nel settore della pubblicità in ambienti socioeconomici complessi come Roma e Milano dove la promozione della parità di genere rappresenta un obiettivo sfidante. Il processo di selezione del personale è, infatti, influenzato dalla forte concorrenza tra le aziende del settore che sono altamente competitive nella ricerca di talenti e risorse con esperienza.



L'azienda riconosce l'importanza anche dell'inclusione come motore fondamentale per il suo successo futuro e ha intrapreso misure concrete per promuovere un ambiente di lavoro più equo e rappresentativo per tutti i suoi membri. Nel corso del 2024 risultano 5 dipendenti appartenenti alle categorie protette, di cui 2 uomini e 3 donne. Urban Vision è fermamente impegnata contro ogni forma di discriminazione (nessun caso di discriminazione mai registrato) e ha adottato politiche rigorose e promosso una cultura aziendale inclusiva che celebra la diversità sotto ogni suo aspetto. L'obiettivo è assicurare che la nostra azienda rimanga un luogo in cui ognuno è trattato con rispetto e uguaglianza, indipendentemente da etnia, genere, credo religioso, convinzioni politiche, età, condizioni personali e sociali.

Personale dell'organizzazione per inquadramento e fasce di età

	Al 31 Dicembre 2023			Totale
	< 30 anni	30-50 anni	>50 anni	
Dirigenti		1	1	2
Quadri		10	2	12
Impiegati	15	40	4	59
Totale	15	51	7	73

	Al 31 Dicembre 2024			Totale
	< 30 anni	30-50 anni	>50 anni	
Dirigenti			4	4
Quadri		14	1	15
Impiegati	23	39	2	64
Totale	23	54	6	83

6.3 TURNOVER DEL PERSONALE

Il turnover del personale è un fattore importante da considerare in qualsiasi azienda, poiché può influire sulla continuità dell’attività e sull’efficienza dell’organizzazione. Un alto tasso di turnover, tenuto conto del mercato di riferimento, può indicare problemi nella gestione del personale, nell’ambiente di lavoro o nella cultura aziendale. Inoltre, la perdita di dipendenti esperti può avere un impatto negativo sulla qualità del lavoro svolto e sui rapporti con i clienti. Al contrario, un basso tasso di turnover può indicare una buona gestione delle risorse umane, un ambiente di lavoro positivo e un’azienda in grado di fornire opportunità di crescita e sviluppo ai propri dipendenti e, al tempo stesso, può anche essere un vantaggio competitivo per l’azienda, poiché consente di mantenere dipendenti esperti e motivati che possono contribuire al successo a lungo termine dell’organizzazione.

Monitorare il turnover del personale è quindi fondamentale per comprendere la salute organizzativa dell’azienda e prendere eventuali misure correttive, se necessario. Il turnover (inteso come effetto netto di nuove assunzioni e di uscite del personale sul numero medio di dipendenti nell’anno) è pari al 23% e le iniziative attuate da Urban Vision per trattenere i dipendenti sono rivolte principalmente ai ruoli potenzialmente critici e che richiedono elevata esperienza e know-how.

Il turnover del personale può essere motivato positivamente dall’opportunità di acquisire nuove competenze, di lavorare in un ambiente più stimolante o di fare carriera. Un tasso moderato di turnover può portare nuove idee e prospettive, migliorando l’efficienza e la produttività dell’azienda. Tuttavia, è importante bilanciare l’attrazione di nuovi talenti con la stabilizzazione del personale esperto, garantendo continuità e conoscenza dell’organizzazione.

Turnover del personale 2024

	2023 Dipendenti	2024 Assunti	2023 Usciti	2024 Dipendenti
Dirigenti	2	2		4
Quadri	12	3		15
Impiegati	59	23	18	64
Totale	73	28	18	83

6.4 CONDIZIONI DI LAVORO E WELFARE AZIENDALE

Il nostro impegno costante è fornire al personale diverse opportunità di crescita professionale e anche umana. Siamo consapevoli, infatti, dell'importanza della *worklife balance* e per tale motivo le nostre sedi sono progettate per migliorare la qualità della vita dei nostri dipendenti sul luogo di lavoro e, attraverso alcune iniziative socioculturali, anche la qualità della vita privata.

Un ambiente di lavoro confortevole e stimolante è fondamentale per garantire la produttività e l'esperienza lavorativa dei dipendenti. Offrire un equilibrio tra vita professionale e personale non è un costo ma un investimento importante per creare un ambiente di lavoro sano, produttivo e gratificante per tutti coloro che lo vivono ogni giorno.

Urban Vision ha identificato i rischi potenziali che possono influire sulla produttività e sulla qualità del lavoro, come ad esempio l'elevato turnover o assenteismo, la carenza di formazione e aggiornamento professionale. Per mitigare tali rischi, Urban Vision ha implementato una serie di iniziative per migliorare la retention dei dipendenti, come la creazione di un piano di carriera, un programma di sviluppo delle competenze, piani formativi e di aggiornamento del

personale e informativa a tutti i dipendenti sulle opportunità di sviluppo professionale all'interno dell'azienda.

Urban Vision ha adottato una serie di politiche e procedure per garantire una gestione efficace e responsabile del proprio personale. In particolare, l'azienda ha sviluppato politiche e procedure specifiche per quanto riguarda:

- **Salute e sicurezza sul lavoro:** Urban Vision ha adottato una serie di policy e procedure per garantire la sicurezza e la salute dei propri dipendenti sul luogo di lavoro. In particolare, l'azienda ha un Responsabile del Servizio di Prevenzione e Protezione (RSPP) che definisce le procedure e le attività di prevenzione e protezione.
- **Selezione e assunzione del personale:** Urban Vision ha definito un processo di selezione che coinvolge la funzione HR e le diverse aree aziendali di pertinenza. Il processo prevede l'analisi del profilo professionale e delle competenze richieste per ogni posizione, l'utilizzo di strumenti di valutazione oggettivi e l'adozione di criteri di parità e non discriminazione. Inoltre, l'azienda verifica costantemente i processi di reclutamento e selezione per garantire l'efficacia del sistema, l'adeguatezza dei profili selezionati.

- **Formazione e sviluppo:** Urban Vision offre programmi di formazione per tutti i dipendenti al fine di garantire il mantenimento e lo sviluppo delle competenze professionali. Annualmente è prevista la valutazione delle esigenze formative, la definizione dei piani di formazione individuali e collettivi, l'erogazione dei corsi e la verifica dell'efficacia dei programmi attraverso specifici test di apprendimento. Nel 2023 ciascun dipendente ha ricevuto almeno 8 ore di formazione.

La funzione HR di Urban Vision svolge un ruolo fondamentale nella gestione del personale e nell'attuazione delle politiche aziendali. Tra le principali attività gestite dalla funzione HR rientrano la definizione e la revisione delle policy e delle procedure in ambito HR, la gestione della formazione e dello sviluppo professionale dei dipendenti e la gestione del processo di selezione e recruitment delle nuove risorse.

6.5 GENDER WAGE GAP

Le retribuzioni per ciascuna categoria contrattuale sono definite nel rispetto della normativa e dei contratti collettivi nazionali.

La politica retributiva ha come obiettivo quello di riconoscere in modo equo e concreto, l'impegno e il contributo delle persone al successo dell'Azienda. I livelli retributivi dipendono dal ruolo e dalle responsabilità ricoperti dalle persone, in modo da rifletterne le esperienze e le competenze necessarie, il livello di eccellenza dimostrato e il contributo generale apportato al business, senza alcuna discriminazione. Per il personale che ricopre ruoli di responsabilità sono previsti dei bonus ad personam (elementi variabili della retribuzione) legati al raggiungimento di obiettivi quantitativi e qualitativi. Urban Vision è impegnata a garantire la parità di trattamento tra uomini e donne, sia in termini di retribuzione che di opportunità di carriera, con l'obiettivo di eliminare ogni disparità di genere all'interno dell'organizzazione. Per raggiungere tale obiettivo, abbiamo attuato misure per identificare eventuali differenze di retribuzione tra uomini e donne, con l'obiettivo di correggerle e garantire la parità salariale a cura del Comitato Guida istituito ai sensi della norma UNI PdR 125:2022 sulla parità di genere.

7 | Aspetti di natura



7.1 RISCHI E TEMI AMBIENTALI RILEVANTI PER URBAN VISION

Urban Vision Group, sin dalla sua costituzione, adotta un modello di sviluppo economico orientato alla sostenibilità, promuovendo il coinvolgimento attivo di clienti e istituzioni in iniziative dedicate alla sensibilizzazione, alla mitigazione degli impatti del cambiamento climatico e alla riduzione degli sprechi, inclusi quelli alimentari.

In qualità di operatore nel settore della comunicazione esterna, la Società affronta tali tematiche sia direttamente, attraverso la gestione dei propri processi operativi, sia indirettamente tramite le campagne e le iniziative dei clienti e delle amministrazioni pubbliche focalizzate su tematiche ambientali e sociali.

I principali ambiti d'azione sono articolati come segue:

- **Consumi energetici ed efficienza energetica**

Urban Vision investe in attività di Research & Development (R&D) finalizzate all'incremento dell'utilizzo di materiali riciclabili, all'implementazione di tecnologie ad elevata efficienza energetica (energy-efficient technologies) e, ove possibile, all'adozione di fonti energetiche rinnovabili.

Tale orientamento è riconosciuto da clienti e istituzioni, sempre più attenti all'integrazione di criteri di sostenibilità ambientale nelle proprie decisioni.

- **Economia circolare e gestione dei rifiuti**

La Società promuove modelli di economia circolare basati sulla revisione del ciclo di vita dei prodotti (product lifecycle), sul loro ricondizionamento e sul reinserimento nel mercato.

Rientrano in tale ambito anche le attività strutturate di gestione dei rifiuti (waste management), attuate attraverso raccolta differenziata e processi di riciclaggio.

Particolare attenzione è riservata alle iniziative di upcycling post-installazione, che prevedono la valorizzazione e il riutilizzo dei teli espositivi per la realizzazione di oggetti unici, contribuendo alla riduzione della produzione di rifiuti.

- **Monitoraggio dei KPI ESG e Corporate Carbon Footprint**

Il report di sostenibilità 2025 registra significativi progressi nello sviluppo di metodologie avanzate per il monitoraggio dei KPI ESG.

Nell'ambito della dimensione "E" (Environmental), la Corporate Carbon Footprint relativa alle emissioni del 2024 ha consentito di consolidare un sistema strutturato di raccolta e analisi dei dati, grazie all'introduzione di strumenti e processi quali:

- la mappatura completa delle forniture di energia elettrica per ciascuno spazio mediatico;

- l'implementazione, nell'ambito del progetto Romeflex, di applicativi dedicati (PIGUI) per l'analisi dell'assorbimento energetico con frequenza quartaria;

- la rilevazione mensile dei dati relativi alle trasferte di lavoro, finalizzata a una maggiore accuratezza nelle stime emissive.

Parallelamente, attraverso l'applicazione del modello Life Cycle Assessment (LCA) e dei criteri previsti dalla ISO 14067, è stato analizzato l'intero ciclo di vita delle installazioni – dalla fase di montaggio a quella di dismissione – considerando le emissioni associate a materiali, trasporti, consumi energetici e ulteriori parametri operativi.

Questo approccio metodologico consente di individuare con crescente precisione le variabili critiche, anche lungo la supply chain, e di definire interventi correttivi sempre più efficaci e mirati.

CARBON FOOTPRINT E INTENSITÀ EMISSIVA 2024

La **Carbon Footprint di Urban Vision S.p.A. per l'anno solare 2024** rappresenta la quantificazione delle emissioni di gas a effetto serra (GHG) generate dalle attività dell'organizzazione, sia direttamente sia indirettamente, nell'ambito delle proprie operazioni e del ciclo di vita dei servizi offerti. La misura della Carbon Footprint costituisce uno strumento fondamentale per **monitorare l'impatto ambientale dell'azienda, supportare la definizione di strategie di riduzione delle emissioni e promuovere un approccio di responsabilità ambientale coerente con gli obiettivi di sostenibilità globale e nazionale.** Per l'anno 2024, la Carbon Footprint di Organizzazione ammonta a **1.411,30 tCO₂ e**, con la **Categoria 2 (energia elettrica da rete)** che rappresenta il **52,43% delle emissioni complessive**, confermando il ruolo predominante della fornitura energetica come principale driver emissivo. La conoscenza dettagliata delle emissioni consente di individuare le aree critiche su cui intervenire, nonché di valutare le performance dell'organizzazione rispetto agli obiettivi di efficienza energetica e riduzione del carbon footprint.

DEFINIZIONE DEI CONFINI E METODOLOGIA

La definizione dei confini organizzativi e di rendicontazione è stata effettuata in conformità alla **norma UNI EN ISO 14064-1:2019**, adottando l'approccio del **controllo operativo**. Questo approccio permette di includere tutte le emissioni dirette e indirette riconducibili alle attività aziendali, comprendendo:

- **Uffici e foresterie** di Milano e Roma;
- **Impianti gestiti** direttamente o tramite concessione;
- **Servizi offerti** (installazione, disinstallazione e manutenzione);
- **Trasporti associati**, spostamenti casa-lavoro e trasferte commerciali del personale.

L'inventario delle emissioni è stato costruito sulla base di **dati primari**, raccolti tramite schede di rilevazione dedicate, estrazioni dai sistemi gestionali aziendali, evidenze documentali e interviste con le funzioni competenti, garantendo **coerenza metodologica, completezza e tracciabilità dei dati**. I dati secondari utilizzati per la modellazione delle categorie emissive provengono da fonti tecniche ufficiali quali **DEFRA, ISPRA, AIB, PEF**, da banche dati internazionali (Ecoinvent) e da letteratura scientifica consolidata. L'inventario comprende le **emissioni dirette (Scope 1)**, generate da fonti energetiche di proprietà dell'azienda o sotto controllo

operativo, e le emissioni indirette da **energia elettrica (Scope 2)**, calcolate secondo l'approccio **Location Based**.

La misurazione di queste componenti consente non solo di comprendere l'impatto assoluto, ma anche di identificare le principali leve di riduzione e ottimizzazione.

VERIFICHE DI TERZA PARTE

L'inventario GHG così definito è stato sottoposto, in data **01/08/2025**, a **verifica da Bureau Veritas**, ente terzo indipendente. L'audit è stato condotto in conformità con le migliori pratiche previste dalla norma ISO 14064-1, confermando l'**affidabilità dei dati e la robustezza metodologica**. Si sottolinea che anche la Carbon Footprint del precedente esercizio era stata certificata da Bureau Veritas, a conferma della continuità e trasparenza dell'approccio adottato dall'azienda. La certificazione da parte di un organismo indipendente costituisce un elemento chiave di credibilità dei dati e consente di utilizzare le informazioni ottenute per il monitoraggio, la reportistica e la definizione di obiettivi strategici di decarbonizzazione.

L'**intensità emissiva** è stata calcolata rapportando le emissioni complessive al **fatturato 2024 di Urban Vision S.p.A., pari a 64.512.859 euro**. Questo indicatore permette di valutare l'impatto ambientale dei consumi energetici e delle attività operative **in relazione al valore economico generato**, fornendo una metrica normalizzata e confrontabile nel tempo.

- **Le emissioni dirette Scope 1** rappresentano una quota minima (0,44 kgCO₂eq/m€), confermando il basso impatto diretto dell'azienda;
- **Le emissioni indirette Scope 2**, legate all'energia elettrica da rete, costituiscono la componente principale (11,47 kgCO₂eq/m€), evidenziando la rilevanza della fornitura energetica come variabile emissiva principale;
- Il **totale Scope 1+2**, mostra un impatto complessivo contenuto rispetto al fatturato, confermando la **bassa intensità carbonica** del modello operativo di Urban Vision.

Emissioni Scope 1 e Scope 2 – Valori assoluti e intensità emissiva

	Unità di misura	kg CO ₂ eq	kg CO ₂ eq/m€
Emissioni dirette - Scope 1	kg CO ₂ eq	28.093,93	0,44
Emissioni indirette Scope 2 - Location Based	kg CO ₂ eq	739.882,90	11,47
Totale Scope 1 e Scope 2 - Location Based	kg CO ₂ eq	643.296,17	9,97

Intensità emissiva

	Unità di misura	Totale
Emissioni di tipo Scope 1	kgCO ₂ /migliaia di €	0,44
Emissioni di tipo Scope 2 (Location based)	kgCO ₂ /migliaia di €	11,47
Emissioni indirette - Scope 3	kgCO ₂ /migliaia di €	9,97

Analisi Carbon footprint 2024

		Contributo emissivo (tCO2eq)	Contributo emissivo in termini %
Emissioni dirette totali - Scope 1			
	Consumo termico	3,61	0,26%
	Distanza flotta aziendale	24,48	1,73%
Emissioni indirette per energia prelevata da rete - Scope 2			
		739,88	52,43%
Emissioni indirette da altra fonte - Scope 3			
per trasporti	Trasporto materiali e manutenzione	23,70	1,68%
	Trasferte commerciali	100,00	7,09%
	Spostamenti casa-lavoro dei dipendenti	54,60	3,87%
per prodotti utilizzati	Upstream (energia termica, elettrica) + trasporti	318,00	22,53%
	Approvvigionamento di materie prime	109,00	7,72%
	Rifiuti	38,00	2,69%
	Totale	1.411,30	100%

Tabella 1: Analisi Carbon Footprint dati 2024

STRATEGIA DI RIDUZIONE E TRANSIZIONE ENERGETICA

L'analisi 2024 conferma che la principale fonte emissiva di Urban Vision è l'**energia elettrica acquistata (Scope 2)**. In risposta, l'azienda ha definito una strategia di riduzione mirata alla **progressiva transizione verso forniture di energia 100% rinnovabile**.

Il 2025 sarà l'anno di avvio operativo del percorso con le seguenti azioni:

- Attivazione di **nuovi contatori temporanei** con energia rinnovabile certificata, dove tecnicamente possibile;
- Fase di **test e monitoraggio** dei primi punti di fornitura;
- Successiva **conversione dei contatori long-term**.

L'obiettivo è che entro la fine del 2025 circa il **50% degli impianti sia alimentato esclusivamente da energia rinnovabile**, riducendo ulteriormente sia i consumi energetici specifici sia l'impronta emissiva complessiva. Questa strategia rappresenta un passaggio fondamentale per la **progressiva decarbonizzazione** dell'organizzazione.

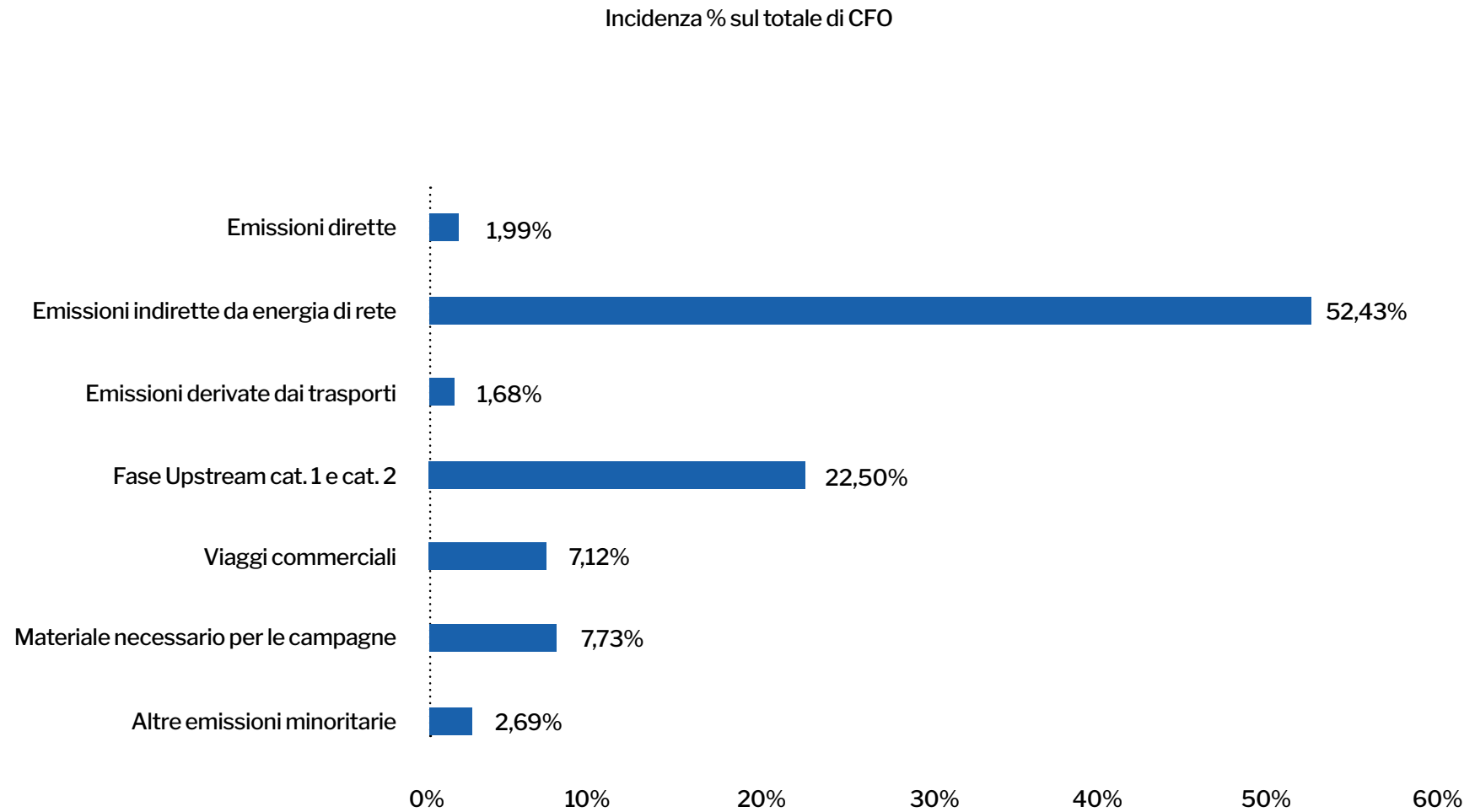


Grafico 21: Contributo emissivo (tCO₂) rispetto al totale



7.2 LA GESTIONE DELLE RISORSE

La gestione efficiente delle risorse rappresenta un elemento centrale nella strategia di sostenibilità di Urban Vision, in un contesto globale caratterizzato da crescente attenzione verso le emissioni di gas a effetto serra, i consumi energetici e l'utilizzo responsabile delle risorse naturali. Le emissioni di gas climalteranti e il consumo di energia sono tra i principali driver ambientali legati alle attività aziendali, con potenziali impatti significativi sugli ecosistemi e sulla disponibilità delle risorse per le generazioni future. In tale contesto, una gestione responsabile e strategica delle risorse non solo riduce l'impatto ambientale, ma costituisce anche un indicatore di efficienza operativa e di sostenibilità del modello di business.

Nel corso del 2024, Urban Vision ha monitorato in maniera sistematica i propri consumi energetici e le emissioni ad essi correlate, adottando un approccio coerente con gli standard internazionali **UNI EN ISO 14064-1:2019** e con le migliori pratiche di rendicontazione. I dati sono stati raccolti tramite sistemi gestionali interni, schede di rilevazione dedicate e verifiche documentali, garantendo **tracciabilità, coerenza metodologica e affidabilità dei risultati**. I consumi considerati comprendono gli uffici e le foresterie di Milano e Roma, gli impianti gestiti direttamente o tramite concessione, nonché le attività operative correlate a prodotti e servizi, trasporti,

spostamenti casa-lavoro e trasferte commerciali del personale.

Una volta definiti e calcolati i consumi energetici annuali, Urban Vision ha valutato l'efficienza dell'organizzazione attraverso due indicatori chiave: l'**intensità energetica** e l'**intensità emissiva legata ai consumi energetici**. Questi indicatori consentono di comprendere non solo il consumo e l'impatto assoluto, ma anche la loro incidenza rispetto alla capacità dell'azienda di generare valore economico, offrendo un parametro normalizzato e confrontabile nel tempo. Per il calcolo degli indicatori, i consumi energetici totali e le emissioni correlate sono stati rapportati al **fatturato 2024, pari a 64.512.859 euro**, secondo un approccio coerente con le linee guida internazionali per la rendicontazione della performance ambientale.

Come evidenziato in Tabella 2, l'indicatore di **intensità energetica** per il 2024 si attesta a **0,18 GJ/m€**, valore che riflette un fabbisogno energetico contenuto per unità di valore economico generato, confermando l'elevata efficienza operativa dell'azienda. L'**intensità emissiva legata ai consumi energetici** è pari a **11,520 kgCO₂eq/m€**, evidenziando un impatto emissivo molto ridotto rispetto al fatturato e sottolineando la natura a bassa intensità carbonica del modello di business di Urban Vision.

Questa analisi consente di identificare chiaramente le principali aree di intervento: le emissioni di Scope 2, legate alla fornitura di energia elettrica, rappresentano la componente più significativa dell'impronta climatica aziendale. In risposta a questa evidenza, Urban Vision ha già definito una **strategia di riduzione mirata**, che prevede il **passaggio graduale a forniture di energia elettrica 100% rinnovabile**. Nel 2025, tale transizione sarà avviata tramite l'attivazione di nuovi contatori temporanei, dove tecnicamente possibile, con energia certificata rinnovabile, seguita dalla conversione progressiva dei contatori long-term. L'obiettivo è che entro la fine del 2025 circa il 50% degli impianti sia alimentato esclusivamente da energia rinnovabile, riducendo ulteriormente sia i consumi energetici specifici sia l'impronta emissiva complessiva.

In sintesi, i dati di intensità energetica ed emissiva confermano una **performance già positiva**, evidenziando al contempo la possibilità di miglioramento attraverso le strategie di transizione energetica già programmate. L'integrazione di queste misure con il monitoraggio continuo dei consumi e delle emissioni costituirà un pilastro fondamentale del percorso di Urban Vision verso la piena sostenibilità operativa e la decarbonizzazione delle proprie attività.

Consumi energetici

Al 31 Dicembre 2024		
	Unità di misura	Totale
Gas Naturali (uffici, foresterie)	Smc	1788,21
Energia elettrica	kWh	3152462,29
Distanza auto - ibrido	km	198000
Distanza auto - benzina	km	12000
Distanza auto - elettrico	km	10000

Intensità energetica

Al 31 Dicembre 2024	
consumi energetici [kgCO2eq/m€]	11,52000
consumi energetici [GJ/m€]	0,18

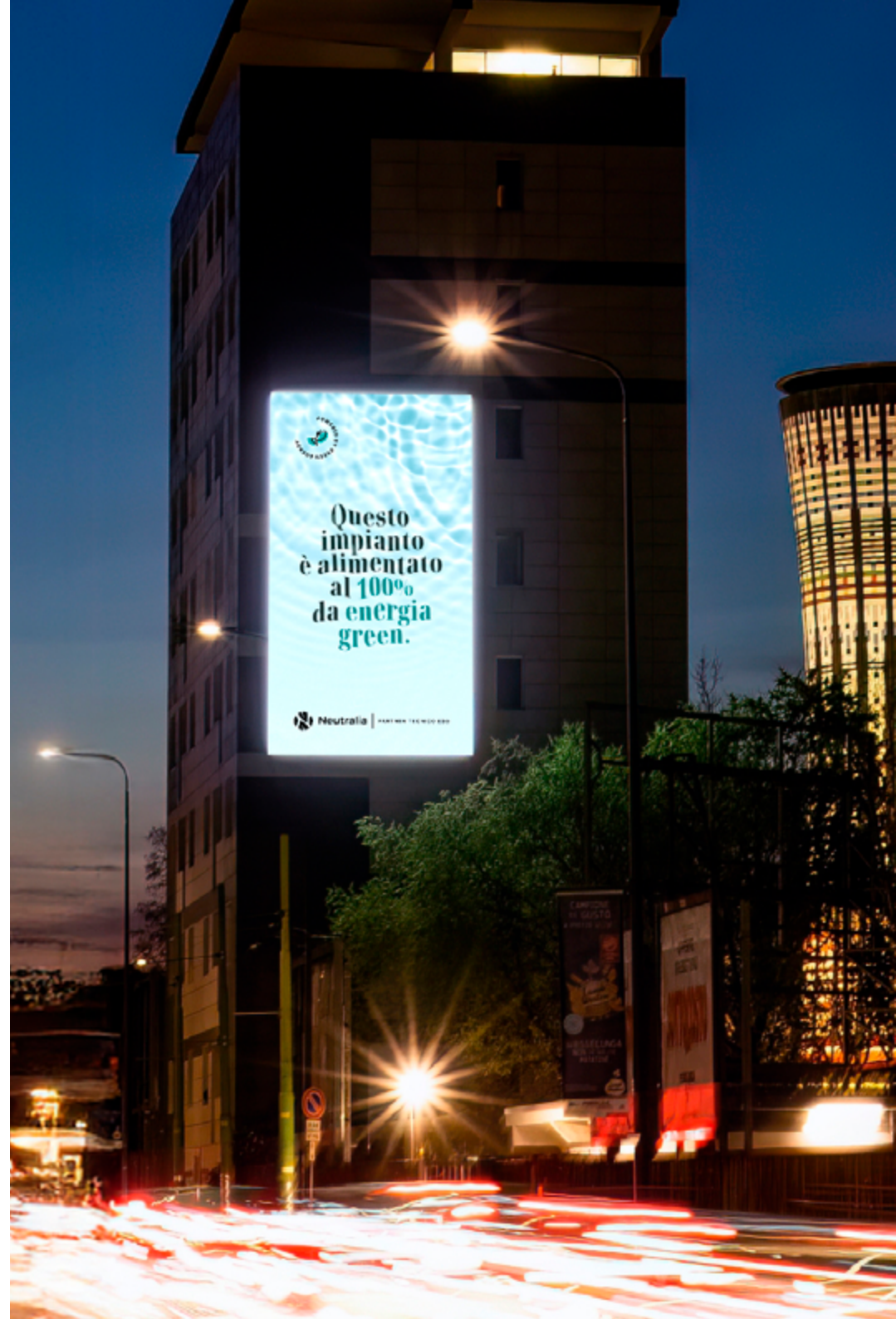
APPROVVIGIONAMENTO IDRICO

Nel 2024 Urban Vision ha prelevato complessivamente 671.580 litri d'acqua, relativi alle attività degli uffici di Milano e Roma. Nei servizi resi dall'organizzazione, invece, non è previsto consumo idrico.

RIFIUTI PRODOTTI

Per quanto riguarda i rifiuti generati nel corso del 2024, questi sono il risultato delle normali attività d'ufficio, cui si aggiunge lo smaltimento dei teli in PVC delle campagne pubblicitarie a cura di Urban Vision, che rappresenta la percentuale più importanti dei rifiuti della Società.

In merito, si evidenzia che l'offerta mediatica offre sempre una minore disponibilità del prodotto tradizionale, il telo, a favore della comunicazione digitale. Urban Vision, ove possibile, utilizza PET riciclato e aggiunge all'iniziativa di comunicazione attività di green marketing utilizzando poi il PET o il PV, attraverso delle opportune lavorazioni, come materiali per lo sviluppo di accessori e props da omaggiare o rivendere.



7.3 LA NOSTRE SOLUZIONI ECOSOSTENIBILI

La pubblicità ha un ruolo strategico nel guidare e accelerare il cambiamento dei comportamenti dei consumatori. Urban Vision ha da subito riconosciuto la propria responsabilità nel contribuire positivamente alle comunità e, aderendo pienamente agli Accordi di Parigi, ha intrapreso, a partire dal 2016, un percorso strutturato verso la sostenibilità ambientale.

Da allora, la dimensione ambientale è stata inserita al centro della corporate strategy. In qualità di leader di settore, Urban Vision si impegna a trainare l'innovazione ambientale nell'industria della pubblicità outdoor: la pubblicità sostenibile non rappresenta soltanto un'esigenza etica, ma costituisce uno dei principali driver di innovazione per l'azienda.

Negli anni, l'azienda ha condotto un'analisi approfondita dell'intera filiera produttiva, con l'obiettivo di identificare soluzioni sostenibili per ciascun ambito dei servizi offerti. In questo contesto, sono stati sviluppati progetti di **upcycling**, che permettono di **convertire materiali pubblicitari a fine vita – come i teli espositivi – in nuovi prodotti utili o creativi**, estendendo il ciclo di vita delle risorse e contribuendo all'economia circolare.

Parallelamente, Urban Vision orienta progressivamente le proprie forniture verso soluzioni più sostenibili, promuovendo pratiche commerciali responsabili e una ricerca continua di

tecnologie ecocompatibili. Nel 2025, ad esempio, è stata avviata la sperimentazione di una nuova tecnologia in grado di filtrare l'aria dalle polveri sottili, con rilevazione in tempo reale dell'efficacia del filtraggio. I risultati di tale sperimentazione saranno presentati nel prossimo report di sostenibilità, fornendo una valutazione completa dei benefici ambientali e operativi.

Questa attenzione costante all'innovazione sostenibile consente a Urban Vision di offrire ai propri clienti opzioni pubblicitarie a basso impatto, valorizzando materiali e tecnologie già disponibili: ad esempio teli riciclati, inchiostri latex, pitture fotovoltaiche e altre soluzioni eco-compatibili che interessano l'intero ciclo di vita del prodotto, dalla produzione allo smaltimento.

In sintesi, l'approccio adottato coniuga responsabilità ambientale, innovazione tecnologica e servizio al cliente, confermando l'impegno di Urban Vision a ridurre l'impatto complessivo e a guidare il settore verso pratiche pubblicitarie sempre più sostenibili.

7.3.1 TELO RICICLATO

Un telo per affissioni con tessuto 100% riciclato, riciclabile ed ecologico, prodotto dalla raccolta di bottiglie di plastica disperse nell'ambiente. Le bottiglie di plastica provenienti dalla raccolta post-consumo vengono lavate, tritate e trasformate in coriandoli. I coriandoli ricavati vengono sciolti, trasformati in fibre fini e quindi purificati per produrre una nuova materia prima. Il materiale viene infine filato, tessuto e rivestito con rivestimenti acrilici. Da 7 bottiglie di plastica da 1,5 litri è possibile ricavare un metro quadro di telo riciclato.

Il nostro telo riciclato rispetta gli standard:

- NF P 92 503 (M1): Test per la determinazione dell'indice di reazione al fuoco dei materiali in conformità con gli standard francesi;
- ECOCERT TEXTILE: Standard per le fasi di progettazione, produzione di materie prime, produzione fino al completamento, distribuzione, utilizzo e fine vita del prodotto.



7.3.2 INCHIOSTRO LATEX

Gli inchiostri latex a base d'acqua sono innovativi per il rispetto dell'ambiente, la salute e la sicurezza e consentono, inoltre, di ridurre al minimo sprechi e downtime¹.

Gli inchiostri latex contengono fino al 70% di acqua, eliminando l'esposizione ad alte concentrazioni di solventi e semplificando i requisiti di ventilazione, conservazione e trasporto. Sono sostanzialmente privi di monomeri reattivi e il processo di stampa emette livelli quasi nulli di composti organici volatili (VOC). Inoltre, non contengono inquinanti atmosferici pericolosi (HAP), quegli inquinanti noti o sospettati di provocare il cancro o altri gravi effetti sulla salute. Infine, contrariamente a quanto accade nei processi di essiccazione degli inchiostri UV, gli inchiostri latex non generano ozono a livello del suolo.

Gli inchiostri latex rispettano gli standard:

- **UL 2801:** Certificazione UL ECOLOGO® per riduzione di impatto ambientale di inchiostri da stampa;
- **UL 2818:** Certificazione UL GREENGUARD GOLD per compliance con i livelli di emissioni VOC ammessi in ambienti scolastici e sanitari;
- **AgBB3:** Test delle emissioni chimiche per uso pubblico.

Nel caso degli inchiostri latex a base d'acqua, l'uso di questi inchiostri innovativi contribuisce a ridurre al minimo il tempo in cui le apparecchiature di stampa o i processi di produzione devono essere fermi o non operativi, migliorando così l'efficienza e la produttività complessiva

7.3.3 PITTURA FOTOCATALITICA

Una pittura fotocatalitica al biossido di titanio (TiO₂) ad elevata sostenibilità ambientale, applicabile sia in interni che in esterni, in grado di svolgere una forte azione autopulente e disinficante sia nei confronti di muffe, batteri e formaldeide, che verso i tipici inquinanti atmosferici presenti nei centri urbani quali in particolare ossidi di azoto (NO_x), ossidi di zolfo (SO_x), e monossido di carbonio (CO). La pittura fotocatalitica rispetta gli standard:

- **ISO 22197-1 2016:** Metodo di prova per le prestazioni di purificazione dell'aria di materiali fotocatalitici semiconduttori;
- **UNI 11247 2010:** Determinazione dell'attività di degradazione degli ossidi di azoto nell'aria da parte di materiali fotocatalitici inorganici;
- **GREEN SEAL:** Compliance con i criteri di sostenibilità a livello di leadership, in seguito a un'analisi basata sul ciclo di vita (LCA).

La pittura fotocatalitica – utilizzabile per riproduzioni pittoriche che variano dall'iperrealismo a rappresentazioni più astratte – si caratterizza per essere:

- **Autopulente:** attrae le molecole d'acqua presenti nell'aria, creando sulle pareti una pellicola protettiva invisibile;
- **Antimuffa:** previene la crescita di muffe e microbi che provocano allergie, prurito, affaticamento, e problemi respiratori;
- **Antibatterica:** elimina i germi dagli spazi circostanti ogni giorno;
- **Anti-odore:** elimina gli odori senza usare filtri o deodoranti, ma semplicemente disintegrando le molecole maleodoranti;
- **Antispreco:** riduce efficacemente la quantità di calore solare assorbita dagli edifici, così da risparmiare fino al 29% sui costi del condizionamento;
- **Green:** 100% naturale e VOC free, neutralizza gli agenti inquinanti come l'ossido e il biossido di azoto fino all'88%.



URBAN VISION

INDICE DEI CONTENUTI GRI

Dichiarazione d'uso Urban Vision ha riportato le informazioni citate nel presente indice di contenuto GRI per l'esercizio sociale 2023 con riferimento agli Standard GRI.

INFORMATIVA GENERALE

GRI 2: Informativa Generale (2021)

GRI Standard	Informazione	Riferimento nel testo
GRI 2: Informativa generale (2021)	2-1 Dettagli organizzativi	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE
	2-2 Entità incluse nel report di sostenibilità dell'organizzazione e dichiarazione d'uso	Cap. 2 NOTA METODOLOGICA
	2-3 Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	Cap. 2 NOTA METODOLOGICA
	2-4 Restatement delle informazioni	Cap. 2 NOTA METODOLOGICA
	2-5 Garanzia esterna	Cap. 2 NOTA METODOLOGICA
	2-6 Attività, catena del valore e altre relazioni commerciali	Cap. 4 CHI SIAMO - Par. 4.5. Modello di business
	2-7 Dipendenti	Cap. 3 HIGHLIGHTS e Cap. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION
	2-8 Lavoratori non dipendenti	Cap. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Composizione Organico
	2-9 Struttura e composizione della governance	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.1 Struttura
	2-10 Nomina e selezione dell'organo di governo supremo	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.1 Struttura
	2-11 Presidente del più alto organo di governo	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.1 Struttura
	2-12 Ruolo del più alto organo di governo nella supervisione della gestione degli impatti	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.7 Governance della sostenibilità
	2-13 Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.7 Governance della sostenibilità

GRI Standard	Informazione	Riferimento nel testo
	2-14 Ruolo del più alto organo di governo nel reporting di sostenibilità	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.7 Governance della sostenibilità
	2-15 Conflitti di interesse	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.7 Governance della sostenibilità
	2-16 Comunicazione delle criticità	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.7 Governance della sostenibilità
	2-17 Conoscenza collettiva del più alto organo di governance	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.7 Governance della sostenibilità
	2-18 Valutazione della performance del più alto organo di governance	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.7 Governance della sostenibilità
	2-19 Politiche retributive	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.1 Struttura Cap. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.5 Gender Wage Gap
	2-20 Processo di determinazione della remunerazione	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.1 Struttura
	2-21 Rapporto sulla retribuzione totale annuale	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.1 Struttura Cap. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.5 Gender Wage Gap
	2-22 Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.11 Piano di sostenibilità e Sustainable Development Goals – SDGs
	2-23 Impegni assunti tramite policy	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.11 Piano di sostenibilità e Sustainable Development Goals – SDGs
	2-24 Integrazione degli impegni in termini di policy	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.11 Piano di sostenibilità e Sustainable Development Goals – SDGs
	2-25 Processi volti a rimediare agli impatti negativi	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.14 Stakeholder engagement
	2-26 Meccanismi per richiedere chiarimenti e risolvere criticità	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.14 Stakeholder engagement
	2-27 Conformità a leggi e regolamenti	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE
	2-28 Adesione ad associazioni	Cap. 4 CHI SIAMO - Par. 4.1. La Storia

GRI Standard	Informazione	Riferimento nel testo
GRI 3: Temi materiali (2021)	2-29 Approccio al coinvolgimento delle parti interessate	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.14 Stakeholder engagement
	2-30 Contratti collettivi di lavoro	Cap. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION
	3-1 Processo per determinare i temi materiali	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.9 Analisi di Materialità
	3-2 Elenco dei temi materiali	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.9 Analisi di Materialità
	3-3 Gestione dei temi materiali	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.9 Analisi di Materialità
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016)	204-1 Percentuale di spesa per i fornitori locali	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.8 Gestione responsabile della supply chain
GRI 205: Anticorruzione (2016)	205-1 Operazioni valutate per i rischi di corruzione	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.5.Etica e lotta alla corruzione
	205-2 Comunicazione e formazione sulle politiche e le procedure anticorruzione	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.5.Etica e lotta alla corruzione
	205-3 Episodi di corruzione confermati e azioni intraprese	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - 5.5.Etica e lotta alla corruzione
GRI 301: Materiali (2016)	301-2 Materiali in entrata riciclati utilizzati	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.3 Le nostre soluzioni ecosostenibili
	301-3 Prodotti riciclati e relativi materiali di imballaggio	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.3 Le nostre soluzioni ecosostenibili
GRI 302: Energia (2016)	302-1 Consumo di energia all'interno dell'organizzazione	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	302-2 Consumo di energia al di fuori dell'organizzazione	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	302-3 Intensità energetica	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	302-4 Riduzione del consumo energetico	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse

GRI Standard	Informazione	Riferimento nel testo
GRI 303: Acqua e scarichi (2018)	302-5 Riduzione del fabbisogno energetico di prodotti e servizi	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	303-1 Interazioni con l'acqua come risorsa condivisa	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	303-2 Gestione degli impatti legati agli scarichi idrici	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	303-3 Prelievo di acqua	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	303-5 Consumo di acqua	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
GRI 305: Emissioni (2016)	305-1 Emissioni dirette di gas serra (Scope 1)	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.1 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
	305-2 Emissioni indirette di energia (Scope 2) di gas serra	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.1 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
	305-3 Altre emissioni indirette di gas serra (Scope 3)	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.1 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
	305-4 Intensità delle emissioni di gas serra	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.1 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
	305-5 Riduzione delle emissioni di gas serra	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.1 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
GRI 306: Rifiuti (2020)	306-1 Produzione di rifiuti e impatti significativi sui rifiuti	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	306-2 Gestione degli impatti significativi legati ai rifiuti	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse
	306-3 Rifiuti prodotti	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.2 La gestione delle risorse

GRI Standard	Informazione	Riferimento nel testo
	306-4 Rifiuti sottratti allo smaltimento	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.1 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
	306-5 Rifiuti destinati allo smaltimento	CAP. 7 ASPETTI DI NATURA - Par. 7.1 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)	308-1 Nuovi fornitori selezionati in base a criteri ambientali	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.8 Gestione responsabile della supply chain
	308-2 Impatti ambientali negativi nella catena di fornitura e azioni intraprese	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.8 Gestione responsabile della supply chain
GRI 401: Occupazione (2016)	401-1 Nuove assunzioni e turnover dei dipendenti	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION
	401-3 Congedo parentale	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
GRI 402: Relazioni tra lavoratori e management (2016)	402-1 Periodi minimi di preavviso per le modifiche operative	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
GRI 403: Salute e sicurezza sul lavoro (2018)	403-1 Sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	403-2 Identificazione dei pericoli, valutazione dei rischi e indagine sugli incidenti	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	403-3 Servizi di medicina del lavoro	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	403-4 Partecipazione, consultazione e comunicazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	403-5 Formazione dei lavoratori in materia di salute e sicurezza sul lavoro	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	403-6 Promozione della salute dei lavoratori	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale

GRI Standard	Informazione	Riferimento nel testo
	403-7 Prevenzione e mitigazione degli impatti sulla salute e la sicurezza sul lavoro direttamente collegati alle relazioni commerciali	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	403-8 Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	403-9 Infortuni sul lavoro	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	403-10 Malattia professionale	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	404-1 Ore medie di formazione all'anno per dipendente	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	404-2 Programmi per il miglioramento delle competenze dei dipendenti e programmi di assistenza alla transizione	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	404-3 Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle prestazioni e dello sviluppo della carriera	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
GRI 405: Diversità e pari opportunità (2016)	405-1 Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.15 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
	405-2 Rapporto tra stipendio e retribuzione di base delle donne e degli uomini	Cap. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.5 Gender Wage Gap
GRI 406: Non discriminazione (2016)	406-1 Episodi di discriminazione e azioni correttive intraprese	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.15 Rischi e temi rilevanti per Urban Vision
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)	416-1 Valutazione degli impatti sulla salute e sulla sicurezza di categorie di prodotti e servizi	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale

GRI Standard	Informazione	Riferimento nel testo
GRI 418: Privacy dei clienti (2016)	416-2 Incidenti di non conformità relativi agli impatti sulla salute e sulla sicurezza di prodotti e servizi	CAP. 6 LE PERSONE DI URBAN VISION - Par. 6.1 Condizioni di lavoro e Welfare aziendale
	417-3 Episodi di non conformità relativi alle comunicazioni di marketing	Cap. 4 CHI SIAMO - Par. 4.5. Modello di business
	418-1 Reclami circostanziati relativi a violazioni della privacy e a perdite di dati dei clienti	Cap. 5 CORPORATE GOVERNANCE - Par. 5.6 Tutela della privacy

