

RAPPORTO 2025 SULLA CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY



ASSUMERSI LA RESPONSABILITÀ

CARE LETTRICI E CARI LETTORI,

il 2025 è stato per Goldbach Neo un anno di progressi tangibili. Abbiamo rafforzato la governance, sostenuto il nostro personale e ridotto ulteriormente l'impronta ecologica da noi generata. Processi chiari, corsi di formazione obbligatori sulla compliance e standard riconosciuti a livello internazionale, come ISO 9001 e ISO 14001, consolidano la trasparenza, la responsabilità e l'affidabilità in tutta la nostra azienda.

Il nostro personale resta il fulcro del nostro successo. Attraverso corsi di formazione mirati e una cultura basata sul rispetto, la diversità e la collaborazione, promuoviamo un ambiente in cui le persone possono crescere, assumersi responsabilità e contribuire ai nostri obiettivi comuni.

Al contempo, abbiamo intensificato il nostro impegno sul fronte della responsabilità ambientale. Tecnologie ad alta efficienza energetica, processi operativi ottimizzati e una gestione responsabile delle risorse ci aiutano a ridurre progressivamente e in maniera costante l'impatto ambientale della nostra infrastruttura.

In qualità di fornitori di infrastrutture pubblicitarie per gli spazi pubblici colleghiamo aziende, istituzioni e comuni. I nostri mezzi di comunicazione sostengono iniziative culturali, ONG e PMI, contribuendo al contempo a un'economia locale dinamica grazie a una visibilità capace di generare un impatto reale.

La nostra strategia CSR rimane focalizzata e coerente, grazie a iniziative concrete, progressi misurabili e l'allineamento agli standard di sostenibilità internazionali. Il presente rapporto illustra i passi che abbiamo compiuto e gli impegni destinati a fungere da bussola per i nostri progressi futuri.



TOM GIBBINGS
CEO



SWICA

Du bist zufrieden.
Das ist unsere
Hauptsache.

SWICA ist ein Unternehmen der Swiss Life Group. Wir sind stolz auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das Beste aus sich herausholen. Wir sind stolz auf unsere Kunden, die mit uns zusammen das Beste aus der Welt herausholen.

SWICA ist ein Unternehmen der Swiss Life Group. Wir sind stolz auf unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das Beste aus sich herausholen. Wir sind stolz auf unsere Kunden, die mit uns zusammen das Beste aus der Welt herausholen.

THE NEW 1
JETZT PROBE FAHREN.

HEDIN AUTOMOTIVE
St. Gallen | Widnau

INDICE

Premessa	3
Corporate Social Responsibility Index	6
Stakeholder	7
TEMATICHE CHE CI STANNO A CUORE	8
I nostri campi d'azione in sintesi	9
Tematiche principali e highlight	10
SUCCESSI E OBIETTIVI	16
Prestazioni ambientali	17
INDICATORI	22
Confronto 2024/2025	25
Obiettivi di sviluppo sostenibile	27
Indicatori relativi all'esercizio 2025	28
GRI Content Index	32
Colophon	36

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY INDEX

GLOBAL REPORTING INDEX (GRI)

Vogliamo sapere qual è l'impatto del nostro impegno in materia di sostenibilità, in quali ambiti stiamo compiendo progressi e sotto quali aspetti possiamo ancora migliorare. Per questo motivo, il nostro reporting punta su trasparenza, comparabilità e completezza. Per la rendicontazione ci orientiamo agli standard riconosciuti a livello internazionale della Global Reporting Initiative (GRI), che ci aiutano a comunicare sistematicamente il nostro impatto sulle persone e sull'ambiente nonché la nostra strategia di sostenibilità.

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE (OSS)

Vogliamo contribuire agli obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS) delle Nazioni Unite. Questi 17 obiettivi sono il fulcro dell'Agenda 2030, un piano d'azione globale per un futuro degno di essere vissuto. Nel 2015 sono stati accettati da tutti gli Stati membri delle Nazioni Unite.

CERTIFICAZIONI

Le nostre certificazioni secondo le norme ISO 9001 e ISO 14001 rappresentano parametri riconosciuti a livello internazionale, che ci aiutano a soddisfare elevati standard qualitativi e ambientali. Ognuna di queste certificazioni si concentra su un settore aziendale specifico, permettendoci di ottimizzare i processi e ridurre al minimo i rischi.



BILANCIO DI CO₂ CONVALIDATO DA CLIMATEPARTNER

Il nostro bilancio di CO₂ è stato verificato e convalidato dal nostro partner indipendente e qualificato secondo standard riconosciuti. In questo modo ci assicuriamo che i nostri dati rimangano trasparenti, tracciabili e attendibili. Le emissioni totali di CO₂ vengono interamente compensate da progetti ambientali certificati e accuratamente selezionati.



Azienda finanzia

contributo per il clima

ClimatePartner.com/28368-2603-1001



La logica dei titoli è stata aggiornata a partire da quest'anno. Da questa edizione del rapporto, faremo riferimento a ogni rispettivo esercizio trascorso e concluso.

STAKEHOLDER

Per l'attuazione della nostra strategia di sostenibilità, manteniamo un dialogo costante con clienti, residenti, partner immobiliari, enti pubblici e fornitori, coinvolgendo attivamente in questo scambio anche il nostro personale e altri stakeholder rilevanti.



CLIENTI

Informazioni trasparenti sulle nostre misure di sostenibilità e supporti pubblicitari digitali efficienti dal punto di vista energetico – come gli schermi digitali alimentati a elettricità verde – sono elementi centrali per la nostra clientela.



PARTNER IMMOBILIARI, SETTORE PUBBLICO

I nostri partner immobiliari e gli enti pubblici – in particolare Cantoni, città, comuni e aziende di trasporto pubblico – perseguono spesso obiettivi climatici ambiziosi. Da parte nostra si aspettano efficienza energetica, l'impiego di materiali ecologici, trasparenza, la prevenzione dell'inquinamento e, al tempo stesso, vantaggi economici.



PERSONALE

Il nostro personale beneficia di condizioni di lavoro eque, di molteplici opportunità di perfezionamento professionale e di una cultura aziendale che promuove attivamente la sostenibilità.



FORNITORI

Nei confronti dei nostri fornitori, attribuiamo grande valore a processi di approvvigionamento sostenibili, al rispetto di standard etici lungo l'intera catena di fornitura e a una collaborazione proficua e duratura.



COMUNITÀ LOCALI E RESIDENTI

Prestiamo attenzione a un'integrazione estetica dei nostri impianti pubblicitari e adottiamo misure volte a ridurre al minimo le emissioni luminose e acustiche. Inoltre, ci impegniamo a livello sociale, ad esempio attraverso il sostegno nei confronti di progetti locali e culturali.



AUTORITÀ DI REGOLAMENTAZIONE E POLITICA

Garantiamo il rispetto di tutte le leggi e le normative vigenti e curiamo una collaborazione trasparente e cooperativa con le autorità di regolamentazione e i decisori politici, in particolare nell'ambito di progetti di sviluppo urbano.



TEMATICHE CHE CI STANNO A CUORE

I NOSTRI CAMPI D'AZIONE IN SINTESI



PERSONALE

Ambiamo a essere un datore di lavoro interessante. La nostra cultura aziendale aperta, inclusiva e basata sulla stima, unita a condizioni quadro adeguate, favorisce questo obiettivo. Valori condivisi e rispetto reciproco rafforzano il nostro team in modo duraturo.



PROTEZIONE DEL CLIMA E DELL'AMBIENTE

Ci siamo posti l'obiettivo di ridurre, ove possibile, le nostre emissioni di gas serra. In tale contesto, poniamo particolare enfasi sulla riduzione delle emissioni nel settore della logistica.



ECONOMIA CIRCOLARE

Operiamo nel rispetto delle risorse e puntiamo su materiali durevoli. Evitiamo gli sprechi superflui, riparando o riutilizzando i prodotti. Circa l'85% dei materiali che impieghiamo è infatti riciclabile.



IMPEGNO SOCIALE

Al centro del nostro impegno vi sono il sostegno a organizzazioni di utilità pubblica tramite l'affissione gratuita di manifesti e la salvaguardia del manifesto quale importante mezzo di comunicazione. Ci impegniamo inoltre a favore di programmi sostenibili mirati alla promozione della biodiversità.



GOVERNANCE, LOTTA ALLA CORRUZIONE E PROTEZIONE DEI DATI

Riteniamo che una gestione aziendale responsabile sia alla base del nostro operato sostenibile. Ciò presuppone chiare strutture di governance, linee guida di condotta vincolanti e un sistema strutturato di compliance che garantisca la prevenzione della corruzione e l'integrità all'interno di tutti i settori aziendali.

TEMATICHE PRINCIPALI E HIGHLIGHT



Sviluppiamo continuamente la nostra cultura aziendale e creiamo condizioni quadro che rafforzano la fiducia, la responsabilità e la collaborazione. Il 2025 è stato dedicato allo sviluppo culturale e all'armonizzazione dei nostri valori.

SALUTE E SICUREZZA

La sicurezza del nostro personale ha per noi la massima priorità. Nel 2025 sono stati segnalati 10 infortuni sul lavoro, che hanno comportato 281 giorni di assenza. Analizziamo sistematicamente ogni incidente, adottando le necessarie misure preventive. I casi di malattia sono stati 313, per un totale di 2'273 giorni di assenza. Promuoviamo un approccio al lavoro attento alla salute attraverso diversi programmi, come ad esempio KINASTIC, e miglioriamo continuamente i nostri processi lavorativi. Con KINASTIC, offriamo a tutto il personale uno strumento concreto per coltivare la propria forma fisica, la salute mentale e un'alimentazione consapevole.

GRUPPO KULTUR ECHO

Con il neonato gruppo «Kultur Echo» abbiamo introdotto un format che raccoglie, osserva e rende esplicite le percezioni che emergono dall'organizzazione. Il gruppo ascolta, identifica schemi ricorrenti e restituisce impulsi: un importante passo verso un'organizzazione aperta e incline all'apprendimento.

LEADERSHIP E CULTURA

Per ancorare i nuovi valori nella quotidianità, abbiamo organizzato training approfonditi sulla leadership a tutti i livelli, con l'obiettivo preciso di rafforzare il ruolo di modello della dirigenza, riflettere sui valori e formare figure promotrici della cultura all'interno dell'organizzazione. A integrazione di ciò, si sono svolte brevi sessioni formative sui temi della sicurezza psicologica, del feedback e del feedforward.

OCCUPAZIONE

Nell'esercizio in esame abbiamo impiegato 257 tra collaboratrici e collaboratori, di cui 198 a tempo pieno e 59 a tempo parziale. Il tasso di fluttuazione si è attestato al 13%, un valore che si conferma stabile rispetto alla media del settore. Il nostro personale è variegato: collaborano con noi persone provenienti da 18 diverse nazionalità e la struttura per età è equilibrata, da giovani che hanno appena fatto il loro ingresso nel mondo del lavoro a membri esperti con più di 50 anni.

VALORI AZIENDALI

All'inizio dell'anno abbiamo armonizzato i valori aziendali sviluppati da Goldbach Neo con quelli del Gruppo Goldbach. Ne è scaturita una base valoriale comune fondata su **FIDUCIA, RESPONSABILITÀ, RENDIMENTO, CORAGGIO** e **SPIRITO DI SQUADRA**. Tutte le collaboratrici e tutti i collaboratori sono stati informati per iscritto e hanno potuto partecipare attivamente ponendo domande nell'ambito di un roadshow dedicato.



FORMAZIONE E PERFEZIONAMENTO

Investiamo in modo mirato nello sviluppo del nostro personale. Nel 2025 sono state completate in totale 1'494 ore di training, di cui 1'033 dedicate alle figure dirigenziali. Inoltre, abbiamo finanziato 496 ore di perfezionamento esterno, rafforzando così le competenze in ambiti quali tecnologia, gestione, sostenibilità e compliance.

DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ

Ci impegniamo per garantire opportunità eque e pari opportunità di sviluppo. Le donne rappresentano il 23% della nostra forza lavoro, con una quota del 20% nelle funzioni dirigenziali. Il rapporto salariale tra uomini e donne è indicato in modo trasparente e oscilla – a seconda del livello – tra 1.0/1.0 e 1.0/1.2.





PROTEZIONE DEL CLIMA E DELL'AMBIENTE

Puntiamo a ridurre la nostra impronta di CO₂ in modo misurabile, adottando provvedimenti concreti direttamente all'interno dell'azienda e lungo la nostra catena del valore. Uno dei punti focali di questo impegno è rappresentato dalla logistica.

VEICOLI ELETTRICI

La protezione del clima rappresenta per noi una priorità fondamentale. Ecco perché ci siamo prefissati l'obiettivo di ridurre la nostra flotta di veicoli alimentati a combustibili fossili dell'80% entro il 2040. Nell'anno in esame abbiamo già compiuto un importante passo avanti aumentando il numero dei nostri veicoli elettrici da 18 a 27 (+50%) e di quelli ibridi da 2 a 4. Grazie anche a una pianificazione ottimizzata degli itinerari, siamo riusciti a ridurre sensibilmente le emissioni derivanti dalla combustione mobile.

EFFICIENZA ENERGETICA

Nel corso dell'esercizio 2025 siamo riusciti a ridurre il consumo energetico medio per spazio pubblicitario del 4,2%, portandolo a 942 MJ: un successo evidente che dimostra come le misure adottate stiano già dando i loro frutti. Anche il consumo energetico dei nostri edifici è diventato più efficiente: su un totale di 281'473 kWh, ben 252'616 kWh provengono da fonti sostenibili.

E-BIKE

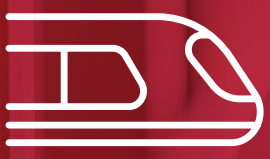
Per i controlli di qualità nelle città di Berna, Zurigo, San Gallo, Lucerna e Winterthur utilizziamo un'e-bike pieghevole. Questa scelta riduce le emissioni, decongestiona il traffico e migliora l'efficienza dei nostri team nelle aree urbane.

ELETTRICITÀ VERDE

Nei nostri edifici utilizziamo già l'89,7% di elettricità verde. Il nostro obiettivo entro la fine del 2026 è quello di servirci in via esclusiva di elettricità verde in tutte le sedi Goldbach Neo, laddove abbiamo la possibilità di influire direttamente sulla modalità di approvvigionamento.

PICCOLE ATTREZZATURE

Tutte le attrezzature di piccole dimensioni finora alimentate a combustibili fossili, tra cui tosaerba, macchine per la pulizia, compressori e generatori di corrente, sono state interamente sostituite da apparecchi elettrici. Ciò consente di abbattere le emissioni e di ridurre inquinamento acustico e sostanze nocive.



VIAGGI DI LAVORO

Nell'esercizio in esame i viaggi di lavoro hanno generato 83,63 t di CO₂, rientrando così tra le emissioni Scope 3 rilevanti. Grazie al potenziamento della collaborazione digitale, a una pianificazione dei viaggi ottimizzata e a una riduzione degli spostamenti tra le sedi, siamo riusciti a contenere queste emissioni rispetto all'anno precedente. Il nostro obiettivo è evitare i viaggi di lavoro non strettamente necessari e promuovere alternative rispettose del clima.



ECONOMIA CIRCOLARE

Puntiamo con determinazione su un modello economico duraturo e rispettoso delle risorse. Il nostro obiettivo è evitare i rifiuti, utilizzare i prodotti il più a lungo possibile e mantenere i materiali all'interno del ciclo produttivo. Già oggi l'85% dei materiali utilizzati per i nostri supporti pubblicitari è riciclabile: un aspetto fondamentale per un'infrastruttura out-of-home sostenibile.

CICLI DEI MATERIALI

I nostri supporti pubblicitari sono realizzati con materiali durevoli come alluminio, vetro e acciaio. In totale sono in circolazione 1'096'748 kg di alluminio, 189'185 kg di vetro e 115'358 kg di acciaio. Grazie alla struttura modulare, è possibile sostituire i componenti difettosi in modo mirato senza dover rimpiazzare interi impianti. Ciò prolunga la durata dei nostri supporti pubblicitari fino a 50 anni e riduce notevolmente la necessità di produrre nuovi componenti.

RIDUZIONE DEI RIFIUTI

Nell'anno in esame siamo riusciti a ridurre il volume complessivo dei rifiuti del 13,3%, portandolo a 229 tonnellate. Di queste, l'85,6% (196 tonnellate) era riciclabile. Abbiamo inoltre introdotto un sistema di riciclaggio uniforme in tutte le sedi, che garantisce una corretta raccolta differenziata, lo smaltimento a regola d'arte e la prevenzione dei rifiuti in PET.



RIUTILIZZO DEI SUPPORTI PUBBLICITARI

Prima di procedere allo smaltimento degli impianti, il nostro servizio tecnico verifica la riutilizzabilità di ogni singolo supporto pubblicitario. Laddove possibile, i supporti smontati vengono immagazzinati e reinstallati in nuove posizioni. Questa pratica consente di risparmiare risorse e di ridurre le emissioni nella categoria dei «beni di investimento», che nel 2025, con 573,72 t di CO₂, ha rappresentato una delle principali fonti di emissioni.



IMPEGNO SOCIALE

La democrazia vive di informazioni liberamente accessibili. Pertanto, una parte fondamentale del nostro impegno sociale consiste nel preservare il manifesto come mezzo di comunicazione alla portata di tutti.

SALVAGUARDIA DEL MANIFESTO

Il manifesto è un mezzo di comunicazione democratico, locale e accessibile. Per questo motivo, nel 2025 siamo state tra le fondatrici di «Pro Plakat», un'alleanza di oltre 40 organizzazioni impegnata a favore della tutela e della promozione del manifesto. Vietare la pubblicità non significa farla sparire, bensì spostarla verso gruppi tecnologici globali. L'iniziativa è sostenuta da ONG, PMI, operatori culturali, associazioni sportive, commercianti e singole cittadine e singoli cittadini di tutte le regioni della Svizzera.

ORGANIZZAZIONI DI UTILITÀ PUBBLICA

Nel 2025 abbiamo messo a disposizione di organizzazioni di utilità pubblica manifesti gratuiti per un valore pubblicitario di 5'436'668 franchi, aumentando così il nostro impegno del 46% rispetto all'anno precedente.

GIORNATA DI PULIZIA

Il «Clean Up Day» rappresenta un segnale sostenibile contro il fenomeno dell'abbandono dei rifiuti e a favore di una Svizzera più pulita. Le nostre sedi di Zurigo, Hünenberg, Ginevra e Locarno hanno partecipato all'iniziativa raccogliendo i rifiuti sul territorio.



BIODIVERSITÀ

Le capre sono custodi sostenibili del paesaggio. Nutrendosi in modo mirato di arbusti, rovi e alberi giovani, favoriscono la biodiversità ed evitano che prati e siti aridi sensibili si rimboschiscano o si coprano di boscaglia. Uno dei progetti che abbiamo sostenuto e a cui abbiamo preso parte nell'ambito della nostra partnership pluriennale con il Padrinato Coop per le regioni di montagna è l'azienda agricola di Eva Clivio, che alleva un gregge di esemplari di Capra Grigia.



GOVERNANCE, LOTTA ALLA CORRUZIONE E PROTEZIONE DEI DATI

Riteniamo che una gestione aziendale responsabile sia alla base del nostro operato sostenibile. Ciò presuppone responsabilità chiare, processi decisionali trasparenti e direttive vincolanti, che garantiscano l'integrità e l'equità in tutta l'azienda.

CERTIFICAZIONE

Le nostre certificazioni secondo le norme ISO 9001 e ISO 14001 rafforzano le nostre strutture di governance. Entrambe richiedono responsabilità chiare, processi documentati, audit regolari e una gestione sistematica dei rischi, garantendo così trasparenza, tracciabilità e una solida base per una gestione aziendale responsabile.

SICUREZZA

Misure di sicurezza tecniche e organizzative, unite a processi chiari per la gestione delle violazioni dei dati, completano la nostra gestione della protezione dei dati.

CONTROLLO

La sostenibilità è radicata nelle nostre strutture dirigenziali e viene regolarmente discussa in seno alla direzione. Un sistema di controllo interno ci aiuta a riconoscere tempestivamente i rischi e a garantire il rispetto delle nostre direttive.

COMPLIANCE

I nostri principi di compliance definiscono la gestione di conflitti di interessi, regali e vantaggi, impegnando ogni singolo membro del personale a adottare una condotta etica e conforme alla legge. I corsi di formazione e le linee guida interne fungono da supporto nel riconoscere tempestivamente i rischi e a prevenire comportamenti scorretti. Nel 2025, tutto il personale ha completato le sessioni di e-learning obbligatorie relative al diritto dei cartelli, all'anti-corruzione, alle informazioni privilegiate e alle restrizioni commerciali.



PROTEZIONE DEI DATI

Consideriamo la tutela della sfera privata della nostra clientela non solo come requisito legale, ma come promessa chiave della nostra integrità digitale. Nell'esercizio in esame abbiamo formato tutto il personale con sessioni di e-learning dedicate alla protezione dei dati.



SUCCESSI E OBIETTIVI

PRESTAZIONI AMBIENTALI



PERSONALE

CONSAPEVOLEZZA AMBIENTALE

PROMOZIONE

Rafforziamo la consapevolezza ambientale attraverso corsi di formazione, programmi interni e modelli di partecipazione.

In corso

OBIETTIVI CONCRETI

Dalla nostra politica ambientale e dal bilancio di CO₂ ricaviamo obiettivi e iniziative concreti per il personale, sia a livello di team che individuale.

In corso

LINEE GUIDA

Al personale dirigente vengono assegnati obiettivi CSR nell'ambito degli accordi annuali sugli obiettivi.

In corso

GESTIONE DELLA SALUTE IN AZIENDA

PROMOZIONE DELLA SALUTE

Sosteniamo un approccio al lavoro attento alla salute, anche attraverso offerte di prevenzione e partecipazioni ai costi.

In corso

CORSI DI FORMAZIONE

Il nostro personale riceve una formazione regolare in materia di pronto soccorso e sicurezza aziendale.

In corso

CULTURA AZIENDALE

VALORI

È in corso il consolidamento dei nuovi valori aziendali all'interno dell'organizzazione.

Avviato

STRATEGIA

Verifichiamo regolarmente lo sviluppo della nostra cultura aziendale e ne ricaviamo obiettivi strategici.

In corso

PERFEZIONAMENTO

ORE DI FORMAZIONE

Le ore di perfezionamento sono aumentate, passando da 494 ore (nel 2024) a 1'494 ore [+202%].

Successo

CORSI DI PERFEZIONAMENTO ESTERNI

496 ore retribuite per corsi di formazione esterni.

Successo

SICUREZZA E SALUTE

ASSENZE PER MALATTIA

I giorni di assenza sono scesi da 2'750 (2024) a 2'273 giorni.

Successo

PROTEZIONE DEL CLIMA E DELL'AMBIENTE

REQUISITI E GESTIONE AMBIENTALE

CONFORMITÀ

Rispettiamo tutte le leggi rilevanti in materia ambientale, le disposizioni e i requisiti amministrativi.

In corso

MISURAZIONE

Un sistema di gestione ambientale attivo rileva regolarmente il nostro impatto ambientale.

In corso

RISORSE

CARBURANTI FOSSILI

Entro il 2040 ridurremo il consumo di carburanti fossili dell'80% [anno di riferimento: 2025].

Avviato

VEICOLI ELETTRICI

La quota di auto elettriche è aumentata da 18 a 27 [+50%].

Successo



Obiettivo: ulteriore elettrificazione del parco veicoli. Quando l'autonomia e il profilo di utilizzo lo consentono, i veicoli vengono sostituiti con auto elettriche.

VIAGGI DI LAVORO

Le emissioni generate dai viaggi di lavoro sono diminuite di 7 t di CO₂ [da 90,5 a 83,6 t].

Successo



Obiettivo: ulteriore riduzione grazie alla collaborazione digitale.

TRAGITTI CASA-LAVORO

Le emissioni generate dagli spostamenti casa-lavoro hanno registrato una leggera diminuzione [da 231,5 a 227,5 t].

Successo

UTILIZZO DEI MEZZI PUBBLICI

Per la manutenzione degli spazi della Verkehrsbetriebe Zürich (VBZ) utilizziamo i trasporti pubblici.

In corso

FONTI DI ENERGIA

Ove possibile, i nostri supporti pubblicitari sono alimentati da elettricità verde.

Successo

EDIFICI

La quota di elettricità sostenibile è aumentata di 34'385 kWh.

Successo



Obiettivo: passaggio all'elettricità verde in tutte le sedi (laddove attuabile direttamente) entro la fine del 2026.

CONSUMO ENERGETICO

Nell'esercizio in esame, il consumo energetico medio per spazio pubblicitario è diminuito del 4,2%, attestandosi a 942 MJ: un effetto diretto della conversione dei LED, della pulizia dell'inventario e di processi operativi più efficienti.

Successo



Obiettivo: i nuovi supporti pubblicitari sono dotati di illuminazione a LED a basso consumo energetico, mentre quelli meno recenti vengono costantemente aggiornati.



ECONOMIA CIRCOLARE

CICLO DI VITA

SVILUPPO

Sviluppiamo i nostri prodotti e processi tenendo conto dei loro effetti sul ciclo di vita.

In corso

TUTELA DELL'AMBIENTE

Attribuiamo particolare importanza alla scelta di materiali e tecnologie rispettosi dell'ambiente e che consentano di utilizzare in modo efficiente le risorse.

In corso

LINEE GUIDA

Ai dirigenti vengono assegnati obiettivi CSR al fine di promuovere decisioni orientate alla circolarità.

In corso

VALORI INDICATIVI

Un nuovo Supplier Code of Conduct definisce i requisiti ecologici richiesti ai fornitori.

Avviato

RIFIUTI

ECONOMIA CIRCOLARE

Tutte le sedi raccolgono i rifiuti e li riciclano.

Completato

PREVENZIONE

Entro la fine del 2025 eviteremo il più possibile la produzione di rifiuti in PET grazie all'impiego di fonti idriche alternative.

Completato

TOTALE

Nell'esercizio in esame siamo riusciti a ridurre i rifiuti di 35 tonnellate [da 264 a 229 t]

Successo

MATERIALE

CARTA DA UFFICIO

Nell'esercizio in esame abbiamo ridotto il consumo di carta da ufficio di 416 kg.

Successo



IMPEGNO SOCIALE

SOSTEGNO ALLE ORGANIZZAZIONI NON-PROFIT

AFFISSIONI GRATUITE

Il valore dell'affissione gratuita di cartelloni è salito a CHF 5'436'668 (+46%).

Successo

IMPATTO SOCIALE

SALVAGUARDIA

Siamo tra le co-fondatrici dell'alleanza «Pro Plakat», impegnata a favore della tutela e della promozione del manifesto come mezzo di comunicazione democratico, accessibile e a livello locale.

In corso

VALORE AGGIUNTO

La nostra iniziativa CityMap nelle città di Zurigo, Lucerna e Locarno crea valore aggiunto per la popolazione. Unisce innovazione digitale, inclusione e infrastrutture intelligenti. Nel 2025, solo a Zurigo la CityMap ha registrato oltre 200'000 interazioni.

In corso

SOSTEGNO

In collaborazione con la classe professionale di grafica di Lucerna, con la mostra «Blickwechsel» (Cambio di prospettiva) sosteniamo i nuovi talenti dell'artigianato grafico svizzero.

In corso

BIODIVERSITÀ

PROTEZIONE DELLE ACQUE

Sosteniamo l'Associazione per la salvaguardia del Lemano (ASL) con un padrinato. Obiettivo: tutelare la qualità dell'acqua del lago e dei fiumi nel bacino del Lago Lemano.

In corso

PROTEZIONE DELLE SPECIE

Insieme al Padrinato Coop per le regioni di montagna promuoviamo progetti che sostengono la conservazione della biodiversità, tra cui il padrinato per le api.

In corso

GOVERNANCE, LOTTA ALLA CORRUZIONE E PROTEZIONE DEI DATI

COMPLIANCE

CARATTERE VINCOLANTE

Tutto il personale ha seguito sessioni di e-learning obbligatorie relative ad anticorruzione, diritto dei cartelli, gestione delle informazioni, informazioni privilegiate e restrizioni commerciali.

Completato

PROTEZIONE DEI DATI

Corsi di formazione obbligatori sulla protezione dei dati per tutto il personale.

Completato



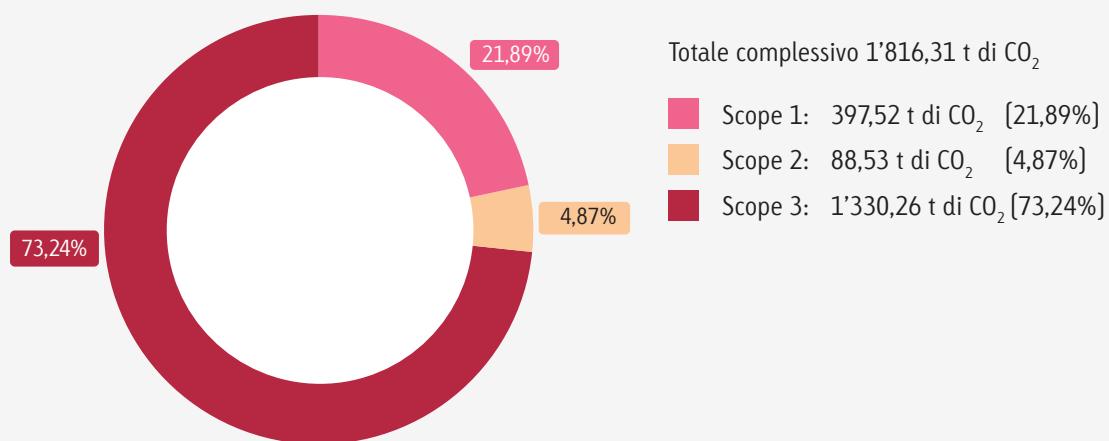


GOLDBACH NEO

WANE FAVORIT

INDICATORI

EMISSIONI DI CO₂ PER SCOPE

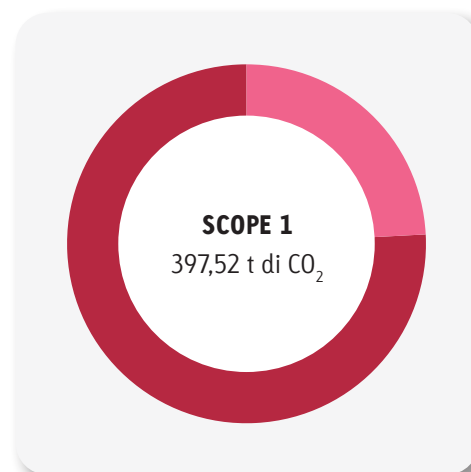


Fonte: Impronta di carbonio Goldbach Neo – ClimatePartner

SCOPE 1: EMISSIONI DIRETTE

Lo Scope 1 comprende le emissioni dirette provenienti da fonti controllate direttamente da noi.

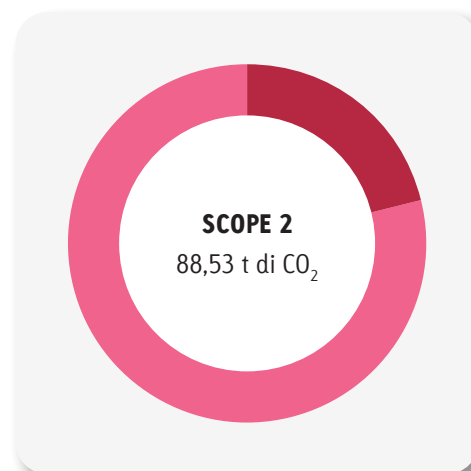
- COMBUSTIONE FISSA (96,22 T DI CO₂, 5,30%)**
- COMBUSTIONE MOBILE (301,30 T DI CO₂, 16,59%)**



SCOPE 2: EMISSIONI INDIRETTE LEGATE ALL'ENERGIA

Lo Scope 2 comprende le emissioni indirette derivanti dalla produzione di energia acquistata (metodo basato sul mercato).

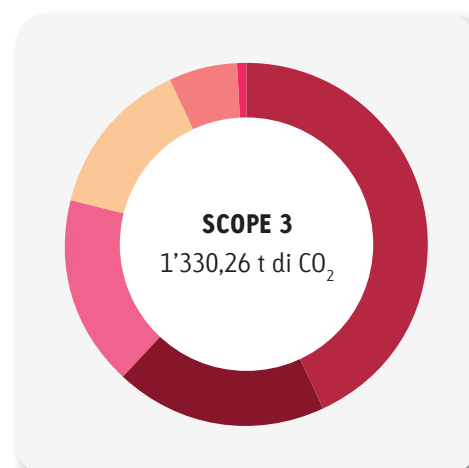
- ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATATA (69,78 T DI CO₂)**
- CALORE ACQUISTATATO (18,75 T DI CO₂)**



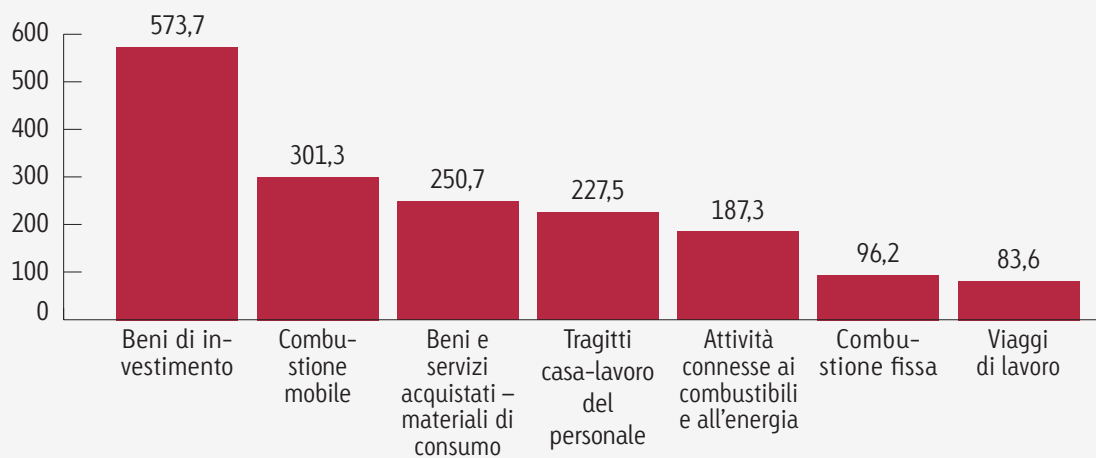
SCOPE 3: ALTRE EMISSIONI INDIRETTE

Lo Scope 3 comprende tutte le altre emissioni indirette nella catena del valore.

- BENI DI INVESTIMENTO (573,72 T DI CO₂, 31,59%)**
- BENI E SERVIZI ACQUISTATI
250,67 T DI CO₂ (13,80%)**
- TRAGITTI CASA-LAVORO DEL PERSONALE
(227,47 T CO₂, 12,52%)**
- ATTIVITÀ CONNESSE AI COMBUSTIBILI E ALL'ENERGIA
(NON NELLO SCOPE 1/2) (187,27 T DI CO₂, 10,31%)**
- VIAGGI DI LAVORO (83,63 T DI CO₂, 4,60%)**
- RIFIUTI PRODOTTI DALL'AZIENDA (7,50 T DI CO₂, 0,41 %)**



PRINCIPALI FONTI DI EMISSIONI



Fonte: Impronta di carbonio Goldbach Neo – ClimatePartner

CONFRONTO 2024/2025

IN BASE AGLI SCOPE

SCOPE	2024 (T DI CO ₂)	2025 (T DI CO ₂)	VARIAZIONE
Emissioni totali	2'014,24	1'816,31	-197,93 t [-9,83%]
Scope 1	549,42	397,52	-151,90 t [-27,6%]
Scope 2	41,79	88,53	+46,74 t [+111,8%]
Scope 3	1'424,03	1'330,26	-93,77 t [-6,6%]

Scope 1: La riduzione è dovuta in parte a una rettifica dei dati e quindi non rappresenta un progresso puramente operativo. Il consumo di carburante del 2024 è stato calcolato due volte da ClimatePartner, generando così un valore di partenza artificialmente elevato.

Scope 2: Il riscaldamento a gas naturale nel 2024 è stato erroneamente contabilizzato nello Scope 1; pertanto, il risultato non indica un'effettiva emissione aggiuntiva, ma l'esito di una riclassificazione.

PRINCIPALI CATEGORIE SINGOLE

CATEGORIA	2024 (T)	2025 (T)	VARIAZIONE
Combustione mobile (Scope 1)	445,21	301,30	-143,91 t [-32,3%]
Beni di investimento	594,70	573,72	-20,98 t [-3,5%]
Beni e servizi acquistati	257,85	250,67	-7,18 t [-2,8%]
Tragitti casa-lavoro/pendolarismo	231,51	227,47	-4,04 t [-1,7%]
Attività connesse ai combustibili e all'energia (Comprende anche le emissioni a monte derivanti dalla rettifica dei dati dello Scope 1)	235,09	187,27	-47,82 t [-20,3%]
Viaggi di lavoro	90,50	83,63	-6,87 t [-7,6%]





OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE



INDICATORI RELATIVI ALL'ESERCIZIO 2025

STANDARD SOCIALI «PUBLIC»

GRI 203	IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI 2016		VARIAZIONE IN % RISPETTO AL 2024		
			2024	2025	
GRI 203-1	Affissioni gratuite in franchi svizzeri		3'716'925	5'436'668	46.3
GRI 203-1	Periodi di lavoro sociale in giorni		2	5	150.0
GRI 203-1	Volume di affari delle imprese sociali in franchi svizzeri		2'722'486	2'226'207	-18.2

STANDARD ECONOMICI «PROFIT»

GRI 205	ANTICORRUZIONE 2016		VARIAZIONE IN % RISPETTO AL 2024		
			2024	2025	%
GRI 205-1	Incidenti relativi ai rischi di corruzione		0	0	-
GRI 205-1	Rischi significativi identificati		0	0	-
GRI 205-2	Membri del management informati / EXCO e Head of		37	33	100.0
GRI 205-2	Membri del personale informati		215	206	100.0
GRI 205-2	Membri del management formati		25	32	100.0
GRI 205-2	Membri del personale formati		179	178	100.0
GRI 205-2	Partner aziendali informati attivamente		0	0	-
GRI 205-3	Incidenti concreti		0	0	-
GRI 205-3	Misure disciplinari		0	0	-

STANDARD ECOLOGICI «PLANET»

GRI 301	MATERIALI 2016		VARIAZIONE IN QUOTA IN % DEL TOTALE % RISPETTO AL 2024		
			2024	2025	
GRI 301-1	Detergenti / percentuale biodegradabile ^{1/2}		80	80	-
GRI 301-1	Colla / quota ecologica in kg ²		11'529	11'199	100.0
GRI 301-1	Antigelo / quota ecologica in kg ²		1'052	1'022	100.0
GRI 301-1	Numero totale di veicoli ³		117	122	100.0
GRI 301-1	- di cui veicoli elettrici		18	27	22.1
GRI 301-1	- di cui ibridi		2	4	3.3
GRI 301-1	Totale spazi pubblicitari propri ^{3/16}		20'827	20'872	100.0
GRI 301-1	- di cui spazi pubblicitari digitali		1'802	1'747	8.4
GRI 301-1	- di cui schermi a LED in m ²		615	645	-
GRI 301-1	- di cui spazi pubblicitari cartacei		19'025	18'480	88.5
GRI 301-1	- di cui non illuminati		16'043	16'229	87.8
GRI 301-1	- di cui illuminati ¹¹		2'982	2'251	12.2
GRI 301-1	- di cui a LED ¹¹		1'907	1'690	75.1
GRI 301-1	- di cui con altri dispositivi di illuminazione ¹¹		1'075	561	24.9
GRI 301-1	Carta per manifesti in kg ^{2/4}		117'919	115'283	-
GRI 301-1	Alluminio presente in kg ²		1'108'725	1'096'748	-
GRI 301-1	Vetro presente in kg ^{2/11}		208'765	189'185	-
GRI 301-1	Acciaio presente in kg ²		113'352	115'358	-
GRI 301-2	Carta per ufficio / Quota di Ecolabel UE in kg ⁸		1'704	1'288	-

GRI 302	ENERGIA 2016	2024	2025	SCOSTAMENTO	
				QUOTA IN % DEL TOTALE	IN % RISPETTO AL 2024
GRI 302-1	Consumo di corrente negli edifici in kWh	258'295	281'473	100.0	9.0
GRI 302-1	- di cui elettricità sostenibile in kWh	218'231	252'616	89.7	15.8
GRI 302-1	- di cui elettricità da fonti fossili o sconosciute ^{9/10}	40'064	28'857	10.3	-28.0
GRI 302-1	Consumo di corrente per spazi pubblicitari ^{2/3} in kWh	3'956'910	3'940'898	100.0	-0.4
GRI 302-1	- di cui elettricità verde in kWh ^{5/16}	989'228	1'232'409	31.3	24.6
GRI 302-1	- di cui corrente di origine sconosciuta ^{5/16}	2'967'682	2'708'489	68.7	-8.7
GRI 302-1	Consumo di corrente medio per spazio pubblicitario con corrente in kWh ^{11/17}	827	986	-	19.2
GRI 302-1	Consumo di olio da riscaldamento in litri	30'757	34'919	-	13.5
GRI 302-1	Consumo di gas naturale in kWh	96'037	92'484	-	-3.7
GRI 302-1	Consumo energetico per riscaldamento elettrico in kWh ⁹	37'815	6'496	100.0	-82.8
GRI 302-1	- di cui elettricità sostenibile in kWh	6'574	6'496	100.0	-1.2
GRI 302-1	- di cui elettricità da fonti fossili o sconosciute	31'241	0	-	-100.0
GRI 302-1	Consumo energetico per teleriscaldamento in kWh ¹²	120'951	62'382	100.0	-48.4
GRI 302-1	- di cui corrente da fonti verdi in kWh ¹²	109'840	45'410	72.8	-58.7
GRI 302-1	- di cui elettricità da fonti fossili o sconosciute	11'111	16'972	27.2	52.7
GRI 302-1	Refrigerante in kg	0	0	-	0.0
GRI 302-1	Chilometri percorsi da veicoli propri e di terzi ²	1'920'821	2'211'584	100.0	15.1
GRI 302-1	- di cui con veicoli propri	1'483'830	1'806'448	81.7	21.7
GRI 302-1	- di cui con veicoli di terzi	436'991	405'136	18.3	-7.3
GRI 302-1	Consumo di carburante in litri ²	93'094	118'745	100.0	27.6
GRI 302-1	- di cui benzina	12'180	7'910	6.7	-35.1
GRI 302-1	- di cui diesel	80'914	110'835	93.3	37.0
GRI 302-1	Consumo energetico totale all'interno dell'organizzazione in MJ ⁶	20'464'211	19'653'680	-	-4.0
GRI 302-1	Consumo energetico medio per spazio pubblicitario in MJ	983	942	-	-4.2

GRI 305	EMISSIONI 2016	2024	2025	VARIAZIONE IN	
				QUOTA IN % DEL TOTALE	% RISPETTO AL 2024
GRI 305	Emissioni di gas serra CO ₂ e totale in t ^{7/14}	2'015	1'816	100.0	-9.9
GRI 305-1	Emissioni dirette in t di CO ₂ – Scope 1 ¹⁴	549	398	21.9	-27.6
GRI 305-2	Emissioni indirette in t di CO ₂ – Scope 2 ¹⁵	42	88	4.8	111.8
GRI 305-3	Emissioni indirette – Scope 3	1'424	1'330	73.2	-6.6

GRI 306	RIFIUTI 2020	2024	2025	VARIAZIONE IN	
				QUOTA IN % DEL TOTALE	% RISPETTO AL 2024
GRI 306-3	Rifiuti totali in tonnellate ¹³	264	229	100.0	-13.3
GRI 306-4	- di cui rifiuti riciclabili in tonnellate	226	196	85.6	-13.3
GRI 306-4	- di cui carta ²	127	146	74.5	15.0
GRI 306-5	- di cui rifiuti non riciclabili in tonnellate ¹³	38	33	14.4	-13.2
GRI 306-5	Rifiuti speciali	0	0	-	0.0

- Raccomandazione di prodotti biodegradabili
- Diminuzione e aumento sono direttamente correlati al numero di spazi pubblicitari e alla loro performance
- Di proprietà
- Fornitura da parte del cliente
- Consumo medio degli spazi digitali, calcolo sulla base del mix energetico svizzero
- 1 kWh = 3,6 MJ (costante fisica)
Densità energetica diesel: 35,7 MJ/l
Densità energetica benzina: 31,4 MJ (UFAM/UFEE [2016], Scheda tecnica Fattori di emissione di CO₂ dell'inventario svizzero dei gas serra, tabella 1)
- Calcolo delle emissioni di gas serra IPCC 2021
- Valutazione degli acquisti nell'esercizio analizzato
- Chiusura della sede di Crissier
- Ginevra acquista energia verde tramite un abbonamento alla rete elettrica
- La differenza risulta dalla rettifica a livello di sistema dell'inventario dei dispositivi di illuminazione nell'esercizio 2025
- Il cambio di amministrazione presso la sede di Ginevra ha causato informazioni errate nel 2024
- Lo sgombero del magazzino e la sostituzione delle apparecchiature in seguito al consolidamento di Goldbach Neo ed ex Neo Advertising hanno portato a un aumento dei valori di smaltimento nel 2024
- Valore iniziale artificialmente elevato: il consumo di carburante del 2024 è stato calcolato due volte da ClimatePartner
- Riscaldamento a gas naturale erroneamente contabilizzato nello Scope 1 nel 2024 – la riclassificazione aumenta matematicamente lo Scope 2 per il 2025
- Dal 2025, inclusione dell'elettricità verde sul suolo pubblico
- Valore medio di supporti pubblicitari cartacei illuminati, spazi pubblicitari digitali e formati LED in m²

STANDARD SOCIALI «PEOPLE»

A tutti i membri del personale con contratto di lavoro presso Goldbach Neo OOH AG, compresi apprendiste/i e tirocinanti.

GRI 401	OCCUPAZIONE 2016	5 DEVELOPPO ECONOMICO	8 MIGLIORAMENTO DELLA FORZA LAVORATIVA	10 MIGLIORAMENTO DELLA VITA DELLA COMUNITÀ	2024	2025	QUOTA IN % DEL TOTALE	VARIAZIONE IN % RISPETTO AL 2024
GRI 401-1	Assunzioni totali ¹				100	36	100.0	-64.0
GRI 401-1	- di cui donne				30	8	22.2	-73.3
GRI 401-1	- di cui uomini				70	28	77.8	-60.0
GRI 401-1	- di cui under 30				19	11	30.6	-42.1
GRI 401-1	- di cui tra i 30 e i 50 anni				53	18	50.0	-66.0
GRI 401-1	- di cui over 50				28	7	19.4	-75.0
GRI 401-1	Tasso di assunzione in % ¹				39	14	-	-64.1
GRI 401-1	- di cui donne				49	14	-	-71.4
GRI 401-1	- di cui uomini				36	14	-	-61.1
GRI 401-1	- di cui under 30				59	37	-	-37.3
GRI 401-1	- di cui tra i 30 e i 50 anni				46	15	-	-67.4
GRI 401-1	- di cui over 50				26	7	-	-73.1
GRI 401-1	Totale rapporti di lavoro interrotti				38	34	100.0	-10.5
GRI 401-1	- di cui donne				12	10	29.4	-16.7
GRI 401-1	- di cui uomini				26	24	70.6	-7.7
GRI 401-1	- di cui under 30				9	5	14.7	-44.4
GRI 401-1	- di cui tra i 30 e i 50 anni				21	12	35.3	-42.9
GRI 401-1	- di cui over 50				8	17	50.0	112.5
GRI 401-1	Tasso di fluttuazione in %				15	13	-	-13.3
GRI 401-1	- di cui donne				20	17	-	-15.0
GRI 401-1	- di cui uomini				13	12	-	-7.7
GRI 401-1	- di cui under 30				28	17	-	-39.3
GRI 401-1	- di cui tra i 30 e i 50 anni				18	10	-	-44.4
GRI 401-1	- di cui over 50				7	16	-	128.6
GRI 401-1	Totale membri del personale				256	257	100.0	0.4
GRI 401-1	- di cui full-time				194	198	77.0	2.1
GRI 401-1	- di cui part-time				62	59	23.0	-4.8

GRI 403	SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018	3 MIGLIORAMENTO DELLA SALUTE DELLA FORZA LAVORATIVA	8 MIGLIORAMENTO DELLA FORZA LAVORATIVA	10 MIGLIORAMENTO DELLA VITA DELLA COMUNITÀ	2024	2025	QUOTA IN % DEL TOTALE	VARIAZIONE IN % RISPETTO AL 2024
GRI 403-9	Numero di infortuni sul lavoro ²				12	10	100.0	-16.7
GRI 403-9	- di cui donne				0	0	0.0	0.0
GRI 403-9	- di cui uomini				12	10	100.0	-16.7
GRI 403-9	- di cui contusioni				3	3	30.0	0.0
GRI 403-9	- di cui contusioni da schiacciamento				1	1	10.0	0.0
GRI 403-9	- di cui slogature				2	0	0.0	-100.0
GRI 403-9	- di cui altri				6	6	60.0	0.0
GRI 403-9	Giorni di assenza ⁴ per infortuni sul lavoro ²				117	281	100.0	140.2
GRI 403-9	- di cui donne				0	0	0.0	0.0
GRI 403-9	- di cui uomini				117	281	100.0	140.2
GRI 403-10	Casi di malattia ³				284	313	100.0	10.2
GRI 403-10	- di cui donne				59	71	22.7	20.3
GRI 403-10	- di cui uomini				225	242	77.3	7.6
GRI 403-10	Giorni di assenza ⁴ per malattia ³				2'750	2'273	100.0	-17.3
GRI 403-10	- di cui donne				133	552	24.3	315.0
GRI 403-10	- di cui uomini				2'617	1'721	75.7	-34.2

¹ Le assunzioni del 2024 sono motivate dall'integrazione di Neo Advertising nella nuova Goldbach Neo

² Segnalazioni all'assicurazione infortuni sul lavoro

³ Segnalazioni a partire dal 1° giorno lavorativo

⁴ Giorni lavorativi

GRI 404	FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016	2024	2025	VARIAZIONE IN	
				QUOTA IN % DEL TOTALE	% RISPETTO AL 2024
GRI 404-1	Ore di training ⁵	494	1494	100.0	202.4
GRI 404-1	- di cui donne	140	335	22.4	139.3
GRI 404-1	- di cui uomini	354	1159	77.6	227.4
GRI 404-1	- di cui non dirigenti	280	461	30.9	64.6
GRI 404-1	- di cui dirigenti	214	1033	69.1	382.7
GRI 404-1	Ø ore per donna	3	6	-	100.0
GRI 404-1	Ø ore per uomo	2	6	-	200.0
GRI 404-1	Ø ore per non dirigente	2	2	-	0.0
GRI 404-1	Ø ore per dirigente	4	25	-	525.0
GRI 404-1	Ore pagate per formazione esterna	336	496	100.0	47.6
GRI 404-1	- di cui donne	48	136	27.4	183.3
GRI 404-1	- di cui uomini	288	360	72.6	25.0
GRI 404-1	- di cui non dirigenti	296	456	91.9	54.1
GRI 404-1	- di cui dirigenti	40	40	8.1	0.0
GRI 404-1	Numero tirocini	1	1	-	0.0
GRI 404-1	Numero apprendistati	4	4	-	0.0
GRI 404-1	Apprendiste/i prese/i in carico	0	1	-	-

GRI 405	DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016	2024	2025	VARIAZIONE IN	
				QUOTA IN % DEL TOTALE	% RISPETTO AL 2024
GRI 405-1	Membri totali del personale	256	257	100.0	0.4
GRI 405-1	- di cui donne	61	59	23.0	-3.3
GRI 405-1	- di cui uomini	195	198	77.0	1.5
GRI 405-1	- di cui under 30	32	30	11.7	-6.3
GRI 405-1	- di cui tra i 30 e i 50 anni	116	120	46.7	3.4
GRI 405-1	- di cui over 50	108	107	41.6	-0.9
GRI 405-1	- di cui svizzere/i	166	166	64.6	0.0
GRI 405-1	- di cui straniere/i	90	91	35.4	1.1
GRI 405-1	Membri del personale con funzioni di dirigente	39	41	100.0	5.1
GRI 405-1	- di cui donne	11	8	19.5	-27.3
GRI 405-1	- di cui uomini	28	33	80.5	17.9
GRI 405-1	- di cui under 30	0	1	2.4	-
GRI 405-1	- di cui tra i 30 e i 50 anni	19	22	53.7	15.8
GRI 405-1	- di cui over 50	20	18	43.9	-10.0
GRI 405-1	Numero di nazionalità diverse	21	18	-	-14.3

GRI 405	DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016 Salario effettivo incl. bonus e premi	2024	2025
		UOMO/DONNA	UOMO/DONNA
GRI 405-2	- Livello personale	1:1,2	1.0:1,2
GRI 405-2	- Livello team leader	1:0,9	1.0:1.0
GRI 405-2	- Livello Operational Management	1:1	1.0:1.0
GRI 405-2	- Livello intera azienda	1:1,2	1.0:1,2

5 Training interni durante l'orario di lavoro

Membri del personale = tutte/i coloro che hanno in essere un contratto di lavoro con Goldbach Neo AG, inclusi tirocinanti e apprendiste/i. Tutti i dati sono aggiornati al 31.12.2025

GRI CONTENT INDEX

GRI 1 – STANDARD GRI APPLICATO

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 1	Standard GRI applicato	GRI 1: Principi di rendicontazione 2021

GRI 2: INFORMATIVA GENERALE 2021 – L'ORGANIZZAZIONE E LE SUE PRASSI DI RENDICONTAZIONE

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 2-1	Dettagli sull'organizzazione	RCSR, pagina 32
	Nome	Goldbach Neo OOH AG
	Offerta	https://goldbachneo.com/it/offerta
	Sede principale	Hünenberg
	Attività commerciale	Svizzera
GRI 2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	257 membri del personale in 10 sedi, 20'872 spazi pubblicitari di proprietà, Goldbach Neo non pubblica il bilancio o il conto economico
	Indicatori sul contenuto del rapporto	RCSR, pagine 28-31
	Periodo di rendicontazione	Dall'1.1.2025 al 31.12.2025
GRI 2-3	Pubblicazione dell'ultimo rapporto	Il rapporto dell'anno precedente riguarda l'esercizio 2024 ed è stato pubblicato a luglio 2025
	Frequenza	Annuale
	Punto di contatto	tanja.mueller@goldbachneo.com
GRI 2-4	Modifiche sostanziali	Nessuna
GRI 2-5	Assurance esterna	ClimatePartner Switzerland AG

GRI 2 – INFORMAZIONI GENERALI 2021 – ATTIVITÀ E LAVORATORI

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 2-6	Mercati	Mercato pubblicitario svizzero con committenti pubblicitari, agenzie pubblicitarie, agenzie di comunicazione e proprietari di immobili su suolo pubblico e privato
GRI 2-6	Catena di fornitura	Fornitori: produttori di supporti pubblicitari e partner contrattuali che affittano i luoghi dove affiggere tali supporti
		Produzione interna: produzione, vendita, fatturazione contraente, indennità, partner contrattuali
GRI 2-7	Personale	RCSR, pagine 30-31

GRI 2 – INFORMAZIONI GENERALI 2021 – GOVERNANCE

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 2-9	Struttura	https://goldbachneo.com/it/contatto/interlocutori
	Dichiarazione del CEO	RCSR, pagina 3
GRI 2-10	Organi di controllo	Società anonima: Goldbach Neo OOH AG è un'affiliata al 100% di Goldbach Group, società che fa parte del Gruppo TX

GRI 2 – INFORMAZIONI GENERALI – STRATEGIA, POLITICHE E PROCEDURE

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	RCSR, pagine 8-15 https://goldbachneo.com/de/inspiration/engagements/unsere-werte Linee guida del management: comuni e accreditate, che riconoscono il valore e le prestazioni
GRI 2-23	Impegni assunti tramite policy	RCSR, pagine 9-15 https://goldbachneo.com/de/inspiration/engagements/unsere-werte Risk management conformemente alle leggi e alle direttive svizzere
GRI 2-24	Iniziative esterne	https://goldbachneo.com/de/inspiration/engagements/corporate-responsibility
GRI 2-28	Adesioni	https://goldbachneo.com/it/inspirasiame/collaborazioni

GRI 2 – INFORMAZIONI GENERALI 2021 – COINVOLGIMENTO DEGLI STAKEHOLDER

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	RCSR, pagina 7
GRI 2-30	Accordi di contrattazione collettiva	Nessuno

GRI 3 – TEMI MATERIALI

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-1	Processo per determinare i temi materiali	RCSR, pagina 9
GRI 3-2	Elenco di temi materiali	RCSR, pagina 9
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagine 9-15

GRI 203 – IMPATTI ECONOMICI INDIRETTI 2016

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagina 14
GRI 203-1	Investimenti infrastrutturali e servizi finanziati	RCSR, pagina 14

GRI 205 – ANTICORRUZIONE 2016

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagina 15
GRI 205-1	Incidenti e rischi significativi identificati	RCSR, pagina 28
GRI 205-2	Comunicazione e formazione in materia di politiche e procedure anticorruzione	RCSR, pagina 28
GRI 205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	RCSR, pagina 28

GRI 301 – MATERIALI 2016

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagine 13, 19
GRI 301-1	Materiali utilizzati per peso e volume	RCSR, pagina 28
GRI 301-2	Materiali utilizzati che provengono da riciclo	RCSR, pagina 13
GRI 301-3	Prodotti recuperati o rigenerati e relativi materiali di imballaggio	RCSR, pagina 13

GRI 302 – ENERGIA 2016

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagina 12
GRI 302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	RCSR, pagina 29

GRI 305 – EMISSIONI 2016

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagina 9
GRI 305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	RCSR, pagine 23, 25, 29
GRI 305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	RCSR, pagine 23, 25, 29
GRI 305-3	Altre emissioni indirette di GHG (Scope 3)	RCSR, pagine 24, 25, 29

GRI 306 – RIFIUTI 2020

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagine 9, 13
GRI 306-3	Rifiuti prodotti	RCSR, pagina 29
GRI 306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	RCSR, pagina 29
GRI 306-5	Rifiuti destinati allo smaltimento	RCSR, pagina 29

GRI 401 – OCCUPAZIONE 2016

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagine 10, 11
GRI 401-1	Nuove assunzioni e turnover	RCSR, pagina 30

GRI 403 – SALUTE E SICUREZZA SUL LAVORO 2018

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagine 10, 17
GRI 403-9	Infortuni sul lavoro	RCSR, pagina 30
GRI 403-10	Malattie professionali	RCSR, pagina 30

GRI 404 – FORMAZIONE E ISTRUZIONE 2016

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagine 11, 17
GRI 404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	RCSR, pagina 31

GRI 405 – DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ 2016

STANDARD	CONTESTO	RIFERIMENTI, COMMENTI AGGIUNTIVI, OMISSIONI
GRI 3-3	Gestione dei temi materiali	RCSR, pagina 11
GRI 405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	RCSR, pagina 31
GRI 405-2	Rapporto dello stipendio base e retribuzione delle donne rispetto agli uomini	RCSR, pagina 31

GLOSSARIO

RCSR	Rapporto sulla Corporate Social Responsibility
------	--



COLOPHON

EDIZIONE A CURA DI

Goldbach Neo OOH AG
Bösch 67
6331 Hünenberg

AGGIORNAMENTO:

marzo 2026

Tutti i dati e le cifre, salvo diversa indicazione, sono da intendersi aggiornati al 31.12.2025