

# ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

MEMORIA ANUAL



2022

# Tabla de contenidos

## 01 4

### Nuestro modelo de negocio

- 1.1. Breve Descripción del modelo de negocio del Grupo
- 1.2. Presencia geográfica de JCDecaux en España
- 1.3. Principales factores y tendencias que intervienen en la evolución de JCDecaux
- 1.4. Estrategia y objetivos

## 02 16

### Matriz de materialidad de JCDecaux: la reflexión de las cuestiones a las que nos enfrentamos

## 03 18

### Bases para la elaboración del estado de información no financiera

## 04 20

### Enfoque de gestión - organización y gestión de la estrategia de desarrollo sostenible

- 4.1. Departamento de medio ambiente y calidad
- 4.2. Redes de desarrollo sostenible
- 4.3. Aplicación de la estrategia de desarrollo sostenible
- 4.4. Nota metodológica sobre el estado de información no financiera

## 05 22

### Nuestro compromiso medioambiental

- 5.1. Efectos previsibles de nuestras actividades en el medio ambiente
- 5.2. El principio de precaución
- 5.3. Inversiones, gastos y garantías en materia medioambiental
- 5.4. Consumo Energético - Compromisos y Objetivos
- 5.6. Economía Circular: Reciclaje de Residuos
- 5.7. Gestión del agua
- 5.8. Prevención de la biodiversidad

## 06 34

### Nuestro compromiso social

- 6.1. JCDecaux como organización responsable (distribución empleados)
- 6.2. Organización del trabajo
- 6.3. Política de seguridad y salud
- 6.4. Relación con los Trabajadores
- 6.5. Formación y desarrollo profesional
- 6.6. Accesibilidad para personas con discapacidad
- 6.7. Diversidad e igualdad profesional
- 6.8. Implementar una política social ambiciosa
- 6.9. Cultura de cumplimiento

## 07 54

### Nuestro compromiso con los grupos de interés

- 7.1. Proveedores - fomentar el desarrollo sostenible en la política de compras
- 7.2. Fortalecer el compromiso de los empleados con el desarrollo sostenible
- 7.3. Relaciones con las ciudades, empresas de transporte y otros actores locales
- 7.4. Relaciones con anunciantes
- 7.5. Relaciones con los usuarios
- 7.6. Protección de datos personales y respeto a la privacidad
- 7.7. Contribución de JCDecaux a las comunidades locales
- 7.8. Acciones de asociación y patrocinio

## 08 66

### Información fiscal

- 8.1. Beneficios obtenidos
- 8.2. Impuesto sobre beneficios pagados
- 8.3. Subvenciones públicas recibidas

## 09 68

### Presencia de JCDecaux en los índices internacionales ESG

## 10 70

### Índice de contenidos requeridos por la ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad

01

# Nuestro modelo de negocio

## Un modelo virtuoso inventado por Jean-Claude Decaux en 1964

Mobiliarios y servicios sostenibles e innovadores, financiados por las marcas y su publicidad



En el corazón de la economía funcional: el diseño, instalación y mantenimiento de productos y servicios útiles a los ciudadanos para una ciudad y movilidad inteligente y responsable.

### 1.1. Breve descripción del modelo de negocio del Grupo

JCDecaux es el líder mundial en publicidad exterior. Nuestro modelo económico, inventado por Jean-Claude Decaux en 1964, es proporcionar a las ciudades productos y servicios de calidad, que sean útiles para los ciudadanos, económicamente sostenibles, financiados por la publicidad, creando así valor económico y social.

La presencia de JCDecaux se encuentra en todas las categorías de publicidad exterior:

- **Mobiliario urbano**, que se refiere a la comercialización de espacios publicitarios en soportes como MUPI® de 2 m<sup>2</sup>, columnas multiservicio, relojes termómetro, aseos, quioscos, etc.
- **Centros Comerciales** con la comercialización de soportes tamaño MUPI y Gran Formato.
- **Transportes**, que se centra en la publicidad en redes de transporte terrestre (tren, metro, tranvía, autobuses) y aeropuertos.
- **Gran Formato**, dentro del cual se engloban soportes retroiluminados, grandes lonas de fachada, luminosos, etc.

Este modelo ofrece muchas ventajas en particular en su dimensión de servicio ya que:

- Ofrece a los ciudadanos y usuarios productos y servicios que no tienen impacto en las finanzas locales y los contribuyentes.
- Contribuye a mejorar la calidad de vida en la ciudad, desarrollando más servicios para los ciudadanos (accesibilidad, movilidad flexible, conectividad, etc.).
- Es parte de la economía de la funcionalidad: JCDecaux proporciona soportes de alta calidad diseñados para durar en el tiempo, que siguen siendo principalmente de su propiedad, son mantenidos por los equipos de JCDecaux y pueden ser renovados para su reutilización.
- Contribuye a la sostenibilidad de las ciudades, aportando mobiliarios que ayudan a la recogida selectiva de residuos, como pilas y acumuladores, baterías y vidrio, o con sistemas de depuración del aire, como las marquesinas con techo vegetal, entre otras medidas.
- Contribuye al embellecimiento de entornos en los que los soportes se integran a través de diseños estéticos y soluciones innovadoras con un alto valor agregado.
- De este modo, según el modelo de negocio de JCDecaux, la publicidad en soportes permite:
- Financiar los servicios prestados por el mobiliario y el desarrollo de nuevas soluciones para los ciudadanos.
- Contribuir al desarrollo de los actores económicos locales y la influencia de las marcas.

Las actividades principales de la empresa son el desarrollo de estos productos y servicios, su instalación y mantenimiento durante la duración de los contratos, y la venta de espacios publicitarios a anunciantes internacionales, nacionales y locales.

## Posicionamiento Internacional 2022

Ranking de JCDecaux en publicidad exterior



**+80**  
PAÍSES

**5**  
CONTINENTES

**3.573**  
CIUDADES\*

**+850 M**  
AUDIENCIA DIARIA  
POTENCIAL

**+11.000**  
EMPLEADOS

**3.317 M€**  
FACTURACIÓN 2022

2022 ANNUAL RESULTS JCDecaux.

\* Ciudades con más de 10.000 habitantes.

## Experiencia Internacional

Especialista en los tres segmentos de la comunicación exterior



MOBILIARIO  
URBANO  
**Nº 1 MUNDIAL**  
75 PAÍSES  
603.119 CARAS



TRANSPORTE Y  
AEROPUERTOS  
**Nº1 MUNDIAL**  
49 PAÍSES  
330.470 CARAS



GRAN  
FORMATO  
**Nº1 EUROPEO**  
58 PAÍSES  
81.162 CARAS

2022 ANNUAL RESULTS JCDecaux

## 1.2. Presencia geográfica de JCDecaux en España

La filial española fue creada en 1982. En los 40 años de experiencia de JCDecaux en España, se han gestionado multitud de contratos, siendo la cifra actual, de 104 contratos en los entornos de Mobiliario Urbano, Centros Comerciales y Transporte, y más de 300 en el sector de Gran Formato. JCDecaux está presente en más de 49 ciudades españolas.

Los soportes de JCDecaux se encuentran presentes en todos los ámbitos relevantes de la Comunicación Exterior a nivel nacional. Dispone de una oferta multientorno y multiformato (Mobiliario Urbano, Centros Comerciales, Metro, Autobuses, Vallas, Lonas y Bicicletas de libre servicio) que permite trabajar con transversalidad y ofrecer sinergias a nuestros clientes, gracias a ofertas combinadas que potencien sus objetivos de marca, y que permitan incrementar la frecuencia de contactos al estar presentes a lo largo del Customer Journey del individuo.

### +50.000 ESPACIOS PUBLICITARIOS



C. COMERCIALES  
**61** centros  
**871** caras  
**36** GFD



JCDecaux cuenta con presencia en más de **189 municipios** y en **46 capitales** de provincia. Un patrimonio de **+ 50.000 espacios publicitarios** que alcanzan a una audiencia que supera los **18 Millones**



## MOBILIARIO URBANO

Dentro del sector del mobiliario urbano, JCDecaux está presente en 23 capitales de provincia, y en 18 de las 20 principales ciudades por número de habitantes. Los circuitos de JCDecaux alcanzan la mayor cobertura del mercado superando los 15 millones de audiencia (80 % de la población en aquellas ciudades/municipios donde está presente).

## TRANSPORTES

- **AUTOBUSES:** Exclusivas en autobuses de Granada y Grupo Ruiz con autobuses urbanos de Toledo, Salamanca, Linares, La Rinconada e interurbanos de Madrid.
- **METRO / TRANVIA:** En metro, JCDecaux comercializa de forma exclusiva, para cualquier formato publicitario (mupis papel, digital o marketing espectacular), las principales redes españolas (Madrid, Barcelona y Bilbao), que concentran 2,6 millones de usuarios semanalmente. Los Tranvías de Barcelona y Zaragoza también son gestionados por JCDecaux.

## GRAN FORMATO

En Gran Formato, JCDecaux alcanza a 8,3 millones de individuos, y está presente en 32 provincias, con 158 millones de impactos/semana.

## CENTROS COMERCIALES

Una cuidada selección de Centros Premium y cobertura a nivel nacional. JCDecaux cuenta con los centros TOP en cada una de las provincias en las que está presente. Un total de 59 centros, con 12 de ellos situados en el TOP 20 a nivel nacional. Una afluencia total anual de 410 millones de personas.



## 1.3. Principales factores y tendencias que intervienen en la evolución de JCDecaux

El enfoque transversal de Desarrollo Sostenible permite a la empresa anticiparse a los futuros cambios que puedan afectar a su negocio, así como estudiar los riesgos y las oportunidades de mercado.

Para el Grupo JCDecaux a nivel mundial, la integración del Desarrollo Sostenible en la estrategia de la empresa facilita la gestión de los riesgos relacionados con los retos medioambientales y sociales, siendo además un impulsor de la innovación y un activo para el desarrollo económico a medio y largo plazo.



## ACELERACIÓN DE LA URBANIZACIÓN MUNDIAL Y EL DESARROLLO DEL TRANSPORTE. CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

El **68 %** de la población mundial vivirá en áreas urbanas en 2050.

\*Fuente: ONU dept. de asuntos económicos y sociales

Aparición de "ciudades cada vez más globales" en los países en vías de desarrollo; estarán interesadas en ofrecer a los residentes más servicios; mayor accesibilidad, conectividad, movilidad, etc.

El **68 %** de la población vivirá en zonas urbanas de cara a 2050.

\*Fuente: ONU dept. de asuntos económicos y sociales.

Crecimiento de la audiencia de publicidad exterior en las ciudades.

**4,3 %** de crecimiento anual del tráfico aéreo entre 2017 y 2036.

\*Fuente: Previsión Global Airbus 2019

Mayor impacto ambiental de las ciudades y los sistemas de transporte y búsqueda de soluciones con bajas emisiones de carbono.

### RIESGOS Y OPORTUNIDADES PARA JCDECAUX

- Una urbanización más rápida potencia la estrategia de desarrollo internacional de JCDecaux, especialmente en los países emergentes.
- Este desarrollo ofrece nuevas oportunidades para la innovaciones tecnológicas, empresariales o medioambientales a través de nuevos productos y Servicios que satisfacen o incluso anticipan las necesidades de estas "ciudades globales".
- El aumento de la urbanización y la presencia global proporcionan una audiencia más amplia para los anunciantes a través de redes globales, nacionales y locales.

## Presencia Digital JCDecaux 2022

En total, JCDecaux dispone a fecha 31 de diciembre de 2022 de un parque digital de 1.784 caras digitales y 42 de Gran Formato, distribuidas en 31 ciudades más importantes de España.

## DIGITALIZACIÓN

JCDecaux es pionero en la digitalización del mobiliario en España. Inició su transformación en 2011 con la instalación de 23 pantallas digitales en el Centro Comercial La Marineda.

En la actualidad los espacios publicitarios explotados por JCDecaux, incluido el entorno Retail, se integran en el **circuito digital más grande de España:**

- Mobiliario Urbano con 571 caras de digital, y 1 de Gran Formato.
- Centros Comerciales con 861 caras digitales, y 36 de Gran Formato.
- Metro, con 252 caras digitales y 4 de Gran Formato.



## CAMBIO CLIMÁTICO. CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

Las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero deberán haberse reducido entre un **40 y un 70 % en 2050** (con respecto a su nivel de 2010) para limitar el calentamiento global a 1,50C en 2100.

\*Fuente: IPCC, 2018: Resumen para responsables de políticas.

Las empresas deben unir sus objetivos para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero con la tendencia de los dos grados que se fijó en el Acuerdo de París (COP 21)

Las ciudades son responsables del **70 % de las emisiones de gas invernadero**.

\*Fuente: ONU art. "Las ciudades, causas y solución del cambio climático", sept 2019.

Las empresas deben adaptar sus productos y servicios al Nuevo contexto climático (temperaturas más altas y aumento del nivel del mar, aumento del número de fenómenos meteorológicos extremos, mayor escasez de recursos hídricos, etc.).

El **90 % de los desastres naturales están relacionados con el clima**.

\*Fuente: ONU.

Las ciudades están ávidas de encontrar soluciones para mitigar su impacto ambiental y ayudarlas a adaptarse al cambio climático.

### RIESGOS Y OPORTUNIDADES PARA JCDECAUX

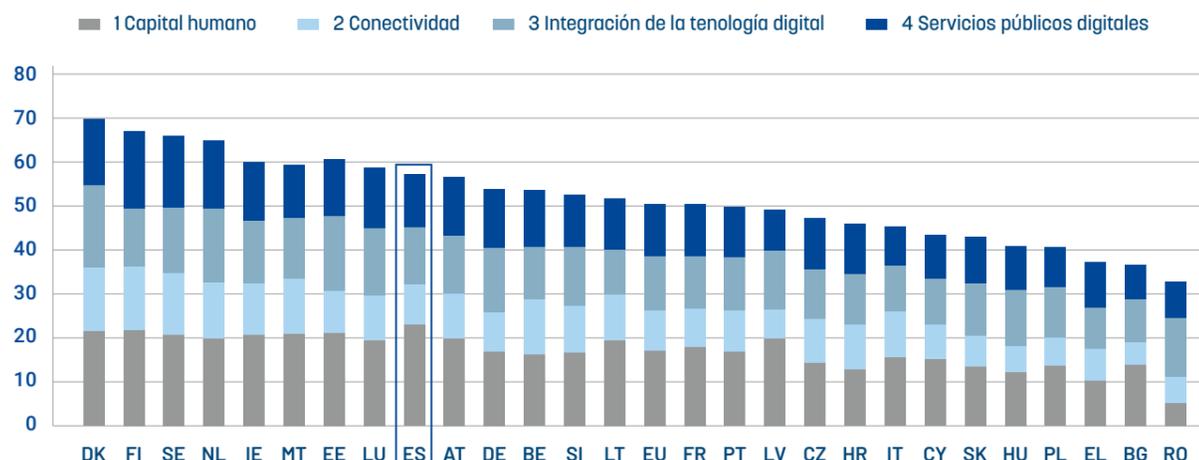
- La reducción del consumo energético de JCDecaux para unirse a la tendencia del 1,50C es un gran reto para el Grupo, así como una oportunidad para consolidar aún más su ventaja competitiva.
- Existen oportunidades significativas en las ciudades a la hora de desarrollar nuevos servicios para adaptarse al cambio climático: sensores de medición de la contaminación para alertar sobre picos de polución, alertas sobre fenómenos meteorológicos extremos, participación en el desarrollo de la biodiversidad en las ciudades (por ejemplo, la revegetación del mobiliario urbano), etc.

## TRANSFORMACIÓN DIGITAL. CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

España se posiciona en **9ª posición** en el índice DESI de 2021 (Digital Economy and Society Index) que realiza el seguimiento de los progresos realizados por los Estados miembros de UE en materia de competitividad digital, mejorando dos posiciones con respecto al año anterior.

\*Fuente: DESI (Digital Economy and Society Index) 2021.

### Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI), clasificación de 2021



Las empresas y administraciones públicas de nuestro país continúan avanzando en su camino hacia la digitalización, con las oportunidades que ello conlleva: optimización de procesos, mejora de la experiencia de usuarios, e innovación en los productos y servicios ofrecidos. Así lo recogen varios de los informes que se publicaron durante 2021, comenzando por el índice DESI, elaborado en el marco de la Comisión Europea.

\*Fuente: Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Noticia del 01.02.2022.

Crecimiento continuo de Internet de las Cosas (IdC) y proliferación de canales de comunicación, provocando la fragmentación de las tradicionales ofertas en medios de comunicación.

El **62 % de las pymes españolas tienen al menos un nivel básico de intensidad y el 24 % ha abrazado el e-commerce**, pero son pocas las empresas que aprovechan las tecnologías como la inteligencia artificial, los macrodatos o los servicios en la nube. La

respuesta para mejorar esta situación es el Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025, que cuenta con cinco ejes de actuación: digitalización básica para las pymes; apoyo a la gestión del cambio digital; fomento de la innovación disruptiva y del emprendimiento digital; apoyo a la digitalización sectorial; y coordinación y eficiencia.

\*Fuente: Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. Noticia del 01.02.2022.

Mayor generación de datos (big data) y mayor necesidad de gestionar y explotar los "datos inteligentes".

Búsqueda por parte de los anunciantes de soluciones innovadoras que premian dirigirse mejor a una audiencia más móvil y más conectada ávida de interactividad.

Mayor necesidad de servicios urbanos inteligentes para facilitar la información y los flujos de tránsito en las ciudades.

### RIESGOS Y OPORTUNIDADES PARA JCDECAUX

- La publicidad en exteriores es el único medio de comunicación real que no se ve afectado por la fragmentación de las ofertas mediáticas, ya que el uso de las ciudades y del transporte público sigue creciendo.
- La transformación digital ofrece perspectivas para el desarrollo de nuevos servicios por parte de JCDecaux (digitalización de los medios de comunicación, desarrollo de contenidos interactivos, y servicios de conectividad como small cells, wifi, etc.), para ciudadanos, ciudades, empresas de transporte o anunciantes.
- Esta transformación también agudiza la necesidad de un mayor control del consumo energético y de la implementación de sistemas de seguridad informática y de protección de datos aún más sofisticados.

## CAMBIO DE LOS PATRONES DE CONSUMO. CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

El número de **plataformas colaborativas** en la nube se triplicará de esta parte llegando a **450**.

Están emergiendo nuevos modelos de negocio que ofrecen plataformas colaborativas y nuevos canales de información.

El **65 % de los conductores renunciará a su vehículo privado, gracias a la existencia de alternativas de movilidad compartida**.

\*Fuente: Estudio Smart Mobility "Tendencias uso de la movilidad compartida en las ciudades españolas" nov.2020.

Las personas desean cada vez más servicios que satisfagan sus necesidades en constante cambio, y tener acceso a estos servicios sin ser propietarios de los objetos en cuestión.

Cada año, la humanidad consume los recursos naturales renovables correspondientes a **1,56 planetas**.

\*Fuente: Red Global de la Huella Ecológica WWD, Informe Planeta vivo 2020.

Las ciudades quieren ofrecer a sus habitantes soluciones de servicios compartidos (movilidad sostenible, servicios de conserjería, etc.).

### RIESGOS Y OPORTUNIDADES PARA JCDECAUX

- Esta tendencia reafirma la pertinencia del modelo de negocio de JCDecaux basado en la economía funcional (la empresa conserva la propiedad de los elementos mobiliarios que pone a disposición de las ciudades y de las empresas de transporte, y puede renovarlos cuando el contrato expire).
- Estos cambios aumentan las perspectivas de crear nuevas oportunidades para el desarrollo de nuevos servicios (quioscos que ofrezcan servicios de conserjería, etc.) para las ciudades y sus habitantes, así como para el desarrollo de sistemas de bicicletas de libre servicio de JCDecaux.

## CAMBIO DE EXPECTATIVAS AL RESPECTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA. CONTEXTO Y PERSPECTIVA

Las empresas se enfrentan a expectativas públicas cada vez más elevadas que exigen una mayor transparencia y responsabilidad en cuanto a ética, derechos humanos, márketing responsable, etc.

Expansión de soft law, que lleva a la responsabilidad corporativa más allá de su enfoque tradicional para incluir a las empresas filiales, joint ventures, socios comerciales, subcontratistas y proveedores.

En 2016, la implementación de un enfoque de marketing responsable mejoró las relaciones con terceros en el 65 % de los directores de marketing de 44 marcas con importante reputación mundial (subida de 15 puntos respecto a 2014).

\*Fuente: ADEME el al, Succeeding with Responsible Marketing 2016.

Responsabilidad social de los medios de comunicación respecto a la difusión de contenidos y su impacto en la audiencia.

### RIESGOS Y OPORTUNIDADES PARA JCDECAUX

- La integración de estos avances proporciona a JCDecaux la capacidad de una diferenciación estratégica, una mejor relación con terceros, y un impulso para la innovación medioambiental, social y empresarial.
- El concepto de responsabilidad ampliada hacia el proveedor de JCDecaux se traduce en un enfoque de compras proactivo y responsable que garantiza un suministro fiable y de calidad.
- La gestión de contenido publicitario es un aspecto fundamental de la política de terceros de JCDecaux; es básico garantizar que los contenidos se ajustan a las normas, no ofenden la sensibilidad pública o no responden a las expectativas de la audiencia.

El análisis de estas perspectivas, los efectos y oportunidades que plantean, así como sus riesgos, permite anticipar las consecuencias de las cuestiones económicas, sociales y ambientales en las actividades empresariales de JCDecaux y ofrecer respuestas operativas concretas. Los principales puntos planteados por este análisis se integraron en el proceso de desarrollo de la matriz de materialidad del Grupo JCDecaux. La matriz ayuda a identificar y clasificar los temas prioritarios de la empresa en cuanto a la comprensión de las expectativas de terceros interesados.

#### Riesgos propios del negocio:

Digitalización cada vez mayor de los mobiliarios como consecuencia de:

- La utilización de pantallas digitales para la exhibición de campañas publicitarias.
- La instalación de acceso a wifi en determinados soportes para uso público.
- La utilización de complementos adicionales en los mobiliarios, para información al usuario.

### 1.4. Estrategia y objetivos

La estrategia del Grupo JCDecaux en su actual situación de basa en dos puntos principales, consistentes en la consolidación del actual perímetro de negocio, afianzando los actuales acuerdos comerciales, contando con el significativo desarrollo de la actividad de explotación publicitaria de los Centros Comerciales; y el segundo punto principal se centra en continuar con la política de desarrollo de la digitalización de los mobiliarios.

La consolidación de nuestro patrimonio favorece que determinadas variables con relevancia dentro de nuestra política de desarrollo sostenible, no se vea afectada, y nuestros objetivos no deban ser revisados en consecuencia. Sin embargo, el desarrollo

que el mobiliario digital de JCDecaux está llevando a cabo en los últimos años, es un aspecto con el que se está trabajando, para adaptar nuestros estándares ambientales, marcando objetivos que nos permiten permanecer dentro de nuestras exigencias de sostenibilidad.

La Estrategia de Desarrollo Sostenible se compone de seis prioridades repartidas entre los tres pilares del desarrollo sostenible: el medio ambiente, el componente social y los grupos de interés.

El objetivo de esta Estrategia es coordinar la actividad del Grupo en el ámbito del desarrollo sostenible.

Tabla resumen de las prioridades estratégicas, objetivos y resultados

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS	COMPROMISOS	OBJETIVOS	RESULTADOS 2022
Hacia espacios de vida más sostenibles	Promover una publicidad exterior responsable.	Implementar un Código Ético de Contenido de las campañas en 2022.	100 %
		Contribuir a apoyar uno o más de los ODS de las Naciones Unidas para 2025.	En planificación.
Contribuir a la neutralidad de carbono del planeta	Aumentar el reciclaje de residuos	Cero residuos en vertedero para 2035.	68 %
	Reducción la Huella de Carbono.	Reducción del 5 % de las emisiones de carbono derivado del consumo eléctrico de los mobiliarios en valor absoluto en 2030 (vs 2019).	En planificación.
		Reducción del 10 % de las emisiones de carbono derivado del consumo eléctrico de los mobiliarios por m <sup>2</sup> de cartel en 2030 (vs 2019).	
	Cálculo de la huella hídrica.	Establecer pautas de medición del agua para los principales procesos internos y externos de consumo de agua en 2022. Definir una estrategia de reducción de consumo de agua para 2023.	100 %
Acciones encaminadas al autoconsumo.	Instalación de Paneles Solares en el edificio de la Sede para autoconsumo en 2022. - 131.48KWh	100 %	
Hacia un entorno empresarial responsable	Empleador Responsable.	El 100 % de los empleados han realizado al menos un curso de formación durante el año para 2030.	En planificación.
	Empleador Responsable.	40 % de mujeres en nuestros comités de dirección ejecutiva para 2027.	En planificación.
	Realizar negocios de manera ejemplar.	30 % de los criterios de Desarrollo Sostenible incluidos en la calificación y evaluación de proveedores para 2023.	En planificación.
Fomentar una cultura de cumplimiento	Implantar un Modelo de Prevención de Delitos Penales.	Implantación al 100 % de un Modelo de Prevención de Delitos Penales con la identificación de riesgos y promulgación de controles internos, incluyendo formaciones en material de Compliance a toda la plantilla.	En planificación.
	Respetar el derecho de protección de datos personales.	Sensibilizar a los empleados en materia de protección de datos personales.	100 %

---

Nuestros ambiciosos objetivos son un reflejo de nuestra continua revisión y adaptación a los retos a los que se enfrenta nuestra actividad. Además, la mejora continua y la experimentación es lo que nos permite avanzar hacia nuestros objetivos y definir pragmáticamente nuestra hoja de ruta.

En los apartados siguientes se presenta información descriptiva y detallada sobre cada una de las prioridades estratégicas: “Nuestro compromiso medioambiental”, “Nuestro compromiso social” y “Nuestro compromiso con los grupos de interés”.

# 02

## Matriz de materialidad de JCDecaux: la reflexión de las cuestiones a las que nos enfrentamos

### 2. MATRIZ DE MATERIALIDAD DE JCDECAUX

En 2013, JCDecaux estableció su matriz de materialidad de forma interna, combinando las cuestiones ambientales, sociales del grupo y las cuestiones de sus terceros con las principales expectativas de sus grupos de interés.

Para identificar y clasificar las cuestiones prioritarias para el grupo y sus grupos de interés, se utilizaron herramientas diferentes:

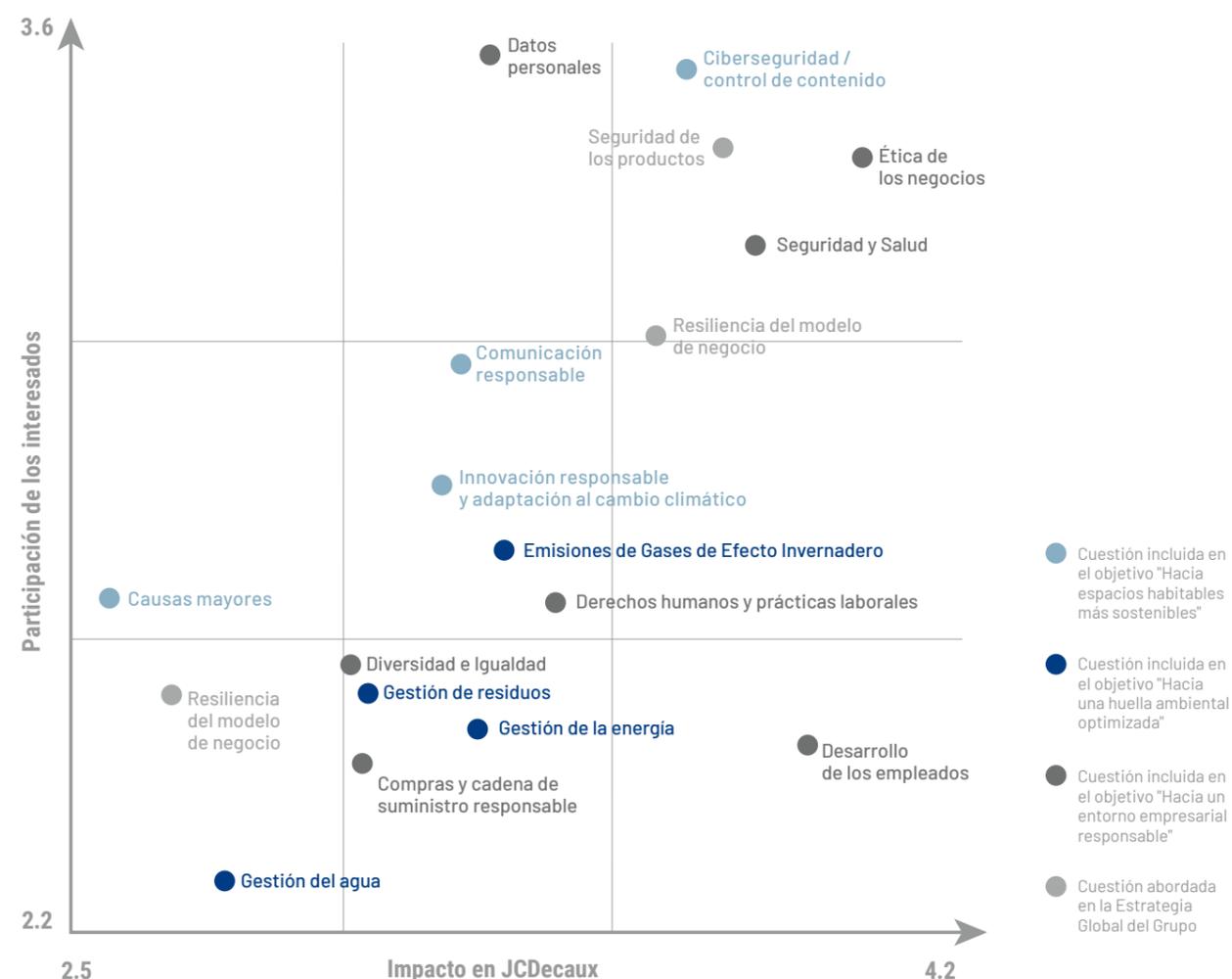
- Estudio de los riesgos y oportunidades que de ellas se derivan.
- Mapeo interno de los grupos de interés de JCDecaux (individuos o grupos de individuos que tengan efecto en la empresa

o que la empresa les afecte) e identificación de sus principales expectativas.

- Entrevistas internas con directivos de JCDecaux que estén en contacto con los grupos de interés, esto es, directores operativos y funcionales (Comercial, Finanzas, Relaciones con las Ciudades, Recursos Humanos, Marketing, etc.)
- Seguimiento de medios.

Esta información se combinó posteriormente en una matriz de materialidad que ayudó a identificar las cuestiones más importantes, tanto para JCDecaux como para sus grupos de interés.

Matriz de materialidad de JCDecaux



Una vez que se identificaron los retos estratégicos en la matriz de materialidad, JCDecaux pudo definir su Estrategia de Desarrollo Sostenible en consonancia con su estrategia empresarial, las actividades empresariales de sus filiales y las expectativas de sus grupos de interés.

Esta estrategia, que establece acciones prioritarias para el grupo y sus filiales, es deliberadamente operativa y está basada en seis prioridades a las que se asocian planes de acción, así como objetivos cuantitativos y cualitativos.

## 03

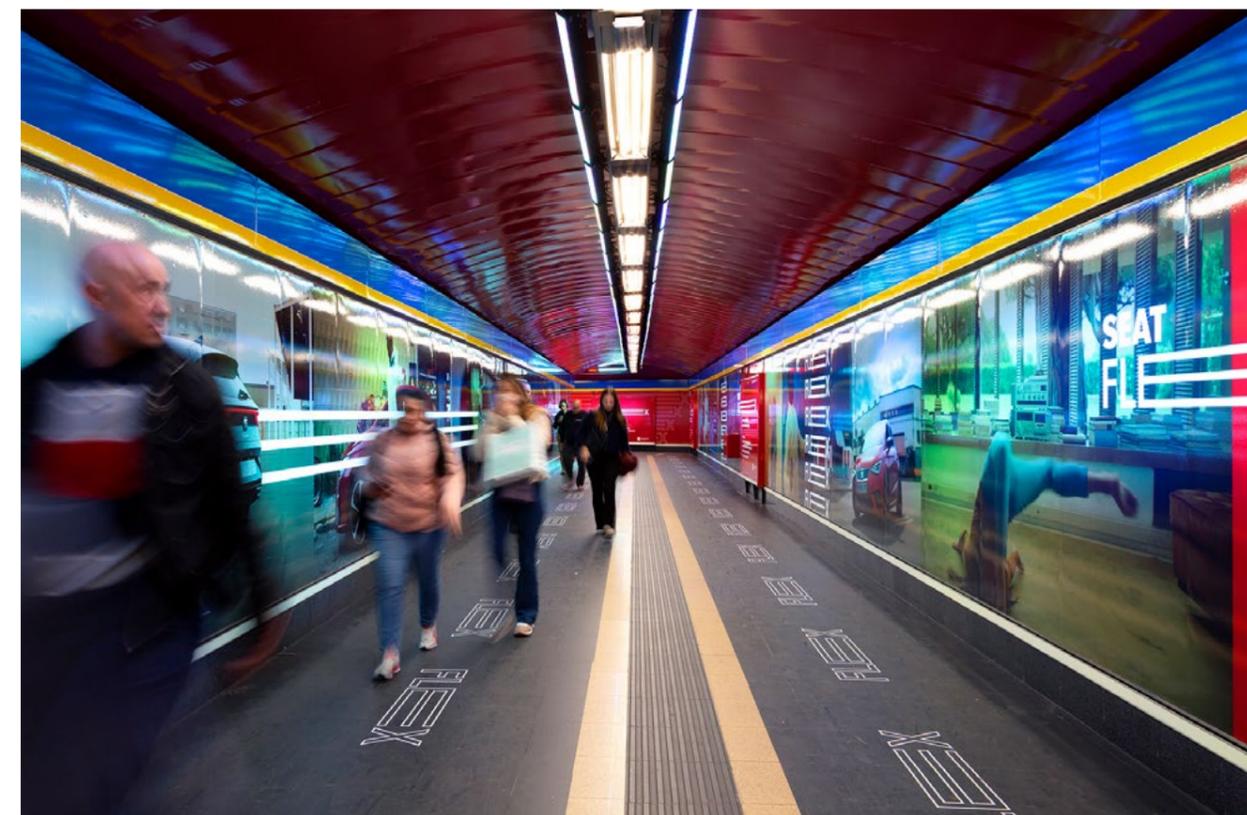
# Bases para la elaboración del estado de información no financiera

De cumplimiento con la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, JCDecaux España, S.L.U. incluye su Estado de Información No Financiera (EINF) en el Informe de Gestión Consolidado correspondiente al ejercicio comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022.

Este EINF ha sido preparado tomando como referencia algunos estándares de Global Reporting Initiative (GRI). Para ello, JCDecaux España, S.L.U. ha definido su contenido teniendo en cuenta la inclusión de grupos de interés, el contexto de sostenibilidad y los principios de materialidad y exhaustividad.

Los requisitos citados por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad que han sido identificados por JCDecaux España, S.L.U. junto con los estándares GRI utilizados se referencian en la tabla incluida en el apartado "10 Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad".

El presente Estado de Información No Financiera forma parte del Informe de Gestión de JCDecaux España S.L.U. No obstante, el informe se emite de manera separada.



## 04

# Enfoque de gestión – organización y gestión de la estrategia de desarrollo sostenible

## 4.1. Departamento de medio ambiente y calidad

El ámbito de actuación del Departamento de Medio Ambiente y Calidad abarca todos los sectores y actividades de JCDecaux. Tiene contacto directo con la Junta Directiva y proporciona a dicho órgano información actualizada sobre los resultados extrafinancieros, describiendo los avances en las prioridades de la Estrategia de Desarrollo Sostenible y sugiriendo nuevas iniciativas. Sus principales tareas son las siguientes:

- Asegurar la dinamización y coordinación de la Estrategia de Desarrollo Sostenible.
- Unificar e impulsar acciones para definir e implementar sus programas de desarrollo sostenible de acuerdo con la Estrategia de Desarrollo Sostenible del Grupo, así como estrategias propias de la filial española.
- Validar y consolidar la información extrafinanciera.
- Responder a las expectativas de grupos de interés internos y externos sobre cuestiones vinculadas al desarrollo sostenible.
- Dirigir la Política de Medio Ambiente y Calidad de JCDecaux España.

## 4.2. Redes de desarrollo sostenible

JCDecaux España dispone de responsables locales de medio ambiente en cada uno de los centros de trabajo existentes a lo largo del territorio nacional. Es personal debidamente formado que sirve de enlace local con el Departamento de Calidad y Medio Ambiente. Sus funciones consisten en llevar a cabo labores de control local, y de gestión de la información derivada de los aspectos ambientales propios de cada ciudad.

## 4.3. Aplicación de la estrategia de desarrollo sostenible

En 2013 se implementó la Estrategia de Desarrollo Sostenible en España, de la mano del Departamento de Desarrollo Sostenible y Calidad del Grupo.

A lo largo del año, la Estrategia viene siendo gestionada por el Departamento de Medio Ambiente y Calidad, los Departamentos Operativos y presentación de información a nivel local. Este seguimiento implica la revisión de los datos extrafinancieros y los intercambios periódicos de información para el seguimiento de los planes de acción.

La Junta Directiva evalúa los progresos alcanzados en la aplicación de la Estrategia. Durante estos exámenes, se revisan las prioridades, su contenido y los objetivos establecidos en base a los progresos alcanzados, los cambios en la empresa o el contexto.

Los indicadores de seguimiento de cada prioridad se presentan de forma anual en el Acta del Comité de Calidad y Medio Ambiente.

## 4.4. Nota metodológica sobre el estado de información no financiera

### 4.4.1. ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Todos los grupos de actividad (mobiliario urbano, transporte y gran formato) están incluidos en el ámbito de aplicación de la información no financiera de la entidad JCDecaux España, S.L., con excepción de las actividades de proveedores y subcontratistas.

### 4.4.2. PROCESO DE TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN

En 2010, JCDecaux lanzó una solución informática en línea para la transmisión de información no financiera que engloba a los tres pilares de la Estrategia de Desarrollo Sostenible (medio ambiente, sociedad y grupos de interés). En 2019, una aplicación web más potente, sustituyó a la puesta en vigor en 2010. Esta nueva aplicación permite la recopilación, análisis y procesamiento de los indicadores, la publicación de informes y la documentación necesaria para la recogida de datos y para el control de las respuestas a la información. Durante 2022 esta aplicación fue consolidada y se extendió su utilidad con reportes trimestrales.

Se llevan a cabo campañas de recogida de datos extrafinancieros de forma trimestral para los indicadores de “flujo” (por ejemplo, consumo de energía, residuos generados, etc.), y de forma anual para los indicadores de “valor” (por ejemplo, desglose de empleados). La recogida trimestral de datos hace que la información transmitida sea más fiable. La corrección de datos finaliza el 31 de diciembre de cada año.

Una vez que se han introducido los datos en la aplicación, pasan a ser controlados por el Departamento de Desarrollo Sostenible y Calidad del Grupo, que realiza comprobaciones de coherencia y revisa las discrepancias. Los datos validados se consolidan conforme al método de consolidación contable, denominado “adjusted”, para garantizar la coherencia con el informe financiero. Desde 2003, la información medioambiental reportada, se viene auditando de forma anual por una entidad independiente.

De forma paralela, trimestralmente se llevan a cabo desde la filial española la recogida y análisis de estos datos y otros complementarios, que permiten un estudio más detallado y adaptado a los procesos propios de la actividad en España.

### 4.4.3. USO DE LA INFORMACIÓN

La información recabada es analizada trimestralmente y comunicada y compartida con la Dirección de JCDecaux por el Departamento de Calidad y Medio Ambiente de la filial española, en una reunión anual en la que se estudian los principales aspectos significativos y sus implicaciones, y la búsqueda de acciones consecuentes.

Paralelamente, el Departamento de Desarrollo Sostenible y Calidad del Grupo analiza la información reportada por los diferentes países varias veces al año para representar gráficamente el desempeño no financiero y revisar los planes de acción y los resultados de sus principales filiales.

Los datos también se incluyen en el Documento de Registro del Grupo y sirven, además, para responder a las exigencias de las agencias de calificación no financieras y de los inversores socialmente responsables.

## 05

# Nuestro compromiso medioambiental

Desde los inicios, JCDecaux está fuertemente comprometido con la disminución del impacto ambiental de sus operaciones. Los análisis de riesgos ambientales han permitido identificar los principales impactos derivados de las actividades del Grupo JCDecaux: consumo energético fruto del funcionamiento de su mobiliario y flota de vehículos, materiales utilizados en las campañas y gestión de residuos entre otros.

La gestión del riesgo ambiental en JCDecaux España se realiza bajo el sistema de gestión medioambiental ISO 14001 que se encuentra certificado por entidad externa desde 2004, lo que le confiere una madurez y experiencia de 18 años en este ámbito. El alcance de esta certificación no incluye la actividad de Cyclocity.

Actualmente, los certificados de los sistemas de gestión basados en las Normas Internacionales ISO 9001 e ISO 14001 se encuentran en vigor hasta el año 2024. Anualmente tienen lugar las auditorías de seguimiento o recertificación, según correspondan, realizadas por la empresa certificadora.

La Junta Directiva revisa los compromisos medioambientales una vez al año, para evaluar los progresos realizados en cada una de las prioridades, y definir los pasos siguientes.

Los datos relativos a la estrategia de sostenibilidad abarcan al total de las sociedades del Grupo JCDecaux en España, sin embargo, los indicadores de desempeño que se desglosan en el presente informe únicamente abarcan a la sociedad JCDecaux España, S.L. En aquellos indicadores en los que esta disgregación de datos no es posible, se menciona de forma clara.

Durante el año 2022 no se ha registrado ningún expediente que derivara en multas o sanciones por incumplimientos de las leyes o normas medioambientales.

## 5.1. Efectos previsibles de nuestras actividades en el medio ambiente

Con el cada vez más acuciante escenario de cambio climático que se vive, los impactos derivados de nuestras actividades van tomando una creciente relevancia.

Desde el consumo eléctrico, de gas, carburantes, agua, materiales de mantenimiento y limpieza, cartelería, etc., todos ellos representan un impacto que debe ser tenido en cuenta.

Actualmente este dimensionamiento está perfectamente medido y definido en el ámbito de la publicidad "analógica". Los importantes cambios producidos en los últimos años en nuestro parque de mobiliario, con una cada vez mayor presencia de soportes digitales supuso una modificación significativa de este análisis y las relevancias de cada impacto, teniéndose en cuenta en la estrategia de sostenibilidad de JCDecaux.

Así como los procesos vinculados con la gestión de los soportes y publicidad no digital, tienen un mayor peso en cuanto a la generación de residuos como el papel de la cartelería, consumo de combustible, o la generación de residuos no reciclables, aquellos derivados de los soportes y publicidad digital lo tienen en mayor medida en cuanto al consumo eléctrico y generación de residuos RAEE principalmente.

JCDecaux lleva desempeñando su actividad en España desde 1982. La madurez de su actividad y su compromiso con la sostenibilidad encamina cada decisión de negocio a una mejor planificación y previsión de los efectos sobre el medio ambiente, la economía y la sociedad.

En cuanto a la adaptación al cambio climático, los activos de JCDecaux están asegurados ante los riesgos de eventos climáticos. Además, para asegurar que el mobiliario urbano y los sistemas resistan variaciones en el clima y los incrementos de temperatura, se realizan pruebas de resistencia al calor y simulaciones de resistencia mecánica por la Oficina de Diseño.

Es de resaltar, sin embargo, que las previsiones de incremento en frecuencia e intensidad de los periodos de extrema sequía por el cambio climático afectarán a los procesos de limpieza de los soportes. Por este motivo, JCDecaux está centrando sus esfuerzos en definir una estrategia de reducción de dicho consumo, para lo cual se ha desarrollado un proceso de medición y análisis detallado y exhaustivo del uso de este recurso en todos los procesos, que permitirá identificar aquellos puntos estratégicos donde las acciones tengan una mayor efectividad. Independientemente a estos resultados analíticos, algunas acciones encaminadas a un uso más eficiente del agua han sido implantadas en España.

Del mismo modo, los materiales utilizados en la fabricación de nuevos soportes, o en la renovación de determinados elementos, están enfocados en el cumplimiento de las políticas de economía circular, y utilización de materias primas más sostenibles, como es el caso de la madera o materiales reciclados.

## 5.2. El principio de precaución

Dentro de la matriz de análisis de riesgos medioambientales de JCDecaux, se encuentran definidas las acciones y controles necesarios para mitigar los distintos riesgos identificados y, así, asegurar un actual y futuro desarrollo sostenible.

Estas acciones, respaldadas con la contratación de un Seguro de Responsabilidad Ambiental, proporcionan seguridad frente a cualquier eventualidad.

### 5.3. Inversiones, gastos y garantías en materia medioambiental

Para cumplir con sus compromisos en materia medioambiental, JCDecaux invirtió en el año 2022 1.200.466,15 euros, incluyendo en este importe los gastos de la gestión de residuos por terceros, costes derivados del Sistema de Gestión Medio Ambiental, así como inversiones de renovación del mobiliario y sus instalaciones para mejorar la eficiencia energética de la organización, entre otros.

Debido a la naturaleza de la actividad que desarrolla la empresa, no existen provisiones en materia ambiental, si bien JCDecaux cuenta con un Seguro de Responsabilidad Medioambiental desde el año 2007.

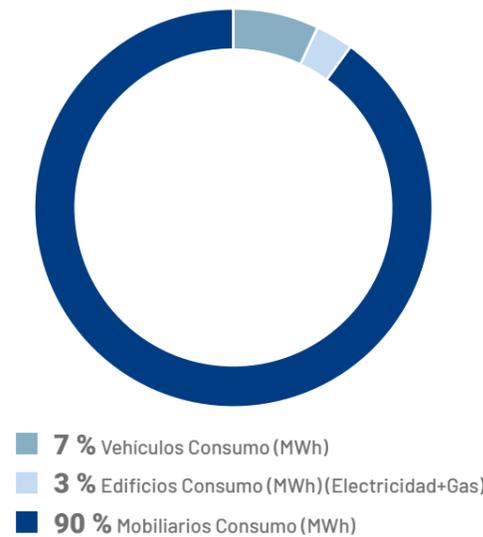
### 5.4. Consumo energético. Compromisos y objetivos

Como consecuencia de la actividad propia de JCDecaux España, el consumo energético es uno de los principales aspectos y objetivos dentro de la estrategia de sostenibilidad. La situación de crisis climática, junto con la actual crisis energética en la que se encuentran inmersos todos los países dentro de la Unión Europea, es crucial focalizarse en este aspecto y adoptar medidas urgentes de reducción del consumo energético.

El esquema de este consumo dentro de JCDecaux España se distribuye en tres principales pilares fundamentados en su nivel de impacto:

- Mobiliario (Mobiliario Urbano, Transportes y Gran Formato).
- Flota de Vehículos (industriales y turismos).
- Infraestructuras (Edificios)

Distribución consumo energético JCDecaux 2022



El consumo total de energía de JCDecaux España durante el año 2022 fue de **38.156 MWh**.

El consumo energético procede del suministro eléctrico de los mobiliarios gestionados por JCDecaux España (principal foco directo de consumo), consumo de combustible y electricidad por parte de la flota de vehículos, y consumo energético de electricidad y gas de los edificios.

	2021		2022	
	MWh ANUALES	% DEL TOTAL	MWh ANUALES	% DEL TOTAL
Consumo vehículos (MWh)*	2.693	7 %	2.668	7 %
Consumo mobiliario (MWh)**	32.982	89 %	34.351	90 %
Consumo edificios (ELECT+GAS)(MWh)	1.269	3 %	1.137	3 %
<b>TOTAL (MWh)</b>	<b>36.944</b>	<b>100 %</b>	<b>38.156</b>	<b>100 %</b>

Desglose del consumo energético de JCDecaux España.

\*Consumo procedente de la flota de vehículos industriales y turismos.

\*\*Consumo procedente de los soportes gestionados por JCDecaux España.

### 5.4.1. COMPROMISO N°1: REDUCIR EL CONSUMO ELÉCTRICO DEL MOBILIARIO URBANO

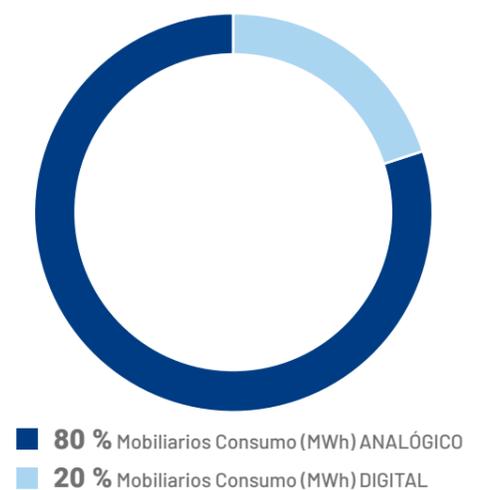
El consumo eléctrico del total del parque de mobiliario gestionado por JCDecaux en 2022, representa el **98 %** del consumo total de este recurso (34.351 MWh).

Por otro lado, el consumo del mobiliario propiedad de JCDecaux España ascendió a 14.795 MWh en 2022, siendo el análisis en detalle en lo relativo al mobiliario analógico y digital el siguiente:

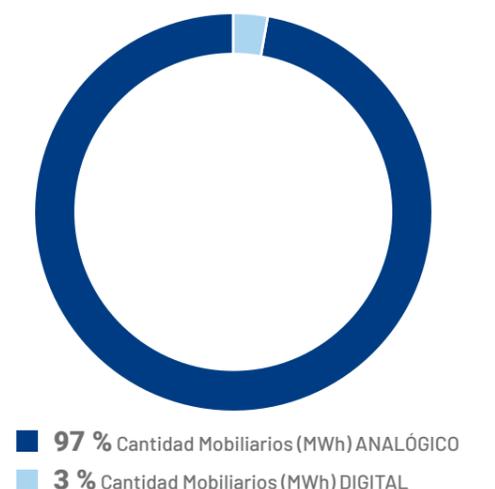
	MWh ANUALES 2021	MWh ANUALES 2022
Total Analógico	13.421	11.921
Total Digital	2.167	2.874
<b>Total General</b>	<b>15.587</b>	<b>14.795</b>

Considerando todo el mobiliario gestionado por JCDecaux, la distribución del consumo eléctrico y cantidad de soportes, en función del tipo de mobiliario es el siguiente:

Consumo eléctrico mob. analógico vs digital



Cantidad mob. analógico vs digital (%)

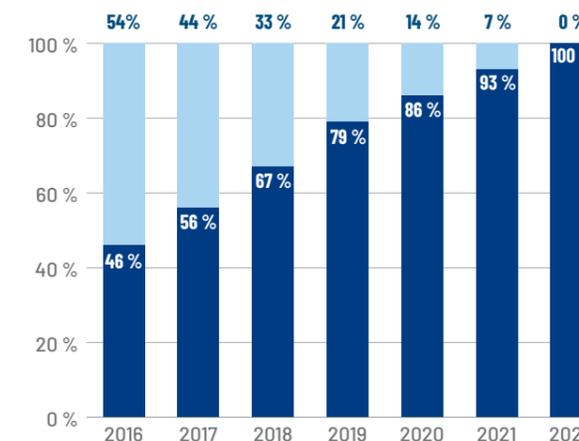


No obstante, uno de los más representativos objetivos de JCDecaux España es la utilización de electricidad 100 % renovable en todos sus procesos de consumo, incluyendo mobiliario que, en algunos casos, sin ser propiedad si son gestionados en cuanto a su mantenimiento y explotación publicitaria.

Desde 2011, año en el que se estableció el objetivo de alcanzar para 2022 un consumo total de la electricidad procedente de fuentes renovables, los porcentajes de dicha electricidad se ha ido incrementando progresivamente en los siguientes años. En 2022 prácticamente se logró dar cumplimiento a este compromiso, siendo el 99,85 % de la electricidad consumida generada por fuentes renovables, con una extensión temporal permanente.

En 2022, un total de 35.286 MWh proceden de estas energías renovables, lo que supone un 92,48 % de la energía total consumida.

Evolución consumo electricidad verde vs electricidad convencional



En 2022 tuvo lugar un cambio en la forma de medir las emisiones de CO<sub>2</sub> derivadas de las actividades de JCDecaux a nivel mundial. Liderado por el Grupo, desde Francia se llevó a cabo el desarrollo de la metodología y plataforma para el cálculo de la huella de carbono en los 3 alcances para todos los países en los que JCDecaux está presente.

El impacto producido la actividad de JCDecaux en todas las sociedades del Grupo JCDecaux en España (JCDecaux España, S.L. y JCDecaux Atlantis, S.A.) es el siguiente:

- **Scope 1:** 756,12 TC02e
- **Scope 2:** 21,67 TC02e
- **Scope 3:** 7857,10 TC02e

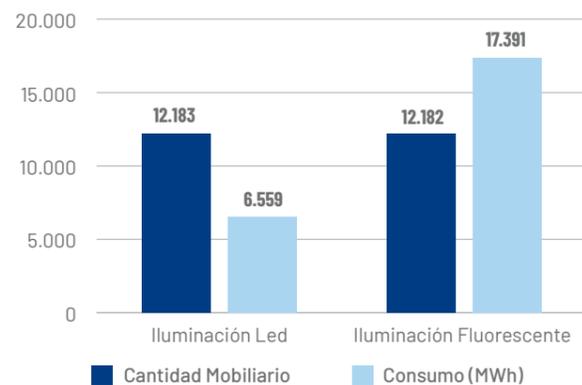
Los datos de huella de carbono procedente de las actividades de JCDecaux en España se han calculado de acuerdo a la metodología establecida en el Registration Document 2022 del Grupo.

### Nuestras acciones

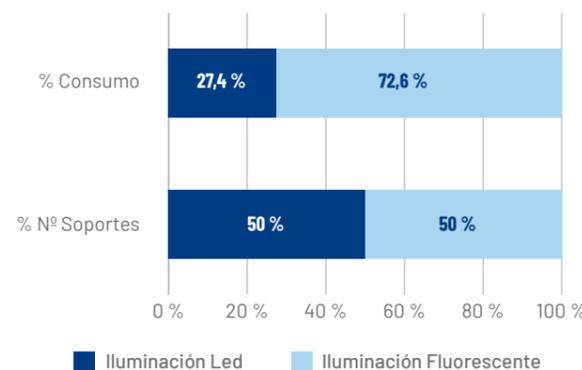
JCDecaux ha reducido su consumo de energía a través de diferentes iniciativas: medidas de eficiencia energética incluidas en el diseño y utilización del mobiliario, así como un consumo neutralizado.

JCDecaux ha definido normas de iluminación para el mobiliario analógico de nuevo diseño que son aplicables a todos los nuevos contratos. Se han determinado los umbrales de consumo por tipo de mobiliario, en términos de potencia, intensidad y uniformidad lumínica. El uso casi sistemático de la tecnología LED ofrece un ahorro de energía de más del 60 % comparado con el consumo de tubos ferromagnéticos y del 50 % comparado con los tubos electrónicos. A fecha 31 de diciembre de 2022, el 50 % del parque de mobiliario publicitario de JCDecaux España está equipado con iluminación LED.

#### Comparación por tipo de iluminación



#### Mobiliario Iluminación LED vs iluminación t. Fluorescente



No obstante, el inicio de actividad de nuevos contratos es un proceso lento, por lo que JCDecaux también desarrolla soluciones para mejorar la eficiencia energética del mobiliario ya instalado bajo el paraguas de contratos en vigor.

El compromiso de JCDecaux España consiste en ofertar y potenciar la instalación de este tipo de sistemas, no obstante, son las

condiciones técnicas de los pliegos de condiciones de los concursos públicos los que definen los avances técnicos deseados por cada institución.

En 2022 se siguen llevando a cabo acciones de renovación de tecnologías de iluminación de sus muebles instalados, reemplazando la iluminación existente por iluminación LED. Al vincular la tecnología LED a un sistema de modulación de la intensidad luminosa según un esquema de iluminación, la reducción del consumo de electricidad es aún más significativa.

Además de la iluminación LED, también se invierte en la instalación de paneles solares en los soportes que contribuyen a disminución de la huella de carbono y consumo eléctrico. En 2022 los mobiliarios complementados con paneles solares son:

- SAE con paneles solares. Superficie total **65,49m²**.
  - 35 Sabadell.
  - 22 Alicante.
  - 36 Sant Joan Despí.
- Marquesinas con iluminación LED, alimentada por panel solar y batería. Superficie total **21,53m²**.
  - 19 Murcia.
  - 16 Alicante.
- Postes parada de autobús alimentados por paneles solares. Superficie total **35,84m²**.
  - 178 Bilbao.

La superficie total de paneles solares instalados en los mobiliarios a nivel nacional es de **122,82 m²**.

JCDecaux también tiene un ambicioso compromiso de adquisición de energía renovable, para cubrir el 100 % del consumo de electricidad en 2022. Los certificados de garantía de fuentes renovables cumplen un estricto conjunto de especificaciones: la electricidad adquirida debe haber sido producida localmente, y en el mismo año de la compra, y se excluyen las obras hidráulicas a gran escala (+10 MWh).

En el último año JCDecaux España ha renovado los sistemas de iluminación de 636 mupis, pasando de un sistema convencional de tubos fluorescentes con un consumo medido de 200W, a un sistema LED con un consumo de 45W.

#### La distribución de instalaciones es la siguiente:

CIUDAD	Nº MUPIS CAMBIO LED
VILADECANS	110
MÓSTOLES	190
OVIEDO	336
<b>TOTAL</b>	<b>636</b>

### Mobiliario digital

El mobiliario digital representa, en 2022 un 3 % con respecto al parque total gestionado de mobiliario. Los Mupi Digitales de exterior utilizan sistemas de ventilación forzada, en lugar de máquinas de aire acondicionado para su refrigeración. Esto permite reducir el consumo de 2.500W a aproximadamente 380W máx. Actualmente contamos con 220 unidades de este tipo. Nuestro compromiso consiste en ofertar y potenciar la instalación de este tipo de sistemas, condicionado en algunas ocasiones por los pliegos de concursos de los que es partícipe JCDecaux.

Paralelamente, en los últimos años, JCDecaux España está trabajando en la optimización de las iluminaciones de las pantallas digitales que busca aumentar la vida útil de las mismas. Los logros alcanzados suponen un alargamiento de la vida de las pantallas de un 30 %, evitando una obsolescencia prematura. Adicionalmente, se reduce un 10 % la contaminación lumínica y el consumo eléctrico.

acompañando a esas medidas, se ha producido igualmente una evolución de a tecnología y reducción de consumo en los PC Player, con la introducción de un nuevo modelo con mayor fiabilidad y menor consumo (73 % del consumo del modelo actual). Este nuevo Player está actualmente instalado en aproximadamente un 10 % del parque digital.

### Objetivos estratégicos y resultados

OBJETIVOS	INDICADORES	2022	COMENTARIOS Y PRÓXIMOS PASOS
<b>Reducción del 5 % de las emisiones de carbón vinculadas al consumo eléctrico del mobiliario en valor absoluto para 2030 con respecto a valores de 2019.</b>	Implantación de medidas técnicas y acciones que contribuyan a reducir las emisiones de carbón.	Valor pendiente de confirmar	El consumo eléctrico de mobiliario analógico ha disminuido como consecuencia de las políticas de cambio de iluminación a tecnología LED llevados a cabo a lo largo del año 2022.  <b>Próximos pasos:</b> Bajo estudio algunas acciones de reducción de los tiempos de iluminación.
<b>Reducción del 10 % de las emisiones de carbón vinculadas al consumo eléctrico del total del mobiliario por m² de marco publicitario para 2030 con respecto a valores de 2019.</b>			

#### 5.4.2. COMPROMISO Nº2: REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS VEHÍCULOS

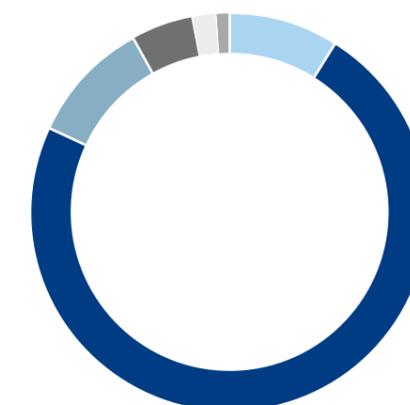
JCDecaux España dispone de una flota de 321 vehículos por todo el territorio español a cierre del año 2022. El 78 % corresponde a vehículos industriales y el 22 % a turismos. Estos vehículos industriales se utilizan principalmente para labores de montaje, de limpieza, colocación y mantenimiento del mobiliario.

El consumo de combustible representó el 7 % del consumo energético total de JCDecaux España durante el ejercicio 2022.

### Nuestras acciones

En el momento de renovar y ampliar la flota de vehículos, JCDecaux apuesta por vehículos con mínimo impacto medioambiental (consumo de combustible y emisiones de CO2) en función de las opciones disponibles y de las necesidades de la actividad. El parque de vehículos eléctricos se ha incrementado significativamente en los últimos años, representando actualmente el 9 % del total de la flota y con previsión de incremento en los próximos años según el Plan de Renovación de la Flota.

#### Flota de Vehículos por Tipología



- 9 % Eléctrico
- 73 % Gasoil
- 10 % Gasolina
- 5 % Híbrido
- 2 % Híbrido enchufable
- 1 % Híbrido-Gasoil

Además de la intervención directa en la sostenibilidad de la composición de la flota de vehículos, se intervienen en otros aspectos que influyen directamente en los consumos generados. Es el caso de la optimización periódica de las rutas logísticas durante la instalación, mantenimiento y colocación de la publicidad con la finalidad de mejorar los tiempos, distancias y consumo de combustible de los trayectos.

En línea con lo indicado en el párrafo anterior, en JCDecaux España se facilita formación al personal Técnico en lo relativo a las herramientas de monitorización, que permiten solventar más incidencias en remoto, disminuyendo las salidas a terreno. Estimamos una reducción de un 5 % en las incidencias que requieren atención en terreno, lo que permite una optimización de los recursos y reducción de desplazamientos.

Además, JCDecaux tiene un manual de conducción eficiente, con el objetivo de sensibilizar a los empleados y reducir el consumo de carburante de la flota de vehículos.

#### 5.4.3. COMPROMISO Nº3: REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS EDIFICIOS

El consumo energético de los edificios representó el 3 % del consumo energético total de JCDecaux España durante el ejercicio 2022.

#### Nuestras acciones

JCDecaux España no tiene edificios en propiedad, estando como inquilino en cada instalación en la que desarrolla su actividad.

No obstante, en los edificios alquilados por JCDecaux España se llevan a cabo planes de acción en términos de optimización y eficiencia energética. Se mantienen conversaciones con los propietarios para evaluar el consumo de energía y los medios para reducirlo.

En 2022 se instalaron en el edificio de la Sede en Madrid Paneles Solares con una capacidad de 131.48KWp.

Durante 2022 se siguieron llevando a cabo diversas iniciativas para mejorar la eficiencia energética de los edificios, como la sustitución de luminaria a tecnología LED, la renovación de equipos de aire acondicionado o la instalación de 18 puntos de recarga para vehículos híbridos y eléctricos.

Además, la empresa dispone de un manual de buenas prácticas ambientales dentro del que se incluyen, entre otras, medidas para promover el consumo energético eficiente de las instalaciones.

De forma sistemática, el rendimiento energético de los edificios se revisa sistemáticamente, además de ser un aspecto crucial en la búsqueda de nuevas oficinas o instalaciones.

## 5.5. Reducir el resto de nuestro impacto ambiental

### 5.5.1. CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS

En JCDecaux no se llevan a cabo trabajos de producción, al ser una empresa de servicios. Los principales recursos que se consumen en los procesos de JCDecaux, son:

1. Jabones
2. Pinturas
3. Disolventes
4. Otros productos de mantenimiento
5. Papel
6. Pilas y baterías

Existen políticas de buenas prácticas implantadas en JCDecaux, relativas al consumo, tanto energético como de materiales. Durante años, estas políticas han tenido una importante repercusión en los datos anuales de consumos.

En las siguiente tablas y gráficos, se ven la evolución de consumo que han sufrido los consumos de los materiales anteriormente mencionados:

#### Productos consumibles para el mantenimiento de los mobiliarios<sup>1</sup>:

PINTURAS				
AÑO	LITROS	KG	% L	% KG
2020	198	2.290		
2021	278	1.154	40,4 %	-49,6 %
2022	666	3.250	139,7 %	181,6 %

DISOLVENTES				
AÑO	LITROS	KG	% L	% KG
2020	5.271	115		
2021	2.629	20	-50,1 %	-82,6 %
2022	1.268	58	-51,8 %	190,0 %

JABONES				
AÑO	LITROS	KG	% L	% KG
2020	1.076	380		
2021	1.664	783	54,6 %	106,1 %
2022	1.336	743	-19,7 %	-5,1 %

1. Debido a los distintos tipos de productos utilizados, en las tablas se muestran separados los consumos de productos líquidos (expresados en litros) y otros productos (expresados en Kg).

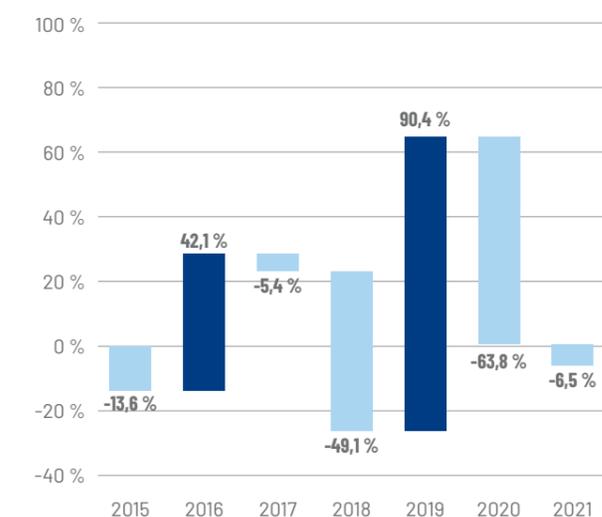
PINTURAS				
AÑO	LITROS	KG	% L	% KG
2020	5.612	4.706		
2021	6.746	4.865	20,2 %	3,4 %
2022	2.636	13	-60,9 %	-99,7 %

AÑO	PILAS	BATERÍAS
	UNIDADES	UNIDADES
2020	1860	280
2021	3016	624
2022	3851	651
2022 vs 2020	207,0 %	232,5 %

#### Consumibles de oficina:

SALIDAS PAPEL BLANCO			
AÑO	PAQUETES DE 500 FOLIOS	Nº HOJAS	% VS AÑO ANTERIOR
2014	228	114.000	3,2 %
2015	197	98.500	-13,6 %
2016	280	140.000	42,1 %
2017	265	132.500	-5,4 %
2018	135	67.500	-49,1 %
2019	257	128.500	90,4 %
2020	93	46.500	-63,8 %
2021	87	43.500	-6,5 %
2022	189	94.500	117,2 %

#### Evolución consumo papel blanco



SALIDAS PAPEL RECICLADO			
AÑO	PAQUETES DE 500 HOJAS	Nº HOJAS	% VS AÑO ANTERIOR
2015	2.001	1.000.500	-11,5 %
2016	3.093	1.546.500	54,6 %
2017	3.061	1.530.500	-1,0 %
2018	2.337	1.168.500	-23,7 %
2019	2.486	1.243.000	6,4 %
2020	1.021	510.500	-58,9 %
2021	1.020	510.000	-0,1 %
2022	820	410.000	-19,61 %

#### Evolución consumo papel reciclado



#### Nuestras acciones

Se han comenzado a utilizar unidades de descarga profunda (Baterías de Carbono Gel), en sustitución de baterías normales en mobiliario urbano. Las características químicas de estas baterías les confieren una mayor vida útil, reduciendo en consecuencia los residuos generados de este tipo de productos y un menor índice de compra.

Adicionalmente, se han instalado cargadores de batería de reparación de pulso inteligente 12V/24V, que evita sobrecargas en las mismas y prolonga su vida útil.

### 5.5.2. CONTAMINACIÓN DE AIRE, SUELOS Y AGUA

JCDcaux lleva a cabo tareas de mantenimiento y renovación de los soportes, en cumplimiento con el compromiso de ofrecer la mejor calidad en nuestros soportes. Estas labores de mantenimiento y renovación no generan emisiones en su realización, a excepción de aquellas que corresponden con trabajos de renovación de pintura, que se realizan en gran medida con empresas especializadas que han pasado por un proceso de homologación en el que se han evaluado los aspectos críticos de la actividad.

Por otro lado, la actividad de la empresa no genera otros tipos de contaminación sobre suelos o agua, a excepción de dos centros de JCDcaux que disponen de autorización de vertido, como consecuencia de las actividades de lavado de vehículos propios en sus instalaciones.

### 5.5.3. GENERACIÓN DE RUIDOS

Los trabajos que por sus características generan un mayor índice de ruido, se llevan cabo en horario diurno. Concretamente, los proveedores de JCDcaux realizan las tareas de recogida de vidrio con camiones compuestos por una caja forrada, que minimiza los ruidos en el proceso de vaciado de los contenedores.

De igual modo, se ha puesto en producción un camión de limpieza de techos de marquesinas que trabaja en horario nocturno y que esta acondicionado para cumplir con la normativa española y europea de ruidos, contando con un habitáculo de bomba y caldera insonorizados.

Otra de las medidas adoptadas por JCDcaux en cuanto a la reducción de ruido es la utilización de sistemas de refrigeración forzada en los Mupis digitales de exterior, ya que el ruido generado por la máquina de aire acondicionado y el compresor sería mucho mayor. Se puede llegar a reducir el ruido de 70dB del compresor a 55dB en la ventilación forzada.

### 5.5.4. IMPACTO LUMÍNICO

En la actividad de JCDcaux Indoor, como son el caso de los centros comerciales y metro, este aspecto no tiene relevancia.

No obstante, en mobiliario exterior, que se encuentran en las vías públicas, se han adoptado medidas relativas al apagado de los soportes iluminados de gran formato, en las horas nocturnas, evitando de este modo, contribuir a la contaminación lumínica.

Los equipos digitales de exterior están equipados con células fotosensibles, que regulan la intensidad lumínica de las pantallas, en función de la luz ambiente. De este modo se consigue reducir el consumo y la contaminación luminosa por la noche, o en entornos de poca luz. Se logró bajar a valores de 250 lumens, lo cual es bastante bajo para una pantalla LCD-LED de exterior, teniendo en cuenta que llegan a 3500 lumens.

## 5.6. Economía Circular: Reciclaje de Residuos

La generación de residuos generados como consecuencia de la actividad de la limpieza y mantenimiento de los mobiliarios se distribuyen como se muestra a continuación, ordenados por tipología:

2022		
Tipo	Kg	%
Residuos peligrosos RAEE	18.746,8	1,62 %
Otros residuos peligrosos	1.656,10	0,14 %
Papel y Cartón	265.880	23,03 %
Metal	501.866,1	5,13 %
Plásticos	59.217	43,47 %
Madera	6.290	0,54 %
Vidrio y Cristales	149.920,9	12,99 %
Otros residuos no peligrosos	150.889	13,07 %
<b>TOTAL</b>	<b>1.154.465,9</b>	<b>100,00 %</b>

Evolución generación de RP y RNP (2019-2022)



	2020	2021	2022	2022 VS 2021
Residuos peligrosos (Kg)	13.326,5	25.564,4	20.402,9	-20 %
Residuos no peligrosos (Kg)	997.892,2	1.572.017,5	1.134.063,0	-28 %
<b>Total Residuos (Kg)</b>	<b>1.011.218,7</b>	<b>1.597.581,9</b>	<b>1.154.465,9</b>	<b>-28 %</b>

Los principales residuos generados se deben, mayoritariamente, a trabajos de renovación de mobiliario, y a trabajos de reducción de stock en almacenes. El balance en la cantidad total de residuos generados en 2022 se ha reducido un 28 % con respecto al año 2021.

La tasa de reciclaje de los residuos en 2022 es del 68 %. Esta disminución con respecto en la tasa de reciclaje es debido fundamentalmente al desmontaje de mobiliarios vinculados a contratos antiguos (>15 años) con mobiliario cuyo diseño, aunque con materiales reciclables, disponía de algunos componentes o partes del mismo que no permitían su reciclado completo.

JCDcaux firmó en 2021 un acuerdo de colaboración para la participación del nuevo Centro de Innovación en Economía Circular de la ciudad de Madrid, que inició su actividad en 2022.

### 5.6.1. COMPROMISO Nº1: MEJORAR EL USO Y EL RECICLAJE DE LOS CARTELES DE PAPEL

En 2022, el 97 % del parque de soportes de mobiliario urbano que gestiona JCDcaux España no es digital, por lo que el uso de papel para la exhibición de las campañas publicitarias tiene una alta presencia entre nuestros residuos.

Fueron 265.880 los kilogramos de residuo de papel de cartelería procedente de la actividad de mobiliario urbano, los que se generaron en 2022, lo que representa el 23 % del total de los residuos no peligrosos clasificados por JCDcaux.

El 100 % de estos carteles, una vez finalizada su vida útil, fueron reciclados con la intervención de empresas colaboradoras.

### Nuestras acciones

Los carteles de papel impresos por JCDcaux, deben llevar el distintivo de PEFC. FSC o un equivalente local. Estas certifica-

ciones de terceros garantizan un proceso responsable de gestión de los bosques de los que se extrae la madera utilizada para la fabricación de los carteles.

En la logística definida para la cartelería, los embalajes (Box de madera) son reutilizados para el envío de la cartelería a las delegaciones, siendo posteriormente devueltos al taller central, para su uso en siguientes envíos.

De igual modo, JCDcaux lleva a cabo una política de conservación y reutilización de los carteles, una vez terminado su periodo de exhibición, evitando de este modo la reimpresión de cartelería nueva por parte de nuestros clientes para futuras campañas potenciales. En el año 2022 se logró mejorar significativamente la tasa de reutilización de los carteles, alcanzado la cifra más alta hasta el momento, de un 51 % de tasa de reutilización en caso de cartelería institucional.

### Objetivos estratégicos y resultados

El objetivo relacionado con la gestión del residuo de cartelería se encuentra comprendido en el apartado 5.6.3. "Objetivo Zero Waste." relativo a la tasa de reciclaje de los residuos no peligrosos.

No obstante, en 2022 se iniciaron los primeros pasos para llegar a un acuerdo de colaboración con empresas de reutilización de este material en búsqueda de dar una segunda vida al papel procedente de la cartelería. Este proyecto se encuentra en desarrollo actualmente.

	COMERCIAL		INSTITUCIONAL		TOTALES	
	MUPIS	COLUMNAS	MUPIS	COLUMNAS	MUPI	COLUMNAS
Carteles fijados	1.060.804	16.446	81.537	3.147	1.142.341	19.593
Carteles reciclados	397.534	4.294	15.358	387	412.892	4.681
Carteles reutilizados	77.467	874	4.308	198	81.775	1.072
<b>Tasa de reciclado</b>	<b>37 %</b>	<b>26 %</b>	<b>19 %</b>	<b>12 %</b>	<b>36 %</b>	<b>24 %</b>
<b>Tasa de reutilización*</b>	<b>19 %</b>	<b>20 %</b>	<b>28 %</b>	<b>51 %</b>		

\*La tasa de reutilización se calcula sobre la base de los carteles reciclados, no sobre la totalidad de los carteles fijados.

### 5.6.2. COMPROMISO Nº 3: OBJETIVO ZERO WASTE

Nuestra actividad generó 1.154.465,90 toneladas de residuos en 2022; con más de 25 tipos de residuos entre peligrosos y no peligrosos.

#### Nuestras acciones

Tenemos como prioridades promover la economía circular y fortalecer la gestión de los residuos. El medio de lograr este obje-

tivo es con la reducción de la cantidad de residuos generados a través del incremento el tiempo de vida útil de nuestro mobiliario y aumentando la clasificación de los residuos, el reciclaje y la valorización energética.

Las prácticas sobre reciclaje se revisan también de forma regular para mejorar la tasa de reciclaje de residuos. JCDecaux se asegura de que todos los residuos peligrosos y los RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos) se procesan en instalaciones especializadas.

#### Objetivos estratégicos y resultados

OBJETIVOS	INDICADORES	2022	COMENTARIOS Y PRÓXIMOS PASOS
Cero residuos a vertedero para 2035	% de residuos clasificados para su reciclaje	68 %	<b>Próximos pasos:</b> búsqueda de acuerdos y colaboraciones con empresas que permitan reutilizar residuos actualmente sin tratamiento posible.

### 5.6.3. DESPERDICIO DE ALIMENTOS

En todos los eventos organizados por JCDecaux el servicio de catering es subcontratado a empresas especializadas. En este proceso de subcontratación, se prioriza los proveedores que comparten los mismos valores de sostenibilidad con los que JCDecaux está comprometido. Los principales criterios que se tienen en cuenta en el proceso de selección corresponden con:

- Utilización de ingredientes locales y de temporada para reducir la huella de carbono asociadas al transporte y almacenamiento de alimentos.
- Disposición en su catálogo de productos opciones vegetarianas y/o veganas para reducir el impacto ambiental y fomentar una dieta más saludable.
- Uso de envases y utensilios compostables o reutilizables con la finalidad de reducir los residuos generados.

Para JCDecaux es importante no sólo considerar la cantidad de los alimentos, su calidad y el servicio, sino también su compromiso con la sostenibilidad y su alineamiento con los ODS a lo que JCDecaux está adherido.

### 5.7. Gestión del agua

El agua es uno de nuestros principales recursos utilizados en los procesos de limpieza interior y exterior de los mobiliarios. En 2022, el consumo de JCDecaux España a nivel nacional de este recurso fue de 14.007,2 m<sup>3</sup> (14.699,5 m<sup>3</sup> en 2021).

El agua utilizada, procede en su totalidad del suministro directo de compañía suministradora, y las aguas de rechazo están conectadas siempre a sistemas integrales de saneamiento. El consumo de estas plantas de osmotización de agua en 2022 fueron de 3.463 m<sup>3</sup> a nivel nacional.

En los procesos productivos relacionados con la limpieza de los mobiliarios, se utiliza agua osmotizada, que se describe en el apartado de "nuestras acciones". Desde el año 2017, se está llevando a cabo un Plan de Renovación de las plantas generadoras del agua osmotizada. Sin embargo, en 2022 ninguna planta fue renovada, quedando actualmente 10 plantas por renovar de un total de 24.

En el primer semestre de 2022 se definió un plan estratégico de medición individualizada de consumo de agua para los principales procesos que utilizan este recurso, cuyo objetivo final es la definición de objetivos específicos de reducción en el consumo de agua.

#### Nuestras acciones

Con el fin de minimizar la utilización de productos de limpieza nocivos para el medio ambiente, así como para minimizar el consumo de agua, se utiliza como único recurso, agua osmotizada. Este hecho, reduce significativamente los tiempos de limpieza, y con ello el uso de agua por cada unidad de mobiliario. Esta medida, junto con una planificación de ejecución diseñada de forma eficiente, contribuye a la implantación de una política de uso eficiente del agua.

La renovación de las plantas de osmosis permite incorporar maquinaria con un mayor rendimiento en el uso del agua, además de una menor producción de residuos, lo que ayuda a reducir nuestro impacto ambiental en dos vertientes principales de la ESG 2030 de JCDecaux.

Independientemente al resultado de las mediciones individuales de los principales procesos en los que se consume agua, algunas acciones han sido ya implantadas, como es la instalación de un sistema de recuperación del agua de rechazo originada en la producción del agua osmotizada en la ciudad de Madrid para ser reutilizada en otros procesos, por ejemplo, en la limpieza de los vehículos industriales que forman parte de la flota de JCDecaux.

En 2022 había instaladas 24 plantas productoras de agua osmotizada en España, con un consumo total de 3.463 m<sup>3</sup>, lo que ha supuesto una reducción de un 13,5 % en comparación con los datos de 2021.

### 5.8. Prevención de la biodiversidad

El ámbito de actuación de JCDecaux se encuentra circunscrito en entornos urbanos, no ejerciendo ningún impacto directo sobre espacios protegidos, ni entornos que puedan afectar a la flora y fauna de ningún hábitat.



## 06

# Nuestro compromiso social

## 6. NUESTRO COMPROMISO SOCIAL

Para JCDecaux, con 566 personas trabajadoras a cierre del ejercicio 2022, el compromiso social con su colectivo de trabajadores es clave para éxito empresarial. La diversidad de sus productos y servicios requiere un gran número de aptitudes y competencias dentro de la empresa. De esta manera, JCDecaux crea diferentes puestos de trabajo a nivel local, en cualquier lugar donde se opere.

Además de los ejes vinculados con la estrategia ASG de JCDecaux (Ambiental, Social y Gobernanza), se han gestionado las siguientes líneas de trabajo:

- Nuevo Plan de Igualdad y certificación AENOR en Igualdad de Género y Retributiva.
- Promoción e impulso de medidas de Conciliación de la vida personal y profesional, y medidas de corresponsabilidad.
- Acuerdos corporativos en material de ASG.
- Integración Laboral de personas con capacidades diferentes y colaboración a través de contratos de prestación de servicios con Centros Especiales de Empleo.
- Colaboración con organismos y entidades públicas en acciones de ASG.

Como consecuencia de la situación provocada por la pandemia COVID-19 y la declaración del "Estado de Alarma" por parte del

Gobierno, JCDecaux programó y puso en marcha durante dicho período, numerosas acciones, medidas preventivas y acuerdos con la representación social que permitieron una adecuación a la evolución de la situación en cada momento. Algunas de esas medidas se han seguido desarrollando y adaptando en el momento actual.

## 6.1. JCDecaux como organización responsable (distribución empleados)

El nivel promedio de personas trabajadoras en 2022 fue de 567,67. Esta cifra es muy similar a la correspondiente al ejercicio anterior, trasluciendo una estabilidad en el número de trabajadores en JCDecaux.

A lo largo de los apartados siguientes, donde se muestra a través de los diferentes indicadores, las políticas de gestión del personal de JCDecaux, no se encuentran incluidos los tres consejeros de la sociedad.

### 6.1.1. DISTRIBUCIÓN DE LOS TRABAJADORES POR GÉNERO Y EDAD

Los datos relativos al número de personas trabajadoras y su ratio, detalladas por género y por edad, en promedio del año 2022, así como a fecha de cierre del ejercicio 2022 en JCDecaux se muestran en las siguientes tablas:

Distribución por género:

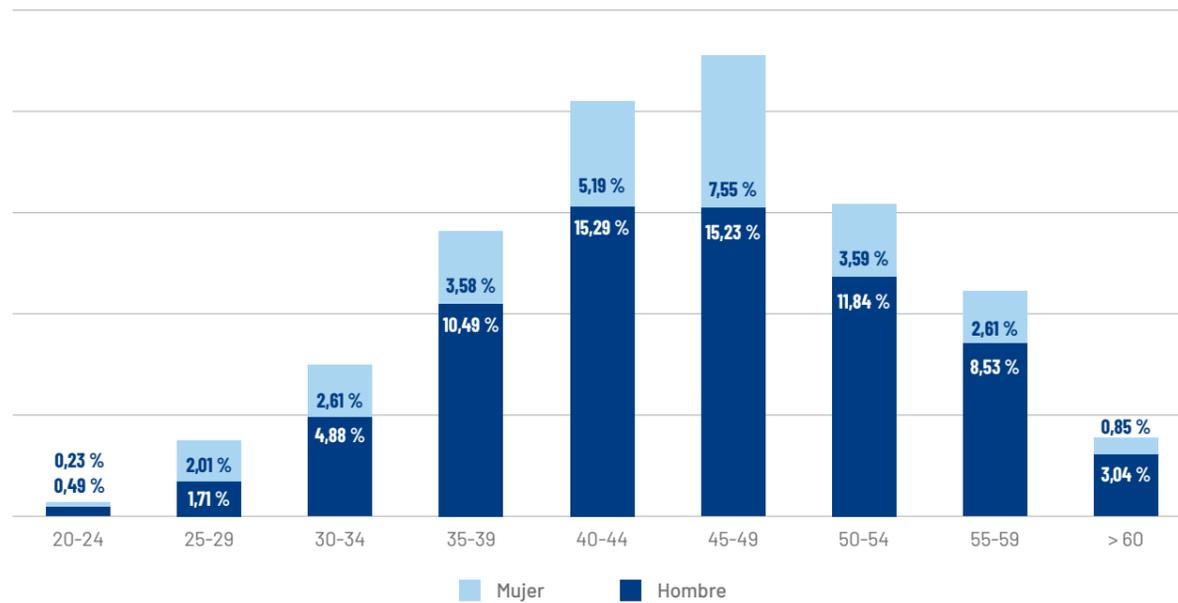
Género	DATOS A FECHA 31/12/2020		DATOS A FECHA 31/12/2021		DATOS A FECHA 31/12/2022	
	Nº de Personas Trabajadoras	Ratio (% de la Plantilla)	Nº de Personas Trabajadoras	Ratio (% de la Plantilla)	Nº de Personas Trabajadoras	Ratio (% de la Plantilla)
Mujeres	167	28,11 %	160	28,52 %	162	28,62 %
Hombres	427	71,89 %	401	71,48 %	404	71,38 %

Género	PROMEDIO 2020		PROMEDIO 2021		PROMEDIO 2022	
	Nº de Personas Trabajadoras	Ratio (% de la Plantilla)	Nº de Personas Trabajadoras	Ratio (% de la Plantilla)	Nº de Personas Trabajadoras	Ratio (% de la Plantilla)
Mujeres	160,26	27,52 %	161,38	28,24 %	159,73	28,14 %
Hombres	422,06	72,48 %	410,17	71,76 %	407,94	71,86 %

Distribución por Edad:

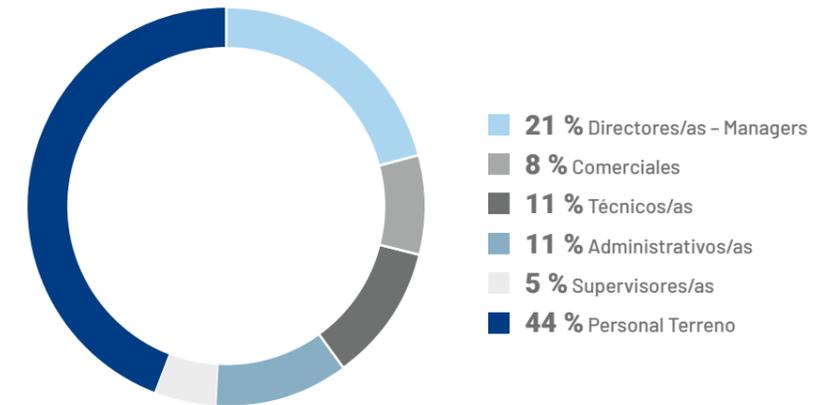
Edad	DATOS A FECHA 31/12/2020		DATOS A FECHA 31/12/2021		DATOS A FECHA 31/12/2022		PROMEDIO 2022	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
20 - 24	3	2	5	2	4	2	3,21	1,41
25 - 29	13	14	11	9	12	4	13,64	5,03
30 - 34	35	13	27	16	32	19	26,84	18,82
35 - 39	69	24	58	21	53	16	52,19	15,95
40 - 44	93	33	82	31	84	32	81,80	30,95
45 - 49	88	48	86	42	75	45	79,27	43,38
50 - 54	67	20	68	21	76	25	77,73	24,42
55 - 59	42	10	46	14	49	14	53,59	15,64
> 60	17	7	18	4	19	5	19,67	4,15
<b>Total</b>	<b>427</b>	<b>167</b>	<b>401</b>	<b>160</b>	<b>404</b>	<b>162</b>	<b>407,94</b>	<b>159,73</b>

Evolución consumo papel reciclado



6.1.2. CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

Existen siete agrupaciones de puestos de trabajo dentro de la estructura organizativa de JCDecaux España, cuyas cifras de representación de las personas trabajadoras, a cierre del ejercicio, son la siguientes:



Colectivo	DATOS A FECHA 31/12/2020	PROMEDIO 2020	DATOS A FECHA 31/12/2021	PROMEDIO 2021	DATOS A FECHA 31/12/2022	PROMEDIO 2022
	Nº de Personas Trabajadoras					
Dirección - Managers	118	116,40	119	116,06	117	119,81
Comerciales	52	51,50	44	46,43	49	46,67
Técnicos	72	70,43	58	65,64	65	59,79
Administrativos	69	63,48	67	67,61	64	64,88
Supervisores	28	27,25	25	25,47	25	25,92
Personal Terreno	255	253,28	248	250,33	246	250,61
<b>Total general</b>	<b>594</b>	<b>582,34</b>	<b>561</b>	<b>571,55</b>	<b>566</b>	<b>567,67</b>

6.1.3. CONTRATACIÓN

Con relación a los modelos de contrato, los datos a cierre del ejercicio 2022 son los siguientes:

Duración Contrato	DATOS A FECHA 31/12/2020	PROMEDIO 2020	DATOS A FECHA 31/12/2021	PROMEDIO 2021	DATOS A FECHA 31/12/2022	PROMEDIO 2022
	Nº de Personas Trabajadoras					
CDD	39	34,82	33	32,50	27	30,24
CDI	555	547,51	528	539,05	539	537,43
<b>Total general</b>	<b>594</b>	<b>582,34</b>	<b>561</b>	<b>571,55</b>	<b>566</b>	<b>567,67</b>

CDD: Contrato de Duración Determinada (Incluye 9,89 pax. Contratos jubilación parcial).

CDI: Contrato de Duración Indefinida.

Todos los empleados de JCDecaux España se encuentran en el territorio nacional español.

## 6.1.3.1. CONTRATOS INDEFINIDOS

El promedio anual de contratos indefinidos por edad, género y clasificación profesional se muestran a continuación:

Distribución de contratos indefinidos por género:

CDI	31/12/2020	PROMEDIO 2020	31/12/2021	PROMEDIO 2021	31/12/2022	PROMEDIO 2022
<b>Género</b>	<b>555</b>	<b>547,51</b>	<b>528</b>	<b>539,05</b>	<b>539</b>	<b>537,43</b>
Mujeres	-	148,26	-	154,88	159	155,24
Hombres	-	399,24	-	384,17	380	382,19

Distribución de contratos indefinidos por edad:

CDI	PROMEDIO 2020	PROMEDIO 2021	PROMEDIO 2022	31/12/2022
<b>Edad</b>	<b>547,51</b>	<b>539,05</b>	<b>537,43</b>	<b>539</b>
20 - 24	1,00	1,34	1,85	4
25 - 29	21,00	16,37	15,06	15
30 - 34	40,79	41,00	41,03	44
35 - 39	86,69	76,52	66,05	67
40 - 44	115,39	112,34	110,65	113
45 - 49	132,12	126,35	118,32	118
50 - 54	83,51	86,38	101,53	101
55 - 59	52,00	63,18	69,07	63
> 60	15,00	15,59	13,87	14

Distribución de contratos indefinidos por colectivo:

CDI	PROMEDIO 2020	PROMEDIO 2021	PROMEDIO 2022	31/12/2022
<b>Colectivos</b>	<b>547,51</b>	<b>539,05</b>	<b>537,43</b>	<b>539</b>
Dirección - Managers	113,90	112,16	116,25	114
Comerciales	46,50	44,96	45,95	49
Técnicos	60,86	61,21	58,12	64
Administrativos	59,23	62,98	59,61	59
Supervisores	27,00	24,47	25,00	25
Personal Terreno	240,03	233,26	232,52	228





### 6.1.3.2. CONTRATOS TEMPORALES

La distribución de los contratos de duración determinada (CDD) en JCDecaux España, en función a su género, edad y clasificación profesional es la que se muestra a continuación.

Distribución de contratos temporales por género:

CDD	PROMEDIO 2020	PROMEDIO 2021	PROMEDIO 2022	31/12/2022
<b>Género</b>	<b>34,82</b>	<b>32,50</b>	<b>30,24</b>	<b>27</b>
Mujeres	12,00	6,50	4,49	3
Hombres	22,82	26,00	25,75	24

Distribución de contratos temporales por edad:

CDD	PROMEDIO 2020	PROMEDIO 2021	PROMEDIO 2022	31/12/2022
<b>Edad</b>	<b>34,82</b>	<b>32,50</b>	<b>30,24</b>	<b>27</b>
20 - 24	4,00	2,61	2,77	2
25 - 29	6,00	4,91	3,61	1
30 - 34	6,57	1,85	4,62	7
35 - 39	5,00	3,88	2,09	2
40 - 44	7,00	4,74	2,09	3
45 - 49	2,00	3,86	4,32	2
50 - 54	3,00	1,81	0,62	-
55 - 59	-	0,48	0,17	-
> 60	1,25	8,35	9,95	10

Distribución de contratos temporales por colectivo:

CDD	PROMEDIO 2020	PROMEDIO 2021	PROMEDIO 2022	31/12/2022
<b>Colectivos</b>	<b>34,82</b>	<b>32,50</b>	<b>30,24</b>	<b>27</b>
Dirección - Managers	2,50	3,90	3,57	3
Comerciales	5,00	1,47	0,72	-
Técnicos	9,57	4,43	1,67	1
Administrativos	4,25	4,63	5,28	5
Supervisores	0,25	1,00	0,92	-
Personal Terreno	13,25	17,07	18,09	18

## 6.1.3.3. CONTRATOS A TIEMPO PARCIAL

El promedio de los contratos a tiempo parcial tiene la siguiente distribución en base a género, edad, y clasificación profesional.

Distribución de contratos a tiempo parcial por género:

TIEMPO PARCIAL	PROMEDIO 2020	PROMEDIO 2021	PROMEDIO 2022	31/12/2022
<b>Género</b>	<b>5,27</b>	<b>14,48</b>	<b>13,04</b>	<b>12</b>
Mujeres	2,94	6,18	3,57	3
Hombres	2,33	8,30	9,46	9

Distribución de contratos a tiempo parcial por edad:

TIEMPO PARCIAL	PROMEDIO 2020	PROMEDIO 2021	PROMEDIO 2022	31/12/2022
<b>Edad</b>	<b>5,27</b>	<b>14,48</b>	<b>13,04</b>	<b>12</b>
30 - 34	0,57	0,67	-	-
35 - 39	1,15	1,46	-	-
40 - 44	1,03	2,00	1,25	1
45 - 49	0,77	1,00	0,66	1
50 - 54	0,51	6,67	1,23	1
> 60	1,25	1,68	9,89	9

Distribución de contratos a tiempo parcial por colectivo:

TIEMPO PARCIAL	PROMEDIO 2020	PROMEDIO 2021	PROMEDIO 2022	31/12/2022
<b>Colectivos</b>	<b>5,27</b>	<b>14,48</b>	<b>13,04</b>	<b>12</b>
Dirección - Managers	0,50	3,18	3,57	3
Técnicos	0,57	0,72	-	-
Administrativos	2,68	6,43	5,34	5
Supervisores	0,25	1,00	0,92	-
Personal Terreno	1,28	3,15	3,21	4

## 6.1.3.4. BAJAS DE CONTRATACIÓN

La información relativa a la cantidad de despidos de JCDcaux España se muestra a continuación, distribuidos por género, edad y clasificación profesional.

Dentro del concepto de Despido, se incluyen las siguientes causas: Extinciones mutuo acuerdo por modificación sustancial de las condiciones de trabajo, despidos disciplinarios y despidos por causas objetivas con independencia de su calificación posterior.

Distribución de las bajas de contratos por género:

GÉNERO	N.º DESPIDOS 2020	N.º DESPIDOS 2021	N.º DESPIDOS 2022
Mujeres	16	10	2
Hombres	15	23	16
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>18</b>

Distribución de las bajas de contratos por edad:

EDAD	N.º DESPIDOS 2020	N.º DESPIDOS 2021	N.º DESPIDOS 2022
25 - 29	2	1	3
30 - 34	2	2	-
35 - 39	8	1	1
40 - 44	3	10	1
45 - 49	10	8	4
50 - 54	2	4	5
55 - 59	4	5	4
>60	-	2	-
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>18</b>

Distribución de las bajas de contratos por colectivo:

COLECTIVOS	N.º DESPIDOS 2020	N.º DESPIDOS 2021	N.º DESPIDOS 2022
Dirección - Managers	6	3	2
Comerciales	8	5	1
Técnicos	2	5	1
Administrativos	8	3	-
Supervisores	-	1	-
Personal Terreno	7	16	14
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>33</b>	<b>18</b>

## 6.1.4. DESIGUALDAD SALARIAL

La brecha salarial, a 31/01/2022, es -2,39% considerando la media, y -11,29% considerando la mediana.

La fórmula utilizada para el cálculo de la brecha salarial es la siguiente:

**Fórmula:** (Remuneración media hombres - Remuneración media mujeres) / Remuneración media hombres).

**Fórmula:** (Remuneración mediana hombres - Remuneración mediana mujeres) / Remuneración mediana hombres).

\* Datos considerados: Masa salarial fija a 31/12/2022.

### 6.1.5. REMUNERACIÓN

Los datos relativos a remuneraciones medias y su evolución, se muestran en base a datos segregados por género, edad y clasificación profesional:

Distribución de la remuneración salarial por género:

GÉNERO	PROMEDIO SBA 2018	PROMEDIO SBA 2019	PROMEDIO SBA 2020	PROMEDIO SBA 2021	PROMEDIO SBA 2022
Mujeres	27.913,04	28.770,99	29.121,40	30.124,71	31.414,53
Hombres	27.647,62	28.141,38	30.089,24	30.234,14	30.679,76

Distribución de la remuneración salarial y evolución por edad:

EDAD	PROMEDIO SBA 2018	PROMEDIO SBA 2019	PROMEDIO SBA 2020	PROMEDIO SBA 2021	PROMEDIO SBA 2022
20 - 24	18.097,51	18.731,78	19.038,98	19.484,26	19.831,54
25 - 29	19.645,46	20.399,73	20.976,22	20.758,79	21.614,67
30 - 34	23.744,94	22.470,86	24.330,72	25.435,89	26.211,86
35 - 39	24.216,51	24.572,00	26.408,07	26.334,83	26.974,22
40 - 44	27.334,08	27.329,14	30.332,94	29.229,93	30.096,95
45 - 49	28.149,08	29.432,29	30.016,25	30.376,16	30.912,38
50 - 54	33.375,63	32.971,15	32.591,92	32.781,17	34.157,07
55 - 59	41.478,91	42.516,94	33.224,71	35.541,00	34.973,69
60 - 64	39.859,39	35.793,38	47.140,50	44.669,46	43.009,47
> 65			62.988,12	38.909,81	38.909,81

Distribución de la remuneración salarial y evolución por colectivo:

COLECTIVOS	PROMEDIO SBA 2018	PROMEDIO SBA 2019	PROMEDIO SBA 2020	PROMEDIO SBA 2021	PROMEDIO SBA 2022
Dirección - Managers	48.784,59	49.360,21	52.431,62	52.380,76	54.208,96
Comerciales	26.765,13	28.012,33	28.656,59	30.012,32	30.637,45
Técnicos	25.841,39	26.334,71	27.133,31	27.128,33	28.637,45
Administrativos	21.184,34	21.747,24	22.085,60	22.476,88	23.300,34
Supervisores	25.154,97	29.767,07	30.306,21	30.472,88	30.900,55
Personal Terreno	21.779,34	21.994,58	22.385,20	22.374,09	22.790,55

En las tablas anteriores se está considerando el promedio de la retribución bruta fija anual de las personas trabajadoras a cierre del ejercicio.

### Administradores y alta dirección

El Consejo de Administración de JCDecaux España, S.L.U., está compuesto por:

PRESIDENTE  
Jean Charles Decaux

VICEPRESIDENTE  
Alexandre Roubaud

CONSEJERO DELEGADO  
Alexandre Roubaud

CONSEJEROS  
Jean Charles Decaux

Alexandre Roubaud  
Stéphane Prignet

SECRETARIA, NO CONSEJERA  
Isabel Fulgencio Rapado

Los miembros del Consejo de Administración, conforme se estipula en los estatutos de la Sociedad, no perciben retribución alguna por dichos cargos, a excepción del Presidente, el importe de las remuneraciones percibidas por este cargo en el ejercicio 2022 asciende a un total de 143,45 miles de euros.

Adicionalmente, existen dos varones que ostentan la categoría de alta dirección, cuyas retribuciones ascienden a 1.264,66 miles de euros en 2022.

Durante los ejercicios 2022, 2021, 2020 y 2019 los Administradores no han devengado retribución alguna por otros conceptos.

A 31 de diciembre de 2022 la Sociedad no tiene obligaciones contraídas en materia de pensiones y de seguros de vida respecto a los miembros anteriores o actuales del Consejo de Administración, ni tiene obligaciones asumidas por cuenta de ellos a título de garantía.

Distribución de la remuneración media del Comité de Dirección:

COLECTIVOS	PROMEDIO SBA 2022
Comité de Dirección	140.079,47

COLECTIVOS	PROMEDIO SBA 2022
Mujeres	115.000,00
Hombres	150.111,26

### 6.1.6. POLÍTICAS DE DESCONEXIÓN LABORAL

Mediante pacto entre la Dirección de la Compañía y la Representación Legal de los Trabajadores (Comisión Paritaria) se ha aprobado el Protocolo de Desconexión Digital de JCDecaux España con el objetivo de lograr una mejor ordenación del tiempo de trabajo en aras al respeto de la vida privada y familiar, mejorar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, y contribuir a la optimización de la salud laboral del conjunto de las personas trabajadoras.

Adicionalmente, y como acompañamiento al protocolo mencionado, durante el ejercicio 2022 se ha diseñado una formación en modalidad e-learning dirigida a todo el personal conectado, habiéndola realizado prácticamente el 100 % de dicho personal.

### 6.1.7. PERSONAS TRABAJADORAS CON DISCAPACIDAD

Se asegura el respeto a la LGD, a través del cumplimiento directo del 2 % de personas contratadas por JCDecaux España en posesión de certificado de discapacidad a través de medidas excepcionales mediante la celebración de contratos de prestación de servicios con los centros especiales de empleo Servei Especial Laboral Integració Discapacitats e IntegraialAV.

La suma de ambas cantidades de facturación (380.937,15 €) supone prácticamente 55 veces el indicador público de renta de efectos públicos (IPREM 2022), lo que conforme a lo establecido en el artículo 2.2 del R.D. 364/2005, de 8 de abril, representa el equivalente a la contratación de 18 personas trabajadoras discapacitadas. (3,14 %).

CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO	FACTURACIÓN 2022
Servei Especial Laboral Integració Discapacitats, S.L.	103.548,22 €
Integraiv, S.L.	277.388,93 €

PERSONAS TRABAJADORAS CON DISCAPACIDAD	Nº DE PERSONAS TRABAJADORAS DISCAPACIDAD 31/12/2020	PROMEDIO 12 MESES ANTERIORES	Nº DE PERSONAS TRABAJADORAS DISCAPACIDAD 31/12/2021	PROMEDIO 12 MESES ANTERIORES	Nº DE PERSONAS TRABAJADORAS DISCAPACIDAD 31/12/2022	PROMEDIO 12 MESES ANTERIORES
JCDecaux España	12	2,07 %	10	2,07 %	12	2,42 %

\*El cálculo del promedio de empleados con discapacidad durante los 12 meses anteriores, se ha realizado conforme a lo establecido en la disposición adicional primera del Real Decreto 364/2005 de 8 de abril.

## 6.2. Organización del trabajo

El Convenio Colectivo de JCDecaux España establece para 2022 una jornada laboral de 1750 horas efectivas en cómputo anual, distribuyéndose mensual y semanalmente según lo establecido en arts. 20º a 24º del mencionado Convenio Colectivo. Anualmente se acuerda con la Comisión Paritaria el calendario de trabajo anual, que se publica para toda plantilla, todo ello considerando los acuerdos asociados a dicho calendario en materia de flexibilidad laboral y conciliación.

### 6.2.1. TASA DE ABSENTISMO

JCDecaux España monitoriza el índice de absentismo según la causa para evaluar y garantizar la correcta aplicación de las prioridades de Seguridad y Salud y Sociales presentes en la Estrategia de Desarrollo Sostenible.

Los siguientes datos de absentismo corresponden al total de sociedades del Grupo JCDecaux en España. En 2022, la tasa media de absentismo en JCDecaux fue:

ABSENTISMO	2020	2021	2022
Nº Horas	49.363	47.422	51.914
% Absentismo promedio (sin procesos relacionados con Covid19)	3,36 %	3,39 %	3,98 %
% Absentismo promedio procesos relacionados con Covid19	0,44 %	0,53 %	0,33 %

\*Dentro de la fórmula del cálculo no se considera absentismo riesgo de embarazo, maternidad y paternidad. Estimación de una jornada diaria de 8 h de trabajo.

### 6.2.2. CONDICIONES LABORALES

#### Compensación

JCDecaux también se compromete, a través de su Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales, a proporcionar un salario digno que, como mínimo, satisfaga las necesidades básicas de las personas trabajadoras cuando no exista legalmente un salario mínimo a nivel local o cuando el salario mínimo sea excesivamente bajo.

A nivel de la Sociedad en España se respetan los diferentes Convenios y Acuerdos Corporativos del Grupo a nivel Mundial, que favorecen que seamos referentes también en estas materias. Por ejemplo, el Código Ético, la carta de Valores Sociales Fundamentales, el Protocolo frente a cualquier forma de acoso en el ámbito laboral. Sobre dichos Acuerdos son informadas las nuevas incorporaciones, a través del manual digital del empleado.

Estos acuerdos aseguran un respeto riguroso a los derechos fundamentales de las personas, y a los principios sociales y la normativa de referencia.

En 2022 no se han registrado denuncias, ni individuales ni colectivas, por incumplimientos relacionados con los principios y reglas contenidos en dichos Acuerdos.

## Conciliación de la vida personal y profesional

Entre las medidas que favorecen la conciliación entre la vida personal, familiar y laboral destacan:

- Jornada intensiva en periodo estival, así como los viernes del resto del año y las vísperas de determinados festivos (Reyes, Semana Santa);
- Horario flexible diario de hasta una hora respecto al horario oficial de entrada/salida;
- Proyecto eWorking, mediante el cual aquellas posiciones teletabajables permiten al empleado/a realizar un día de teletrabajo en su domicilio.
- Medidas de conciliación y organización horaria y teletrabajo durante las tardes para madres y padres con hijos/as de hasta 14 años.
- Teletrabajo especial autorizado, posibilidad concedida a las personas trabajadoras de teletrabajar por situaciones personales sobrevenidas. En 2022 ha favorecido a 66 personas que han hecho uso de este tipo de teletrabajo durante 363 días laborables.
- Teletrabajo embarazadas desde el 6º mes. 3 personas en 2022.
- Licencias retribuidas por encima de lo estipulado en la normativa legal incluidas en el Convenio Colectivo de empresa de JCDecaux España;
- Formación en horario de trabajo;
- Jornadas especiales no laborables de Convenio Colectivo (24 y 31 diciembre y el día de la Publicidad).

## 6.3. Política de seguridad y salud

### 6.3.1. COMPROMISO Nº 1: POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD REFORZADA

En 2022 se han realizado las siguientes auditorías externas:

- Auditoría 1er seguimiento de la certificación en base a ISO 45001: realizada en octubre-noviembre de 2022 y obteniendo un resultado favorable en el mantenimiento de la certificación del SGSST en base a la norma ISO 45001 en diciembre de 2022. La validez de la certificación continúa hasta diciembre de 2024. El resultado de la auditoría fue: 0 No Conformidades Mayores, 1 No Conformidades Menores, 7 Observaciones y 0 Oportunidad de Mejora.

#### Nuestras acciones

Implementación de las políticas de "Liderazgo y sensibilización en prevención y seguridad en el trabajo" con la asistencia del Director General a los controles de seguridad llevados a cabo en varias actuaciones realizadas en calle (limpieza interior, exterior y cambio de publicidad en soporte publicita-

rio modelo Axley; inspección de instalaciones y de trabajos de mantenimiento en el taller-reparación de un módulo de reloj en el centro de trabajo de San Fernando de Henares (Madrid) y vinilado de tren en depósito de Metro de Madrid realizado por personal subcontratado).

Envío de varios comunicados de la Dirección General recordando la importancia de cumplir las normas de seguridad y salud para evitar accidentes (celebración del Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo, información sobre el amplio periodo de días sin accidentes e información sobre un accidente mortal y 3 accidentes graves para dar traslado de las directrices indicadas por la Dirección de Operaciones Internacionales).

2022	OBJETIVO	TOTAL FORMADOS	HORAS DEDICADAS TÉCNICOS DEDICADOS	CUMPLIMIENTO
Específica. Trabajos de explotación.	112	127	30 horas	113 %
Accidentabilidad	33	33	8 horas	100 %
Gestión de obras	44	42	16 horas	95,45 %
Camión pluma (teórico + práctico)	8	8	15 horas	100 %

	2020	2021	2022			
Número de Empresas	179	182	180			
Empresas documentación validada >75 %	145	150	155			
Empresas documentación validada 100 %	43	54	50			
Documentos solicitados	4.131	5.989	7.252			
Documentos válidos	3.429	5.106	6.137			
Documentos con incidencias	702	16,99 %	883	14,74 %	1.115	16,37 %

Promoción de la salud dentro del marco de JCDecaux + Salud, mediante la puesta a disposición de la plantilla de varios programas sobre diferentes áreas de salud:

PROGRAMAS	INTERESADOS (ENCUESTA INICIAL + INTERÉS POSTERIOR)	Nº DE PERSONAS QUE HAN REALIZADO ALGUNA ACTIVIDAD
Sueño	69	46
Tabaquismo	16	9
Tensión	17	7
Sobrepeso	24	Sin datos
Bienestar Psicoemocional	50	29

Elección **Lema Preventivo 2023**, que se utilizará en las comunicaciones del área, así como en las presentaciones ante Comité de Seguridad y Salud y Delegados de Prevención.

**Acciones formativas** realizadas en 2022 con contenido específico en Seguridad y Salud:

	2020	2021	2022
Acciones formativas	972	818	841
Personas trabajadoras formadas	837	652	514
Horas formativas	2749	2598	2477

**Otras acciones** desarrolladas para la promoción de hábitos saludables y del bienestar psicoemocional:

- Desayunos Saludables.** Puesta a disposición en las delegaciones de Madrid, Villaverde, Sevilla, Valencia y Barcelona de fruta de temporada y producción ecológica de forma gratuita un día a la semana.
- Mantenimiento de Políticas de conciliación.**
  - E-working (235 personas).
  - Flexibilidad horaria.
- Promoción de actividades deportivas:** Participaron 16 personas en carrera de Empresas Madrid 2022.
- Mantenimiento del Programa de Ayuda al Empleado (PAE):** A noviembre de 2022, 18 personas han utilizado el programa.

## Evaluación

A continuación, se muestran los datos relativos a accidentes, así como el índice de frecuencia y gravedad ocurridos durante el ejercicio 2022.

	2019		2020		2021		2022	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Accidentes Totales	6	36	2	26	5	24	3	19
Sin Baja	2	20	1	14	4	13	1	8
Con Baja	4	16	1	12	1	11	2	11
De ellos, in itinere	5	8	0	2	0	1	3	4

2022	TASA DE FRECUENCIA *
Mujeres	0,00
Hombres	10,48
Total	7,70

2022	TASA DE INCIDENCIA ***
Mujeres	0,00
Hombres	1,72
Total	1,23

2022	TASA DE GRAVEDAD **
Mujeres	0,00
Hombres	0,25
Total	0,18

2022	
Enfermedades Profesionales	0

Nota: Para el cálculo de los Índices de Frecuencia, Gravedad e Incidencia se han descontado los accidentes in itinere.

\* Número de accidentes de trabajo con baja en jornada/ número de horas trabajadas \*x 1.000.000.

\*\* Número de días naturales perdidos / número de horas trabajadas x 1.000.

## 6.4. Relación con los Trabajadores

Se respetan los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo y las Directrices para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

A nivel de JCDcaux España se respetan los diferentes Convenios y Acuerdos Corporativos del Grupo a nivel Mundial, que favorecen que seamos referentes también en estas materias. Por ejemplo, el Código Ético, la carta de Valores Sociales Fundamentales, el Protocolo frente a cualquier forma de acoso en el ámbito laboral.

El diálogo social a nivel de JCDcaux España se articula principalmente mediante el Convenio Colectivo de empresa, así como a través de reuniones y contactos regulares con la Representación Legal de los Trabajadores en los distintos centros de trabajo, con permanente espíritu de respeto, transparencia, y confianza mutua.

Asimismo, los grandes acuerdos en materia laboral y social se formalizan a través de la Comisión Paritaria del Convenio (for-

mada por 7 representantes sindicales debidamente elegidos y nombrados). El 100 % de la plantilla se encuentra cubierta por el convenio colectivo de JCDcaux, con la única excepción de los Consejeros y el Dirección General.

Se despliega un diálogo continuado con los delegados/as de prevención en el ámbito de la Seguridad y Salud, ya que esta materia constituye una prioridad de Empresa y un referente para la gestión cotidiana de proyectos, buscando siempre su integración transversal a todos los niveles de la organización. En tal sentido, ya el Convenio en vigor dedica todo el Capítulo XI (artículos 54º a 59º) a esta materia.

JCDcaux como empresa de comunicación exterior considera que la buena comunicación es esencial para el correcto funcionamiento de la Compañía. Para impulsar la comunicación organizacional utiliza diferentes medios, tales como Intranet (constantemente actualizada con las últimas noticias, resultados de la Compañía, estado de Contratos, acciones destacadas y documentación importante), el correo electrónico, formaciones y eventos específicos (por áreas, colectivos, transversales, etc.), tablones de anuncios, grupos de Teams,...

JCDcaux España fomenta la participación activa de sus empleados y empleadas a través de diferentes mecanismos, tales como:

- Buzones online y físicos accesibles para la totalidad de la plantilla (Canal de denuncias, Igualdad, Seguridad y Salud).
- Consultas masivas a colaboradores y colaboradoras y su posterior análisis (Encuesta satisfacción eWorking, encuesta anual sobre promoción de la Salud...).
- Representación legal de los trabajadores, Comisión paritaria de Igualdad, Comités de Salud y Seguridad y delegados de PRL.

## 6.5. Formación y desarrollo profesional

### 6.5.1. COMPROMISO Nº 2: DESARROLLO DE LOS EMPLEADOS

En 2022, se configuró un Plan de Formación obedeciendo a los 3 ejes formativos fundamentales: Formación Técnica, Formación en Habilidades y Formación Legal o reglamentaria; su definición se basó en la detección de necesidades formativas realizada por cada departamento respecto a sus equipos, alineada con los distintos proyectos y objetivos de la compañía.

Los pilares sobre los que se construyó este plan de formación fueron los siguientes:

- Continuar potenciando la formación en idiomas dado el crecimiento de los proyectos a trabajar con los departamentos corporativos.
- Impulso de herramientas digitales para avanzar en el proceso de transformación digital de la compañía, con un carácter más global. Implementación de nueva plataforma de formación virtual que permite disponer de formaciones e-learning y virtuales en un solo website. Contenido formativo de diferentes categorías: Habilidades, Competencias digitales, Bienestar, Productividad, Comunicación.
- Retomar nuestro proyecto de formación en Management, en concreto para managers del departamento de Operaciones.
- Comenzar un programa de sensibilización en igualdad que tendrá continuidad en los dos próximos años para llegar a toda la plantilla.
- Impartición de cursos sobre Protección de Datos, tanto generales como específicos por departamentos en caso de gestionar información considerada más sensible.
- También se han impulsado diversos programas superiores individuales para potenciar y desarrollar el conocimiento y profesionalidad de determinados perfiles.

Por otro lado, con respecto a la modalidad en la que se realizaron las formaciones durante 2022, cabe destacar que seguimos impulsando la formación virtual o en "streaming", de esta manera podemos llegar a formar a empleados/as de otras delegaciones.

## Nuestras acciones

Como resumen de lo indicado en los párrafos anteriores, los grandes hitos realizados en materia formativa durante 2022 son los siguientes:

- Formación Técnica: Ofimática(Excel, Power BI, etc.), Idiomas, Rstudio y programa de sensibilización en Igualdad.
- Formación en Habilidades: Proyecto formación de Management en el departamento de Operaciones, Técnicas de venta 2.0, Presentaciones eficaces y Gestión de Proyectos.
- Formación Legal o Reglamentaria: Renovación del permiso CAP, formación Legal específica PRL (indicaciones de índole preventiva, formación específica de puesto, formación riesgo eléctrico, Capacitación para el desempeño de funciones de PRL de nivel básico, etc.)y protección de datos.

## Evaluación

	2020	2021	2022
Horas totales de formación	8.145	11.061	11.295
Total personas formadas	612	525	568
Horas de formación por persona	13,31	21,07	19,89

COLECTIVOS	HORAS FORMACIÓN 2022
Dirección -Managers	3.387
Comerciales	1.481
Técnicos	2.793
Administrativos	1.486
Supervisores	672
Personal Terreno	1.476
Total	11.295

## 6.6. Accesibilidad para personas con discapacidad

En 2022 se han llevado a cabo varios acuerdos individuales de "teletrabajo" con personas trabajadoras de JCDcaux España, con el fin de favorecer la compatibilidad entre su actividad profesional y su contexto de salud personal.

Por otra parte, existen medidas técnicas ya implantadas para favorecer la integración de personal con capacidades restringidas, y que se materializan por ejemplo en baños adaptados, ascensor en la sede y otras.

## 6.7. Diversidad e igualdad profesional

### 6.7.1. DIVERSIDAD Y NO DISCRIMINACIÓN

JCDecaux entiende la mezcla de culturas, idiomas y cualquier forma de diversidad como una oportunidad. Supone un impulsor para el buen hacer y la innovación, al tiempo que un requisito para atraer y conservar los talentos. El respeto de los principios de no discriminación es parte integrante de la Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales de JCDecaux.

Por ello JCDecaux España se centra en el establecimiento de condiciones laborales en las que todas las personas trabajadoras puedan prosperar y desarrollar su potencial. Esto significa una política de no discriminación durante la contratación, compensación, acceso a la formación y gestión de la carrera profesional.

### Nuestras acciones

JCDecaux se ha comprometido a garantizar la igualdad de trato y de oportunidades profesionales entre hombres y mujeres en el ámbito laboral, en procesos tan relevantes como la contratación, la remuneración y el desarrollo profesional, entre otros.

En tal sentido, se continúa trabajando en el despliegue y cumplimiento de las medidas contempladas en el vigente plan de igualdad, que asume los principios de la Ley Orgánica. Además, se ha dado retorno oficial a los Representantes Legales de los Trabajadores/as de los avances realizados, valorando satisfactoriamente los mismos.

Como aspecto significativo y novedoso, la Comisión Paritaria de Convenio se ha constituido también como Comisión de Igualdad, integrando una composición paritaria.

**CHARTRE DE LA DIVERSITÉ** En Francia, al firmar la Carta de la Diversidad en 2008, JCDecaux se comprometió a favorecer la igualdad de las mujeres, los trabajadores discapacitados, las personas mayores y las minorías. Con esta Carta, JCDecaux se comprometió especialmente a sensibilizar y formar a sus empleados en materia de diversidad, a respetar y promover el principio de no discriminación, y a comunicar y explicar los resultados de este compromiso.

JCDecaux es una empresa comprometida en ofrecer la igualdad de oportunidades en la contratación de personal, así como en apoyar la integración cultural y en abonar un salario igual por un trabajo de igual valor, ofreciendo el mismo trato a todos los/las trabajadores/as actuales y potenciales. Así mismo, JCDecaux no discrimina por razón de discapacidad, raza, color, religión, género, estado matrimonial, opiniones políticas, orientación sexual, origen social, nacionalidad o ningún otro motivo protegido por la legislación local o nacional.

Así mismo JCDecaux dispone y difunde el Código para la prevención y tratamiento del acoso en el trabajo en la empresa, con la intención de prevenir y mantener entornos laborales libres de

acoso, y garantizar procedimientos adecuados en caso de detección de algún tipo situación.

### 6.7.2. IGUALDAD DE GÉNERO

En el año 2017, se implementa el I Plan de Igualdad de la Empresa El Mobiliario Urbano, S.L.U. (en la actualidad JCDecaux España, S.L.U.), con el compromiso de consolidar las políticas igualitarias existentes en la compañía, realizar un diagnóstico exhaustivo de la situación de ésta y marcar unos objetivos en contra de la desigualdad por razón de género.

Dicho Plan, con vigencia hasta 31 de diciembre de 2021, fue prorrogado durante el ejercicio 2022, momento en el que la JCDecaux España observa la necesidad de negociar y elaborar un nuevo Plan de Igualdad con vocación de dar continuidad a las medidas y objetivos planteados y alcanzados, así como su adaptación a la realidad social y normativa imperante en la actualidad.

A lo largo del ejercicio 2022 se ha planteado la elaboración y actualización de los siguientes protocolos relacionados con la igualdad y no discriminación:

- Violencia de género y ayuda a la víctima.
- Acoso sexual y por razón de sexo.
- Guía Comunicación incluyente y no sexista.

Es destacable también la Política existente de integración y promoción de Becarios/as, que permite el fomento de su empleabilidad posterior (incluso interna dentro de la Compañía). Incluye a estudiantes en proceso de finalizar sus estudios académicos (universitarios, másteres, o escuelas de F.P.).

Finalmente, hay que destacar que continua vigente (y publicado a todas las personas trabajadoras de JCDecaux España) el protocolo existente contra cualquier práctica de acoso en el ámbito interno de la compañía.

### 6.7.3. EMPLEO DE PERSONAS DISCAPACITADAS

JCDecaux se compromete a promover el acceso no discriminatorio al empleo para las personas con discapacidad y a crear condiciones favorables para su contratación e integración.

En abril de 2021 la Dirección General del Servicio Público de Empleo Estatal estimó la solicitud de declaración de excepcionalidad presentada por JCDecaux España y autoriza la adopción de las siguientes medidas alternativas, la celebración de un contrato de prestación de servicios con los siguientes centros especiales de empleo: Servei Especial Laboral Integració Discapacitats e IntegraiaAV, que favorecen la empleabilidad en ellos de personal con discapacidad.

En el ejercicio 2022 la Compañía ha certificado una facturación con los Centros Especiales de Empleo equivalente a 18 discapacitados, lo que unido a las 12 personas con discapacidad contratadas en plantilla sitúa a JCDecaux España en 5,30 %, muy por encima de lo establecido en normativa legal.

### 6.7.4. POLÍTICAS CONTRA LA DISCRIMINACIÓN

JCDecaux entiende la mezcla de culturas, idiomas y cualquier forma de diversidad como una oportunidad. Supone un impulsor para el buen hacer y la innovación, al tiempo que un requisito para atraer y conservar los talentos.

El respeto de los principios de no discriminación es parte integrante de la Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales del Grupo JCDecaux., integrando una Política de no discriminación en procesos tan relevantes como la contratación, la compensación, el acceso a la formación y la gestión de la carrera profesional.

## 6.8. Implementar una política social ambiciosa

### 6.8.1. COMPROMISO Nº 1: IMPLEMENTAR CARTAS PROPIAS DE JCDECAUX

JCDecaux España mantiene un compromiso firme e inquebrantable en la lucha contra cualquier forma de corrupción (tolerancia cero), así como con la garantía de los derechos fundamentales de las personas trabajadoras.

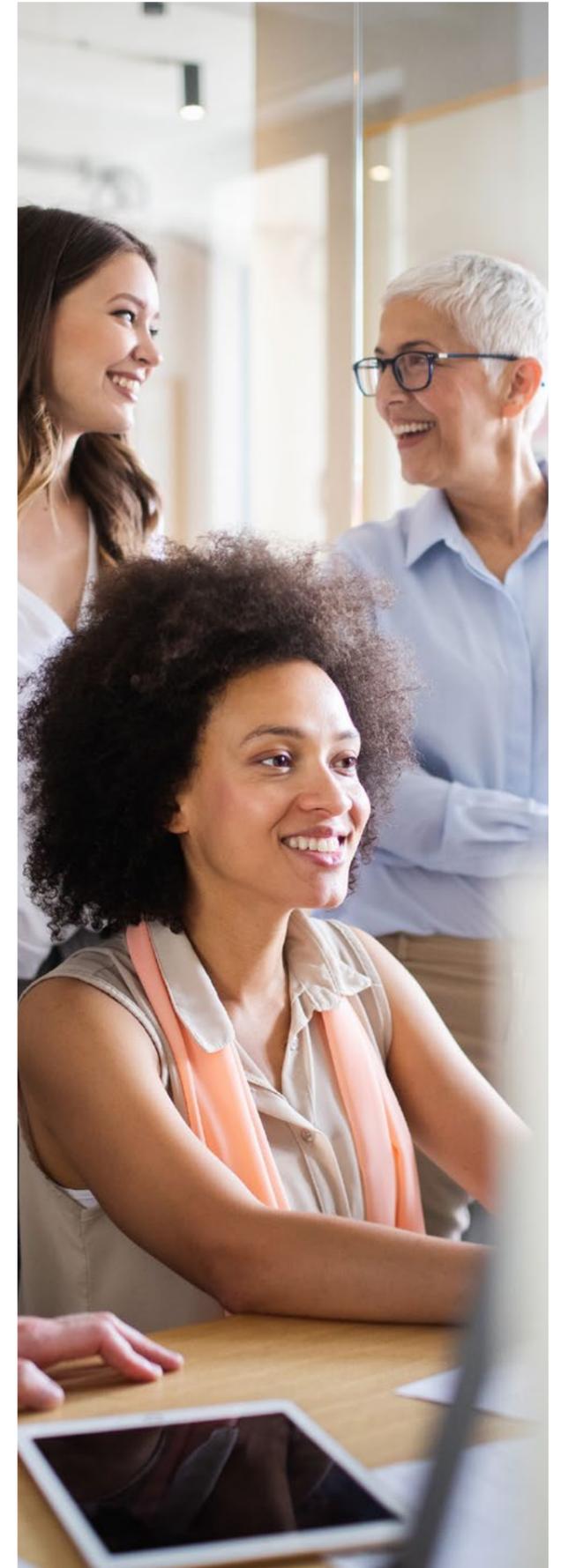
### Nuestras acciones

Desde el Grupo, JCDecaux creó una base social común para sus colaboradores que se formalizó con las Cartas del Grupo, donde se establecieron los derechos y obligaciones de las personas trabajadoras en todo el mundo.

La **Carta Ética del Grupo JCDecaux**, adoptada en 2001 y actualizada en 2005, 2009, 2014 y 2018, define las reglas que cualquier sociedad del Grupo y cualquier persona trabajadora deben respetar imperativamente, tanto en su comportamiento interno como respecto a las personas y empresas en sus relaciones profesionales. Se desglosa en:

- Las Reglas de Ética Fundamentales: Que prohíben cualquier forma de corrupción activa o pasiva, y el tráfico de influencias, y prescriben el cumplimiento de las reglas de libre competencia y las reglas en materia de información financiera y contable.
- Los Principios de Comportamiento Ético: Los cuales definen la conducta cómo deben relacionarse las personas trabajadoras del Grupo JCDecaux con las autoridades, sus proveedores y sus clientes y también especifica los derechos y responsabilidades de las personas trabajadoras del Grupo.

Dicho documento reafirma el compromiso del Grupo a oponerse a cualquier forma de corrupción y tráfico de influencias y pretende ser una herramienta de ayuda a la toma de decisiones en ciertas situaciones.





**La Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales del Grupo JCDecaux**, definida y difundida en 2012 y actualizada en 2020, describe el compromiso del Grupo con el respeto de los derechos humanos, y refuerza la protección de los derechos sociales fundamentales de todas las personas trabajadoras, en particular en lo que respecta a la Salud y la Seguridad, la duración de la jornada laboral y las vacaciones pagadas, así como a la condena de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio, el trabajo infantil, la discriminación laboral, el acoso o la violencia. JCDecaux, para formalizar su compromiso, tomó como referencia estándares internacionales, a saber, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, los convenios fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo y las directrices para empresas multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

Los miembros de la Junta Directiva del Grupo JCDecaux tienen la responsabilidad directa de comunicar a todas las filiales las anteriormente citadas Cartas y los valores sociales determinados en ellas.

Cuando una nueva persona trabajadora se incorpora a JCDecaux España, en el proceso de acogida, se le hace entrega de una copia de las Cartas del Grupo.

Dichas Cartas igualmente se encuentran accesibles en la Intranet y página Web de JCDecaux España.

Para mejorar la comprensión de los principios establecidos en estas dos Cartas, JCDecaux desarrolló guías prácticas que muestran conceptos claves y mejores prácticas relacionadas con los principios recogidos en ellas, así como ejemplos concretos.

Adicionalmente, en 2019 se puso en marcha, una formación on-line sobre prevención de la corrupción para el total de la plantilla conectada. A fecha actual las nuevas incorporaciones dentro del proceso de acogida tienen incorporada la realización de dicha acción formativa.

El compromiso con el respeto de los derechos humanos de JCDecaux se refleja también en el Código de Conducta de JCDecaux para Proveedores, que se incluye en las condiciones generales de compra y que, por tanto, debe ser firmado y aceptado por todos los proveedores de la compañía.

En 2022 no se han recibido reclamaciones o constancia de ninguna situación anómala relacionada con estas cuestiones.

## 6.9. Cultura de cumplimiento

### 6.9.1. CUMPLIMIENTO DESDE CADA MATRIZ

JCDecaux es una organización comprometida con la legalidad. Por ello, ha establecido una adecuada cultura de cumplimiento con el fin de evitar o, en cualquier caso, reducir, el riesgo de comisión de delitos en su beneficio en el seno de la organización, principalmente los vinculados con la actividad económica.

### Nuestras acciones

Desde el Grupo JCDecaux, para estar en cumplimiento con las disposiciones estipuladas en las leyes francesas Sapin II y Deber de Vigilancia, aplicables tanto a la casa matriz, como a las filiales de JCDecaux en el mundo, se han establecido medidas de vigilancia y control, que tienen como objetivo la implantación de modelos de prevención de la corrupción, así como procedimientos de debida diligencia para identificar los riesgos y prevenir las violaciones graves de los derechos humanos y las libertades fundamentales, la salud, la seguridad humana y el medio ambiente, proporcionando un derecho de alerta para todos los trabajadores y grupos de interés.

### Principales Medidas

- Política interna sobre la firma de los contratos cualificados y no cualificados.** JCDecaux en España ha desarrollado esta política para la prevención del blanqueo de capitales. En dicha política se establece la obligatoriedad de que todos los contratos sean firmados por dos personas de la filial, y se indica, según el tipo de contrato, los responsables que deberán firmarlo.
- Manual de Control Interno:** El Grupo JCDecaux ha elaborado un Manual de Control interno que regula procedimientos contables y financieros, describiendo todo el proceso seguido en el Grupo en cuanto a pedidos, órdenes de compra, inventario, activos fijos, recursos humanos, tesorería, licitaciones y patrimonio, tecnología de la información y reporte financiero y presupuesto.
- Protocolo Gestión de Campañas publicitarias:** JCDecaux en España ha elaborado un procedimiento de fijación de campañas sensibles el cual refleja las actuaciones, valoraciones y aprobaciones por parte de la dirección para la fijación de este tipo de campañas.
- Formación virtual:** todas las nuevas incorporaciones realizan la formación virtual "Principios éticos, sociales y relación con los proveedores", formación desarrollada por el Grupo JCDecaux en su plataforma de formación: JCDecaux Academy.

## Sistema de Alerta o Canal de Denuncias

La filial española ha hecho público el Sistema de Alerta o Canal de Denuncias del Grupo JCDecaux, tanto para trabajadores como grupos de interés. Específicamente, el Sistema de Alerta se compone de dos secciones: Alerta Ética, para denuncia de casos de tráfico de influencia, corrupción o violación a la libre competencia y Alerta de Vigilancia, para denuncias de acoso moral y/o sexual, condiciones insalubres de trabajo o contaminación del medioambiente. En proporción al tipo de denuncia a realizar, el empleado puede acceder a la Intranet o llamar al número directo habilitado para los fines y hacer la respectiva denuncia. Los grupos de interés, por su parte, pueden acceder al sitio web de JCDecaux en España o el sitio web de JCDecaux global para informar sobre cualquier violación o incumplimiento de las normas éticas y/o legales de cualquier empleado del Grupo JCDecaux en España.

En 2022 no se recibió queja o denuncia vía este Sistema de Alerta.

### 6.9.2. MODELO DE PREVENCIÓN DE DELITOS EN JCDECAUX ESPAÑA

Mediante la aprobación de la Ley Orgánica 5/2010, por la que se modificó la Ley Orgánica 10/1995, se establecieron los delitos aplicables a las personas jurídicas y sus requisitos. Posteriormente fue reformada por la Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo, que modificó nuevamente la Ley Orgánica 10/1995 del Código Penal, estableciendo medidas de vigilancia y control para su prevención y detección como fundamento expreso de una atenuación de su responsabilidad penal. En este sentido, desde la entrada en vigor de la normativa referida anteriormente, JCDecaux en España decide de manera voluntaria implantar un Modelo de Prevención de Delitos que permita mejorar su cultura de cumplimiento, mediante la identificación y gestión de riesgos penales.

Próximas acciones

- Publicación de políticas y procedimientos.
- Establecimiento de más controles internos
- Formación a todos los empleados sobre el Modelo de Prevención de Delitos.
- Creación y constitución de Comité de Cumplimiento.

# 07

## Nuestro compromiso con los grupos de interés

### 7. NUESTRO COMPROMISO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

El Grupo JCDecaux se encuentra en el centro de un ecosistema compuesto por varios grupos de interés, como el público en general y los usuarios de mobiliario urbano, las autoridades locales y los ayuntamientos, y las empresas de transporte, los anunciantes y las agencias de medios de comunicación, los proveedores y subcontratistas, así como las asociaciones; todos ellos con prioridades muy diferentes. Sus requisitos son muy variados y el Grupo JCDecaux pretende satisfacerlos de la mejor manera posible, respetando las normas de la ética empresarial.

El diálogo entre el Grupo JCDecaux y sus grupos de interés se dirige de forma local, bien desde los responsables locales de los contratos, y la dirección y responsables del Departamento de Desarrollo y Relaciones Institucionales, lo que le permite al grupo estar lo más cerca posible de sus grupos de interés y, en consecuencia, identificar mejor sus expectativas y necesidades.

El modelo económico del Grupo JCDecaux consiste en proporcionar a las ciudades y a las empresas de transporte productos y servicios adaptados a sus necesidades, mediante la creación de espacios publicitarios.

Los ayuntamientos, las empresas de transporte y el público en general se benefician de las infraestructuras sin ningún impacto en la economía pública, y los anunciantes disponen de un medio de comunicación único que les permite interactuar con sus consumidores con concienciación social.

La cadena de valor que se presenta a continuación ilustra la determinación del Grupo JCDecaux de estar lo más cerca posible de sus grupos de interés. JCDecaux cuenta con competencias diferentes, que van desde marketing de espacios publicitarios hasta el mantenimiento y la conservación del mobiliario. El control de todas las etapas de la cadena de valor contribuye a garantizar a largo plazo una calidad óptima de los productos y servicios ofrecidos por el Grupo JCDecaux.

Gestión de toda la cadena de valor al servicio de las autoridades públicas y los socios comerciales (ciudades, metros, autobuses, trenes, centros comerciales, etc.)

<p>Escuchar las necesidades de los grupos de interés, dialogar con ellos y ofrecerles recomendaciones.</p> <p>Comprender las expectativas del usuario final.</p> <p>Desarrollar productos y servicios de diseño que sean cómodos, innovadores, conectados, interactivos y accesibles para todos.</p> <p>Diseño ecológico</p>	<p>Responder a los concursos públicos y diálogos competitivos.</p>	<p>Compra responsable</p> <p>Montaje e instalación de mobiliario y de sistemas de bicicletas autoservicio</p> <p>Conservación y mantenimiento del mobiliario y de los sistemas de bicicletas autoservicio</p> <p>Centros de atención al cliente</p> <p>Control ético interno de las imágenes publicitarias</p>	<p>Atención al cliente:</p> <p>Desmontaje, reciclaje o renovación de mobiliario</p> <p>Retroalimentación y apoyo a las autoridades y dirigentes locales</p>
<p><b>1. ASESORAMIENTO Y DISEÑO</b></p>	<p><b>2. OFERTA DE SERVICIOS</b></p>	<p><b>3. IMPLEMENTACIÓN</b></p>	<p><b>4. SERVICIO POST-IMPLEMENTACIÓN</b></p>
<p>Estrategia de medios de comunicación exterior, asesoramiento a los anunciantes</p> <p>Creación de planes de publicidad nacionales y locales</p> <p>Capacidad de combinar mobiliario analógico y digital</p> <p>Soluciones para eventos</p>	<p>Venta de espacio publicitario</p> <p>Asesoramiento continuo a los anunciantes hasta la publicación de la campaña</p>	<p>Preparación de los carteles y de las lonas recibidos por las imprentas</p> <p>Control visual de anuncios</p> <p>Publicación de campañas</p> <p>Puesta en línea de contenidos digitales</p> <p>Montaje de eventos</p>	<p>Retirada de carteles y reciclaje al final de la campaña</p>

### 7.1. Proveedores. Fomentar el desarrollo sostenible en la política de compras

Los proveedores son un elemento principal de los procesos de calidad de los productos de JCDecaux, ya que dan forma al mobiliario diseñado por los ingenieros de JCDecaux.

JCDecaux trabaja con más de 2.000 proveedores y subcontratistas en España, de los cuales, 44 de ellos son considerados "proveedores clave". Estos proveedores son clasificados "clave" en base a unos criterios definidos como son: volumen de facturación, nivel de especialización, nivel de competencia, etc.

Se fomenta el desarrollo sostenible en la Política de Compras, integrando acciones que nos permitan mejorar el desempeño en el ámbito social y ambiental de las operaciones diarias.

#### Nuestras acciones

Nuestra prioridad es establecer relaciones de confianza a largo plazo y asegurar que nuestros proveedores compartan los valores de JCDecaux España y se comprometan, junto con nosotros, a promover el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa. Este enfoque nos permite controlar los riesgos, fortalecer las relaciones con nuestros proveedores, así como favorecer el intercambio de innovaciones.

En el último año, varias acciones han sido desarrolladas buscando como objetivo final el impulso de los principios de sostenibilidad en las Políticas de Compras de JCDecaux. Algunas de estas acciones son:

- Definición de Objetivos y criterios de sostenibilidad: JCDecaux a nivel Grupo establece objetivos y criterios claros que integran consideraciones sociales y ambientales en su política de compras.
- Formación y capacitación: Las personas que integran el departamento de compras de JCDecaux, reciben formación en la aplicación de criterios de sostenibilidad en los procesos de compra y subcontratación. Se les proporcionan conocimientos que les permitan identificar proveedores sosteni-

bles mediante el uso de herramientas y tecnologías sostenibles.

- Seguimiento y evaluación del desempeño: Periódicamente se lleva a cabo un seguimiento y evaluación del desempeño de los proveedores en términos de sostenibilidad.

Se está trabajando para establecer mecanismos de monitoreo y evaluación para medir el desempeño de los proveedores en relación con los criterios de sostenibilidad establecidos.

JCDecaux apuesta, siempre que sea posible, por proveedores locales y regionales.

Las compras a nivel de Grupo y de filiales locales se enmarcan en un proceso determinado por el Departamento de Compras del Grupo, que identifica a los principales proveedores, aplica el Código de Conducta de Proveedores a todos ellos e implementa una metodología de homologación, y evaluación de dichos proveedores principales.



El Código de Conducta de Proveedores entró en vigor en 2014, realizándose en los años siguientes revisiones y, concretamente, su última actualización se ha realizado en 2022. Todos los proveedores de la compañía deben firmarlo y comprometerse en su cumplimiento, a menos que dispongan de un Código propio equivalente. La firma del Código o la existencia de uno propio es uno de los requisitos indispensables para su homologación. Este documento especifica claramente lo que JCDecaux espera de sus proveedores en el ámbito social, ético, de seguridad y salud y medioambiental. El código está basado en las principales normas reconocidas a nivel internacional: directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD), la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y los ocho Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Para garantizar su divulgación y aplicación, la recepción del Código de Conducta firmado se incluye dentro del proceso de homologación de proveedores.

#### Objetivos estratégicos y resultados

OBJETIVOS	INDICADORES	2022	COMENTARIOS Y PRÓXIMOS PASOS
El 100 % de los principales proveedores deberán haber firmado el Código de Conducta de Proveedores	% de proveedores que han firmado el Código de Conducta de Proveedores	100 %	<b>Próximos pasos:</b> Continuar implementando el Código de Conducta
Evaluación anual del 100 % de los principales proveedores	% de principales proveedores que han sido evaluados	100 %	<b>Próximos pasos:</b> Nueva herramienta de compras y auditoría

### 7.2. Fortalecer el compromiso de los empleados con el desarrollo sostenible

#### 7.2.1. COMPROMISO Nº1: IMPLEMENTAR UN PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN DE LOS EMPLEADOS SOBRE EL MEDIO AMBIENTE

Para que el compromiso adoptado por JCDecaux con el desarrollo sostenible se traduzca a resultados esperados, es esencial que todos los trabajadores los asuman y apoyen. Con su trabajo y acciones diarias dan sentido al compromiso y valores que JCDecaux España trasmite.

#### Nuestras acciones

Desde el año 2003, en JCDecaux España, existe un programa interno diseñado para sensibilizar a los empleados en materia de buenas prácticas ambientales, bajo el nombre:



Este programa es revisado y actualizado de forma periódica, añadiendo nuevos conceptos que permitan enriquecerlo y adecuarlo a las nuevas situaciones y evolución.

#### Objetivos estratégicos y resultados

OBJETIVOS	INDICADORES	2022	COMENTARIOS Y PRÓXIMOS PASOS
Formar, durante el año 2022 a todas las personas trabajadoras de JCDecaux en los conceptos de sostenibilidad y la estrategia y objetivos en esta área.	% de personas trabajadoras que han realizado el curso sobre desarrollo sostenible.	100 %	Estudiar la organización de pequeñas píldoras formativas de impacto local. En aspectos más concretos como la eliminación de residuos a personal interno y externo.

#### 7.2.3. COMPROMISO Nº3: MEJORAR LOS CONOCIMIENTOS SOBRE EL MODELO DE NEGOCIO, LA HISTORIA Y LOS VALORES DE JCDECAUX

#### Nuestras acciones

Es importante que cada uno de los empleados del Grupo JCDecaux comprenda a la perfección el modelo de negocio, la historia y los valores de JCDecaux con el fin de hacerlos embajadores de la empresa. Nuestro modelo de negocio se presenta en el apartado "Nuestro Modelo de Negocio", al inicio del presente informe.

De esta manera, a cada nuevo empleado se le transmite el modelo de negocio de JCDecaux cuando se incorpora al Grupo (sesiones de integración, folleto de bienvenida, etc.). También se pone a disposición de todos los empleados, en la intranet del grupo, una nota donde se describe brevemente el modelo de negocio de la compañía.

Adicionalmente, en 2022 se han llevado a cabo varias medidas enfocadas a la formación y refuerzo de los conocimientos en cuanto a Sostenibilidad y las Políticas ASG que se han abordado, al paraguas de la estrategia ESG 2030 definida por el Grupo, como acciones desarrolladas a nivel local. Algunas de estas medidas corresponden con formaciones en conceptos de Desarrollo Sostenible, estrategia ESG 2030, difusión de los objetivos vinculados a la dicha estrategia a través de la intranet de JCDecaux España o bien mediante intervenciones en convenciones de diferentes departamentos dentro de la compañía.

Del mismo modo, organizadas por el Grupo, se han llevado a cabo formaciones y vídeos enfocados en los diferentes objetivos principales definidos en la estrategia ESG a nivel internacional.

#### 7.2.2. COMPROMISO Nº 2: MEJORAR LOS CONOCIMIENTOS Y LA COMPRENSIÓN DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

#### Nuestras acciones

El compromiso de los empleados es esencial para alcanzar los objetivos fijados por la Estrategia de Desarrollo Sostenible del grupo. Por lo tanto, es necesario sensibilizar y formar a los trabajadores en materia de desarrollo sostenible para que puedan participar de manera activa en el desarrollo de la Estrategia y en los buenos resultados de la empresa a largo plazo.

### 7.3. Relaciones con las ciudades, empresas de transporte y otros actores locales

El éxito de JCDecaux se basa en la reconocida calidad de sus productos y servicios, así como en su capacidad para comprender y anticiparse a las necesidades de los ayuntamientos, las autoridades locales, o las empresas de transporte. Nuestro objetivo es ofrecer productos y servicios innovadores y de alta calidad para apoyar sus propias estrategias de desarrollo sostenible y resiliencia.

La mejora de la calidad de vida en las zonas urbanas y del transporte público es un importante objetivo que comparten tanto los usuarios de los espacios públicos, las autoridades locales, los proveedores de transporte y todos los actores económicos. Uno de nuestros compromisos a largo plazo, que continúa siendo el eje principal de nuestro modelo de negocio, es el diseño

de soluciones duraderas que permitan adaptarse al ritmo de los cambios urbanos. Desde marquesinas de autobús a sistemas de libre acceso para bicicletas, pasando por aseos públicos automáticos y el mantenimiento automatizado de los dispositivos conectados, JCDecaux se anticipa y estudia las nuevas dimensiones que aportarán a los espacios urbanos y que harán que las ciudades sean abiertas, conectadas e inteligentes.



## DESARROLLAR HERRAMIENTAS Y SERVICIOS INNOVADORES PARA LAS CIUDADES Y SUS HABITANTES

### NUESTROS COMPROMISOS

- **Desarrollar servicios de publicidad para las ciudades y sus habitantes**, reservando algunas caras de parte de nuestro mobiliario urbano para las necesidades de comunicación de las propias ciudades:
  - Información pública como mapas y comunicaciones.
  - Actualizaciones de información en tiempo real a través de medios digitales (por ejemplo, horarios de autobuses).
- **Publicitar eventos municipales y culturales en las ciudades** y sus alrededores.



## AYUDAR A LAS PERSONAS EN SU VIDA DIARIA HACIENDO QUE EL MOBILIARIO URBANO SEA ACCESIBLE, CÓMODO Y ÚTIL

### NUESTROS COMPROMISOS

- **Diseñar mobiliario urbano universal y adaptado** que haga que nuestros productos y servicios sean accesibles a las personas con discapacidad.
- ### PROGRESOS
- **Fomentar un entorno cómodo y agradable añadiendo asientos** al mobiliario urbano cuando sea posible.
    - Mayor acceso a Internet e inclusión digital a través de *Small Cells* y wifi
    - Acceso a nuevos servicios locales a través de nuestras marquesinas.
  - **Desarrollar servicios para personas con discapacidad:**
    - Avisos orales activados por voz y etiquetas en relieve para personas con discapacidad visual.



## HACER LAS CIUDADES MÁS AGRADABLES

### NUESTROS COMPROMISOS

- **Diseñar mobiliario urbano innovador y elegante** en colaboración con conocidos diseñadores como Marc Aurel, Philippe Starck, Patrick Jouin y Norman Foster.
- **Tratar de reducir la densidad urbana** colocando nuestro mobiliario urbano en relativamente pocos lugares, pero estratégicos, y utilizando paneles deslizantes y pantallas digitales.

### PROGRESOS

- **Establecer medidas contra el vandalismo como**, por ejemplo, barnices protectores y decoraciones en relieve o láminas antivandálicas.

Proteger el medio ambiente y apostar por ciudades sostenibles



## DISMINUIR LA HUELLA AMBIENTAL DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

### NUESTROS COMPROMISOS

- Hacer de la **iluminación LED** una característica habitual del mobiliario urbano analógico<sup>1</sup> en nuevos contratos y contratos renovados.
- **Hacer frente a la obsolescencia**. El mobiliario urbano puede reutilizarse varias veces y llegar a durar 30 años gracias a la calidad de los materiales con los que están fabricados.
- **Potenciar los criterios de ecodiseño y economía circular** en los diferentes modelos de mobiliario urbano.

### PROGRESOS

- **Apagar el mobiliario urbano por la noche**, o sistemas de regulación de la intensidad lumínica.
- **Implementar sistemas de regulación de luz en las pantallas digitales**, lo que permite nivelar la intensidad de brillo en función de la luz ambiente, reduciendo notablemente el consumo energético.
- **Desarrollar soluciones que funcionen con energía solar** incorporando paneles fotovoltaicos en nuestro mobiliario urbano: por ejemplo, en la ciudad de Murcia o Bilbao.
- **Diseño de mobiliario urbano con una menor huella de carbono** (uso de materiales naturales, menor consumo eléctrico...).

1. Excepto para grandes formatos



## DESARROLLAR PRODUCTOS QUE AYUDEN A PROTEGER EL MEDIO AMBIENTE Y A FOMENTAR LA MOVILIDAD SOSTENIBLE

### NUESTROS COMPROMISOS

- **Fomentar el uso del transporte público** mediante marquesinas de autobús.
  - **Potenciar las formas de transporte "sostenibles"** como caminar y la bicicleta mediante la instalación de sistemas de **bicicletas de libre acceso** con o sin motores eléctricos) y señalización.
- ### PROGRESOS
- **Instalar mobiliario urbano para recoger algunos tipos de residuos** como pilas, vidrio o papel.
  - **Diseño de mobiliario urbano con una menor huella de carbono** (uso de materiales naturales, menor consumo eléctrico...).

El desarrollo de soluciones de movilidad para ciudades inteligentes y sostenibles no solo se basa en la cooperación entre entidades públicas y privadas, sino también en la colaboración entre empresas, concretamente entre las grandes empresas y las empresas emergentes. Por ello, el Grupo JCDecaux apoya e invierte en start-ups innovadoras, ya sean francesas o internacionales, en el marco de su estrategia de fomento de la innovación y de impulso del espíritu empresarial.

### 7.4. Relaciones con anunciantes

Hoy más que nunca, después de un periodo tan difícil que ha supuesto la irrupción del Covid19 en nuestras vidas la relación con los anunciantes y la comunicación es más necesaria que nunca, siendo el medio exterior un player fundamental en este proceso. La cobertura y audiencia alcanzadas con un medio no invasivo en los distintos entornos cotidianos, nos posiciona como uno de los medios con mayor rebote de crecimiento para este año.

JCDecaux cuenta con un amplio conocimiento de las ciudades y de los movimientos de sus ciudadanos, conocimiento que permite de una manera eficaz poner en relación a las marcas con su audiencia posicionando a nuestros productos como referentes del mercado con los que alcanzar la máxima cobertura en sus campañas.

La transversalidad de la oferta de JCDecaux con su presencia en todas las categorías de productos del medio exterior, con productos multiformatos y multientornos permiten dar respuesta a las distintas necesidades de comunicación de nuestros anunciantes, desde la posibilidad de llegar a grandes coberturas nacionales a un impacto mucho más selectivo o por proximidad con campañas ad-hoc. Todo esto cimentado sobre una estruc-

tura comercial transversal, cuyo fin es dar servicio personalizado y eficiente a cada una de las peticiones recibidas a través de los distintos entornos ofrecidos por JCDecaux, cubriendo así el "Customare Journey" del consumidor a través de sus movimientos diarios.

Desde JCDecaux apostamos por la DATA para la creación de un producto que optimice los resultados de nuestros anunciantes. En esta línea hemos incorporado partners que nos permiten, a través de tecnología mobile, dotar de un valor añadido a cada una de nuestras caras publicitarias para seleccionar aquellas que mejor se adecuen a las necesidades de nuestros clientes. Además, la convergencia entre nuestros soportes y el mobile permite a nuestros anunciantes poder hacer un doble impacto a la audiencia e incrementar la efectividad de las campañas, siguiendo al consumidor hasta el mismo punto de venta y aportando nuevos KPIS de campaña. La omnicanalidad nos ha permitido demostrar como mejoran las ratios de conversión de OOH frente a la compra de los canales de manera independiente siendo más eficientes a la hora de contactar con la audiencia.

Desde JCDecaux, seguimos ayudando a la digitalización de nuestras ciudades. Durante el año pasado se han incorporado nuevas ciudades como Valladolid, Barcelona, Vitoria, Oviedo, Gijón, Las Palmas de Gran Canaria o Burgos alcanzando una presencia en 16 ciudades y 8 áreas metropolitanas de Madrid y Barcelona, configurando una oferta digital nacional con cobertura en las principales ciudades españolas. La oferta digital de JCDecaux y la gestión a través de nuestra plataforma VIOOH nos permite optimizar el uso de nuestra red digital desde la planificación, el uso de contenidos dinámicos adecuados a cada momento hasta la reciente incorporación de nuestra oferta al entorno de compra - venta programática. La combinación de DATA y la plataforma VIOOH sobre nuestros soportes en las ciudades nos permiten trabajar de manera más eficiente los mensajes que se desean transmitir y con una optimización del target a alcanzar, así como el retorno sobre la inversión para los anunciantes. Tanto el nuevo entorno programático, así como la segmentación a través de la DATA en general abren a nuestros anunciantes nuevas posibilidades, más flexibles y directas y mucho más optimizadas para contactar con una audiencia cada vez más conectada.

En resumen, toda la oferta comercial de JCDecaux está orientada claramente a responder a las necesidades de nuestros anunciantes, poniéndolos en el centro de nuestra estrategia, escuchándolos y adaptándonos a un entorno cada vez más cambiante, para poder llegar de la mejor manera a impactar al nuevo consumidor.

#### 7.4.1. RED GLOBAL PERMITE REALIZAR CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN TODO EL MUNDO

La presencia internacional de JCDecaux en los cinco continentes (más de 80 países y 3670 ciudades) abre la posibilidad a nuestros anunciantes nacionales e internacionales de compartir una red global presente en las principales ciudades del mundo. Una red que facilita su aprovechamiento al máximo en los diferentes mercados, ayudando a las marcas en la mejor planificación

para sus campañas. Contamos con herramientas de marketing e investigación que nos permiten poner en valor el medio OOH en todos los mercados.

Además, JCDecaux España cuenta con el apoyo internacional de DATA CORP un equipo multidisciplinar formado por perfiles de Big Data, análisis, e ingenieros tecnológicos que buscan acelerar la transformación digital de OOH creando una estrategia global que permita recopilar, analizar, modelar y explotar datos con productos y servicios innovadores.

#### 7.4.3. (SIH) SALES INTELLIGENCE HUB: DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA DE VENTAS

JCDecaux ha desarrollado una metodología propia de la captación, retención y fidelización de la inversión llamada Sales Intelligence Hub (SIH).

#### 7.4.2. JCDECAUX CONTRIBUYE AL DINAMISMO DE LAS ECONOMÍAS NACIONALES Y DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS LOCALES

JCDecaux contribuye al dinamismo de las ciudades, y como parte de la industria publicitaria colabora en el desarrollo económico del mercado local, nacional e internacional. El medio exterior contribuye con su especial fuerza, visibilidad y dinamismo a transmitir los contenidos publicitarios que las marcas necesitan para el logro de sus objetivos económicos y acelera el flujo de las economías de los diferentes mercados.

### ¿QUÉ ES SIH? ¿EN QUÉ CONSISTE?

Esta metodología de aproximación al mercado pretende mejorar el rendimiento, integración y compromiso de sus equipos comerciales.

### HERRAMIENTAS A TRAVÉS DE LAS QUE TRABAJA

Un set de herramientas eficaces para ejecutar la gestión comercial que integra 4 áreas. Esto nos permite monitorizar, comprender y evaluar el desempeño de la labor comercial en el entorno de al contrato con Metro de Madrid.

#### PURCHASE FUNNEL

Busca orientar el servicio a lo largo del proceso de ventas, trabajando con cada uno de los interlocutores que intervienen en este proceso:

- **Anunciante:** Identificación de sus necesidades y objetivos, foco en el acercamiento directo al cliente.
- **Agencia Creativa/Agencia de Medios:** Conocimiento del proceso de toma de decisiones.
- **Unidades especialistas de OOH:** Construcción del plan de medios óptimo.

#### MAPA DE ANUNCIANTES

Modelo de comprensión de la estructura de la cartera de anunciantes que permita identificar y segmentar adecuadamente. Definición de iniciativas de captación efectivas para cada uno.

- **Cientes Estratégicos:** Fieles al entorno 80 % de la facturación.
- **Cientes ICEBERG:** Inversión reducida, con una fuerte inversión en otros medios.
- **Cientes Inactivos:** Sin inversión en el último año.
- **Cientes Prospect:** Sin inversión actual, susceptibles de incorporarse a la cartera.

#### CICLO DE VENTA

Ciclo de 7 pasos de acciones comerciales que se llevan a cabo con cada uno de los integrantes de la cartera:

1. Selección de target.
2. Conectar.
3. Entender.
4. Recomendar.
5. Convencer y cerrar.
6. Reafirmar.
7. Capitalizar.

#### MATRIZ DE EVALUACIÓN COMERCIAL

Mide la eficiencia comercial e identifica posibles áreas de mejora. Se identifican objetivos a medir englobados dentro de 3 categorías:

- **Experiencia técnica:** Conocimiento del mercado y productos, colaboración de ventas y marketing y Yield.
- **Eficiencia operacional:** Gestión de ventas, proceso de ventas y cobertura de mercado.
- **Inteligencia emocional:** Estado mental, comportamiento y coaching.

### 7.5. Relaciones con los usuarios

El objetivo de JCDecaux es el de dotar a las ciudades de soportes que aporten valor al entorno urbano y a sus ciudadanos y es clave la relación y uso que tengan estos con nuestros soportes. Por lo tanto, es de gran importancia la aceptación y cumplimiento de toda la normativa vigente, desde el ámbito de seguridad de nuestras instalaciones hasta el control de los contenidos publicitarios expuestos.

Para el cumplimiento de este último, JCDecaux cuenta con un procedimiento de control y revisión de cada una de las piezas publicitarias expuestas, en el que intervienen diferentes áreas de la compañía y que permiten emitir, en un entorno contextual seguro, la comunicación de nuestros anunciantes cumpliendo con las normativas jurídicas vigentes en cada ciudad y para cada sector o categoría de producto.

#### 7.5.1. SEGURIDAD Y SALUD DE LOS USUARIOS

La reputación de JCDecaux se basa en la calidad de sus servicios y equipos. Este es uno de los valores fundamentales del grupo. JCDecaux tiene su propio departamento de R&S. Esta unidad de investigación dispone de la certificación ISO 9001 e ISO 14001, garantizando que los productos cumplen con los estándares de acceso y seguridad y con todas las autorizaciones necesarias. Tras la instalación de cualquier elemento de mobiliario debe someterse a controles regulares in situ, además de a controles más estrictos, profundos y sistemáticos de las instalaciones eléctricas en intervalos variables.

Los sistemas de bicicletas de libre acceso están sujetos a revisión, mantenimiento y limpieza in situ diariamente por parte de técnicos de bicicletas, según horarios y resto de condiciones de cada contrato. Cuando es necesario, las bicicletas se reparan en el taller a manos de mecánicos especialistas en bicicletas. Como medida preventiva, los frenos, cables y fundas se sustituyen cada 24 meses; igualmente, se realiza un reset y lubricado de cables de frenos a cada bicicleta que pasa por taller y se revisan las cubiertas (también en terreno) y los cables de frenos, sustituyendo estos dos últimos elementos cada vez que es necesario, por parte de mecánicos y técnicos formados en el propio taller Cyclocity de JCDecaux.

Del mismo modo, también se llevan a cabo acciones de sensibilización sobre la seguridad vial entre los usuarios de sistemas de bicicletas autoservicio.

Complementariamente a lo anterior, en las Condiciones Generales de Contratación, que deben aceptar todos los usuarios, se les exige:

- Utilizar la bicicleta conforme a las normas de circulación, atendiendo especialmente a la normativa que prohíbe la conducción bajo bebidas alcohólicas y estupefacientes.
- No hacer un uso inapropiado de la bicicleta como puede ser su manipulación, su utilización en terrenos o en condiciones inapropiadas o de naturaleza capaz de dañar la bicicleta, que ponga en peligro la integridad tanto del usuario como de terceros,

- Se recomienda la utilización de casco y chaleco reflectante debidamente homologados.
- Posibilidad de suscribir la contratación de un seguro de RC y Accidentes como es el caso de Sevilla. En Valencia, ya poseen dicho seguro desde el momento de su alta como persona usuaria.

#### 7.5.2. CONTROL DEL CONTENIDO PUBLICITARIO

JCDecaux como empresa líder en el sector publicitario de medio exterior, tiene la obligación de controlar y velar porque el contenido de las creatividades y de la publicidad que se fija en todos sus soportes publicitarios (convencionales o digitales, cualquiera que sea el formato y medio) sea conforme y acorde con la legislación publicitaria y demás legislación concordante, ya sea de carácter nacional, autonómica y/o local.

Por su parte, el Grupo JCDecaux ha publicado, concretamente en el mes de julio de 2022, un nuevo código, denominado: "Código de Conducta de Comunicación Exterior", que establece las directrices generales que deben seguir los contenidos de las campañas publicitarias a la hora de ser fijadas en todos los soportes publicitarios de JCDecaux a nivel internacional. De manera específica este código delimita los principios que deben ser respetados durante la exhibición de cada una de las campañas publicitarias.

Por tal motivo, desde JCDecaux se ha implementado un "Protocolo de Gestión de Campañas Publicitarias" que establece los criterios, procedimientos y responsabilidades a cumplir por todos los trabajadores, para la gestión de las aprobaciones, modificaciones o rechazos vinculados a aquellas campañas, previas a su fijación, que por motivo de su contenido pudieran contravenir la legislación aplicable, así como los valores y principios establecidos en la Carta Ética del Grupo JCDecaux. Este mismo protocolo es aplicable sobre aquellas Campañas Publicitarias no comerciales, de carácter claramente social e ideológico que pudieran sustentar un contenido "sensible". De este modo,

Durante el año 2022, han sido analizadas más de 150 creatividades de todo tipo de contenido (alcohol, juego, religiosas, electorales, políticas, etc.).

Igualmente, y para este fin, la Compañía es miembro y cuenta con la experta valoración del Organismo de Control de la Publicidad, AUTOCONTROL, que debe velar por garantizar una publicidad legal, veraz, honesta y respetuosa y que garantiza, mediante la emisión de Informes o copy advice, la legalidad de la referida publicidad.

Desde el departamento de Cyclocity, se desarrollan y gestionan las siguientes campañas:

- Lanzamiento propio del servicio de Cyclocity para promocionar el servicio de los usuarios.
- Campañas comerciales provenientes de anunciantes que son gestionadas entre el Departamento Comercial y el Departamento de Operaciones (Acciones Especiales).

Las acciones que se realizan de cara al usuario se encuentran reguladas mediante protocolo interno, en el que se establece la obligatoriedad de disponer de una validación previa por parte del Departamento Jurídico, así como su comunicación a la Municipalidad correspondiente para su conocimiento previo antes del inicio de la campaña.

### 7.5.3. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Desde el inicio de la actividad de JCDecaux, existen áreas dedicadas a la gestión de las reclamaciones realizadas por cualquiera de sus grupos de interés. Estas reclamaciones son documentadas, y solucionadas por los responsables definidos para la atención de cada grupo de interés (usuarios cyclo, clientes comerciales, ayuntamientos y organismos oficiales, etc.).

JCDecaux no ha recibido ninguna reclamación por incumplimiento de las normas medioambientales, de seguridad y salud, o por violación de la privacidad de nuestros clientes.

En el año 2022 han sido gestionadas 354 reclamaciones de clientes comerciales, que han sido atendidas tanto por el equipo comercial, como por parte del servicio post-venta, de forma personalizada con cada uno de nuestros anunciantes. Tras un primer contacto para obtener los detalles del problema, la reclamación es registrada en el sistema de gestión de reclamaciones, aportando toda la información disponible. Una vez registrada, la reclamación recorre todos los canales necesarios para su análisis y solución a la mayor celeridad posible. Las 354 incidencias detectadas en 2022 fueron solucionadas.

Por otro lado, las reclamaciones de los servicios Cyclocity se gestionan a través de la plataforma ICARE. Cyclocity pone a disposición de los usuarios, un teléfono gratuito del call center, y oficinas de atención al cliente presencial en Sevilla y Valencia, además de RRSS (Instagram, Facebook, Twitter) como vía de comunicación para compartir sus comentarios sobre nuestros servicios.

Las llamadas son tipificadas según el tipo de incidencia para un mayor control, así como establecer estadísticas de seguimiento y evolución con el fin de mejorar el servicio a los usuarios. La mayoría de las incidencias son resueltas en el momento, sin embargo, hay incidencias que necesitan comprobación por parte de los agentes de terreno, siendo el tiempo máximo de resolución 10 días.

El volumen de actividad en cada uno de los servicios Cyclocity en 2022 es la siguiente:

	NÚMERO DE BICIS	NÚMERO DE ESTACIONES	CANTIDAD DE USUARIOS (ULT. DÍA DICIEMBRE)	NÚMERO DE RC
Santander	200	17	998	598
Sevilla	2.600	263	20.776	13.615
Valencia	2.750	276	36.745	12.667



Se ha desarrollado una App para los servicios de Sevici (Sevilla) y Valenbisi (Valencia) con la finalidad de mejorar la experiencia del cliente en el servicio de Cyclocity. De esta forma el usuario puede:

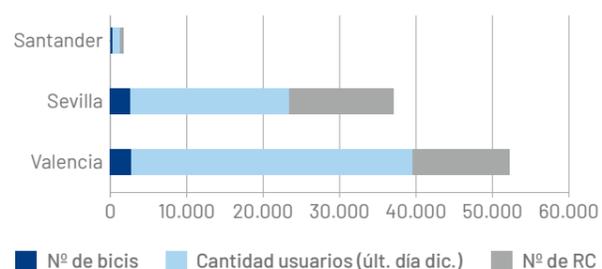
- Conocer las aperturas y cierres de las estaciones en tiempo real, gracias a la campana de alertas.
- Consultar la ocupación de las estaciones en cada momento.
- Consulta de movimientos y estadísticas de uso.
- Consulta del importe generado en los trayectos.
- Etiquetar estaciones como favoritas para un mejor seguimiento de sus alertas.
- Conocer el estado de la bicicleta que se va a utilizar antes de hacerlo, gracias a la puntuación de otros usuarios.
- Reportar una bicicleta abandonada.
- Facilidad en el alquiler de una bicicleta (sólo con deslizar el dedo por la pantalla)
- Mayor autonomía del usuario en la actualización de sus datos.
- Total autonomía en el desbloqueo de su PIN de acceso.
- Vía de 15 minutos extra pro si la estación estuviera llena.
- Con la nueva App, los usuarios de Valencia pueden alquilar la bicicleta por diferentes medios: con la tarjeta transporte, desde la borna, o por la App.

La cantidad de reclamaciones registradas en 2022, para cada uno de los servicios Cyclocity, fueron las siguientes:

TUSBIC	SEVICI	VALENBISI
598	13.615	12.667

De estas reclamaciones, el 99,68 % fueron solucionadas.

### Indicadores RC clientes Cyclo 2022



## 7.6. Protección de datos personales y respeto a la privacidad

Como consecuencia del rumbo que está tomando nuestro negocio en la era digital y conectada que estamos viviendo, la gestión de datos es una prioridad estratégica para JCDecaux. Por lo tanto, el establecimiento de directrices éticas para la recogida y tratamiento de datos, especialmente datos personales, es un aspecto esencial para el Grupo.

JCDecaux puede recopilar datos personales de terceros, tales como empleados, clientes, socios, proveedores y usuarios con el fin de gestionar la relación contractual y garantizar la correcta prestación de servicios, como son la gestión de los sistemas de bicicletas de libre acceso, las relaciones comerciales, la conexión wifi, las licitaciones y otro tipo de eventos. En todos los casos, JCDecaux garantiza y se compromete a respetar y obedecer los principios fundamentales dispuestos en el Reglamento General de Protección de Datos Personales (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de abril de 2016, (en adelante "RGPD") y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

### Nuestras acciones

Durante el año 2022 JCDecaux procedió a implementar acciones con el objetivo de evidenciar el compromiso que asume con la salvaguarda del derecho de protección de datos personales. Algunas de estas acciones son:

1. Designación y Comunicación de un Delegado de Protección de Datos (DPD): A principios del 2022 JCDecaux publicó la designación de su DPD ante la Autoridad Española de Protección de Datos.
2. Formación: Como continuación a ediciones anteriores, en noviembre del 2022 se hicieron formaciones de refuerzo en materia de protección de datos personales a todos los empleados de JCDecaux conectados o con acceso a un ordenador. Estas formaciones fueron en formato presencial, así como virtual (a distancia). El contenido de estas formaciones varió conforme el público a la que estaban destinadas, se hicieron formaciones de carácter general para todos los trabajadores, exceptuando los equipos de Marketing, Recursos Humanos y Soportes de la Información, quienes recibieron una formación con un contenido específico para cada equipo. Fueron formados un total de 292 empleados.

Adicionalmente, los nuevos trabajadores que se incorporan a JCDecaux, realizan la formación virtual "Misión RGPD" y de "Ciberseguridad" desarrollada por el Grupo.

De forma complementaria a las acciones anteriores, se ha llevado a cabo una redefinición de las siguientes políticas con la finalidad de conferirles un mayor control y conocimiento global:

1. **Política sobre la Conservación y Destrucción de Datos.**
2. **Procedimiento Privacidad desde el Diseño y por Defecto.**
3. **Designación de Representantes RGPD por Departamento.**

Para proveer más información acerca del tratamiento de datos llevado a cabo por JCDecaux, nuestra *Política de Privacidad* se encuentra accesible en la página web [Política de privacidad | JCDecaux España](#). Del mismo modo, la información relativa al manejo de las cookies generadas al acceder a nuestra página web, se encuentra descrita en la web [Información sobre nuestra política de cookies | JCDecaux España](#).

## 7.7. Contribución de JCDecaux a las comunidades locales

### 7.7.1. IMPACTO LOCAL Y ECONÓMICO

JCDecaux opera en 189 municipios y en 46 capitales de provincia españolas. En cada una de ellas, JCDecaux colabora en el entramado social contribuyendo al desarrollo económico de las ciudades y regiones en las que opera. El empleo de personal local, primando la colaboración con subcontratistas de la región permite contribuir al fortalecimiento de la economía local, al aumento del poder adquisitivo de la comunidad y el fomento de la economía circular.

Como filosofía fuertemente arraigada en los valores de JCDecaux, la consideración del impacto en la comunidad y la economía local forman parte del estudio y definición desde el inicio de una nueva actividad.

### 7.7.2. ACCIONES DE APOYO A LAS PRINCIPALES CAUSAS

La publicidad en exteriores es un medio de comunicación que permite llegar a millones de personas en todo el mundo y una importante herramienta a la hora de organizar campañas de sensibilización. Desde su creación, JCDecaux ha participado activamente en numerosas actividades de apoyo a las principales causas, como la lucha contra las enfermedades, la ayuda a los desfavorecidos, la protección del medio ambiente y la seguridad vial.

JCDecaux impulsa y mantiene relevantes acciones de colaboración con Entidades y Fundaciones de índole social, sin ánimo de lucro, algunas de ellas incluso localizadas en su entorno local. En tal sentido, destacan las colaboraciones existentes con:

- INTEGRA IAV (Centro Especial de Empleo): Prestación de servicios para la gestión de viajes de la compañía.
- SERVEI ESPECIAL LABORAL INTEGRACIÓ DISCAPCITAS, S.L. (Centro Especial de Empleo): Prestación de servicios de conserjería, portería y atención al público.
- **Fundación Juan XXIII Roncalli** (Centro Especial de Empleo): Prestación de servicios diversos y; campañas de apoyo comercial).

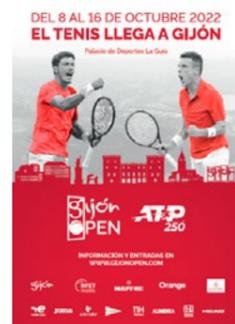
- **PRODIS:** Organización mercadillo de Navidad en las instalaciones de la Empresa.
- **CRUZ ROJA:** Campañas de donación de sangre a través de una unidad móvil en Sede Madrid.
- **FUNDACIÓN CRIS, ALDEAS INFANTILES, MENUDOS CORAZONES y MANOS DE AYUDA SOCIAL:** Donaciones, en el ejercicio 2022 el importe de las aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro ascendió a seis mil euros (8.100€).

Asimismo, es remarcable la política de colaboración con Universidades (públicas y privadas), escuelas de negocios y de Formación Profesional para el fomento de prácticas laborales en JCDecaux España, entre estudiantes en fin de carrera o que acaban de finalizar sus estudios, que ayuden a su empleabili-

## Concurso de dibujo en Burgos

En el mes de junio de 2022 se mandaron 200 carteles formato Mupi en blanco para el concurso infantil de dibujo en la ciudad de Burgos.

## Campaña de Promoción de la ciudad de Gijón



Caras comerciales de soportes de mobiliario urbano en distintas ciudades españolas fueron cedidas por JCDecaux para publicitar el ATP Tennis en la ciudad de Gijón durante dos semanas (del 27/09/2022 al 11/10/2022).

También se incorporaron a esta acción, caras de soportes digitales de centros comerciales y de mobiliario urbano a nivel nacional.

## Campaña de Navidad en Vigo



JCDecaux cedió caras comerciales de soportes de mobiliario urbano en distintas ciudades españolas para publicitar la Campaña de Navidad de la ciudad de Vigo durante 4 semanas (del 01/11/2022 al 29/11/2022).

También se cedieron 91 caras en soportes digitales de Centros Comercial de Portugal, del área Porto, Coímbra y Braga.

dad futura. Así, son muchos los Convenios firmados y en vigor, enmarcándose además tales prácticas en un programa interno de JCDecaux España, sustentado bajo los criterios de remuneración/compensación de tales becas y de apoyo tutorial, así como, y especialmente, de integración en un vivero interno para favorecer sus candidaturas y su participación prioritaria en potenciales procesos de selección y contratación posterior en puestos que puedan quedar vacantes en la compañía y que se ajusten a sus perfiles.

## 7.8. Acciones de asociación y patrocinio

A continuación, se detallan las principales acciones de asociación llevadas a cabo por JCDecaux en España en el año 2022.

### Colaboración con Cruz Roja

Durante el año 2022, JCDecaux llevaron a cabo diversas campañas colaborativas con Cruz Roja.

**METRO DE MADRID:**

- Mes de Julio 2022.
- Campaña: Sala de Donaciones de Cruz Roja.
- Metro de Madrid.
- 30 carteles de diferentes formatos.

**CENTROS COMERCIALES:**

- Centros Comerciales Plenilunio y la Gavia.
- Campañas de donación de sangre.

### Carnavales en Las Palmas de Gran Canaria



En febrero de 2022 JCDecaux cedió más de 300 caras de soportes digitales a nivel nacional destinados a la promoción del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria durante 4 semanas (del 1 al 28 de febrero de 2022).

### Feria de Málaga

Durante las semanas 31, 32 y 33 de 2022 se cedieron 250 caras comerciales a la ciudad para promocionar la Feria de Málaga.

## FAD (Foments de les Arts i del Disseny)



En Junio de 2022 se firmó un convenio de colaboración entre JCDecaux y FAD (Fomento de las Artes y el Diseño) en el que se acordó la cesión de caras en Metro de Barcelona con el fin de ampliar la difusión en Barcelona y Área Metropolitana del certamen "El mejor diseño del año" y la feria de diseño "Design Market Barcelona". La cesión consistió en 95 caras publicitarias en el área metropolitana de Barcelona.

Fijación de 50 caras en el área metropolitana de Barcelona del 6 al 19 de julio.

- Exposición *El mejor diseño del año*: del 28 de junio al 11 de julio de 2022.
- *Design Market Barcelona*: del 6 al 19 de diciembre.

## Colaboración JCDecaux - Unicef



Unicef patrocina la categoría de Nuevos Talentos de los Premios JCDecaux de Creatividad Exterior, un evento anual organizado por JCDecaux que busca premiar las mejores campañas pensadas para el medio. En la categoría Nuevos Talentos-Unicef, la ONG colabora con la propuesta de un briefing creativo que los participantes aspirantes al premio deben resolver con un caso ficticio de publicidad exterior. Los casos son valorados por el jurado de los Premios y el ganador de nuevos talentos opta a una beca de 3 meses en el departamento de Marketing de Unicef.



## 08

# Información Fiscal

## 8. INFORMACIÓN FISCAL

## 8.1. Beneficios obtenidos

JCDecaux España, tiene todas sus filiales en España. El resultado de JCDecaux España, es

(-1.282.004,44) Euros.

## 8.2. Impuesto sobre beneficios pagados

En 2021 no hicimos un pago por IS. JCDecaux España tributa en régimen de consolidación fiscal para el 2022. Los pagos a cuenta del ejercicio 2022 y la liquidación del Impuesto de Sociedades de 2021 se indican a continuación:

- 1er pago a cuenta: 0€
- 2º pago a cuenta: 0€
- 3º pago a cuenta: 0€
- Liquidación IS 2021: 0€

## 8.3. Subvenciones públicas recibidas

JCDecaux España ha recibido subvenciones por valor de 807,66 Euros por la instalación de postes eléctricos adscritos al Plan Moves III en el ejercicio 2022.



09

# Presencia de JCDecaux en los índices internacionales ESG

Desde 2011, JCDecaux ha reportado en varios de los índices internacionales de sostenibilidad más importantes de inversión ética, que valoran las mejores empresas de acuerdo con los criterios de responsabilidad social corporativa estrictamente definidos, mejorando de forma progresiva su puntuación.

La valoración obtenida por JCDecaux en 2022 para cada uno de ellos es la siguiente:

CDP  
CLIMATE  
CHANGE



Lista A



Desde 2011, JCDecaux declara su desempeño al CDP. En 2022, el Grupo mantiene su nivel de "Liderazgo" y **forma parte de la prestigiosa lista A**, como en 2019.

Esta calificación es significativamente superior a la calificación media de las empresas de la categoría en la que cotiza el Grupo (C) y muy superior a la de la mayoría de las empresas que responden al CDP, el 74% de las cuales obtienen una calificación C o D (todas empresas y sectores combinados).

MSCI ESG



Puntuación  
AA

Desde 2013, JCDecaux ha sido calificado por MSCI y en 2022 JCDecaux ha disminuido ligeramente su puntuación (AA) debido a posibles mejoras en la política de confidencialidad del Grupo. En cualquier caso, MSCI remarcó que los datos de JCDecaux en relación con las medidas de seguridad se mantienen bastante por encima de las de su sector.

FYSE4GOOD  
INDEX SERIES



FTSE4Good

Puntuación  
3,6/5

Desde 2014, el Grupo se ha renovado en el índice FTSE-4Good. El desempeño global del Grupo pasó de 4,2/5 a 3,6/5, principalmente como consecuencia de los criterios climáticos, y antes del desarrollo de la Estrategia de Cambio Climático del Grupo.

El rendimiento del Grupo sigue estando muy por encima del rendimiento medio de las empresas del sector Media de 2,5/5.

ECOVDIS

ecovadis

Puntuación  
76/100



Por segundo año consecutivo, el Grupo respondió al cuestionario de Ecovadis, obteniendo la medalla de platino con una puntuación global de 76/100. De esta forma, JCDecaux está dentro del 1% de empresas con mejor puntuación.

## 10

# Índice de contenidos requeridos por la ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad

Declaración de uso	La Entidad ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el ejercicio 2022, utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Nº pág.
<b>INFORMACIÓN GENERAL</b>		
<b>MODELO DE NEGOCIO</b>		
Breve descripción del modelo de negocio del grupo (incluyendo su entorno empresarial, su organización y estructura)	2-1 Detalles organizacionales 2-6 Actividades, cadenas de valor y otras relaciones comerciales	5-7
Presencia geográfica	2-1 Detalles organizacionales	7-10
Objetivos y estrategias de la organización	3-3 Gestión de los temas materiales	16-17; 18-19
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	3-3 Gestión de los temas materiales	11-15
<b>POLÍTICAS DE LA COMPAÑÍA</b>		
Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones [cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal, incluidas las medidas que, en su caso, se hayan adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal]	2-23 Compromisos y políticas 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	47; 49-50; 56; 57; 58-59; 62-63; 75
<b>GESTIÓN DE RIESGOS</b>		
Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones [cuestiones medioambientales y sociales, al respeto de los derechos humanos y a la lucha contra la corrupción y el soborno, así como relativas al personal, incluidas las medidas que, en su caso, se hayan adoptado para favorecer el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres, la no discriminación e inclusión de las personas con discapacidad y la accesibilidad universal]	3-3 Gestión de los temas materiales	11-15
<b>OTROS</b>		
Mención en el informe al marco de reporting nacional, europeo o internacional utilizado para la selección de indicadores clave de resultados no financieros incluidos en cada uno de los apartados	1 - Fundamentos	18
<b>1. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES</b>		
<b>INFORMACIÓN GENERAL DETALLADA</b>		
Sobre efectos actuales y previsibles de las actividades de la empresa en el medio ambiente y en su caso, la salud y la seguridad	3-3 Gestión de los temas materiales	21-22
Sobre los procedimientos de evaluación o certificación ambiental	3-3 Gestión de los temas materiales	21
Sobre los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	3-3 Gestión de los temas materiales	22
Sobre la aplicación del principio de precaución	3-3 Gestión de los temas materiales	22
Sobre la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	3-3 Gestión de los temas materiales	22

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Nº pág.
<b>CONTAMINACIÓN</b>		
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación luminica)	3-3 Gestión de los temas materiales	33
<b>ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS</b>		
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	306-3 Residuos generados	34-36
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	3-3 Gestión de los temas materiales	36
Uso sostenible de los recursos		
Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	303-3 Extracción de agua	37
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	30-32
Consumo, directo e indirecto, de energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	23-24
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	3-3 Gestión de los temas materiales	25-30
Uso de energías renovables	302-1 Consumo energético dentro de la organización	24
<b>CAMBIO CLIMÁTICO</b>		
Elementos importantes de las emisiones de gases de efecto invernadero generados como resultado de las actividades de la empresa, incluido el uso de los bienes y servicios que produce	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1) 305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	25
Medidas adoptadas para adaptarse a las consecuencias del cambio climático	3-3 Gestión de los temas materiales	22
Metas de reducción establecidas voluntariamente a medio y largo plazo para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y los medios implementados para tal fin.	3-3 Gestión de los temas materiales	28
<b>PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD</b>		
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	3-3 Gestión de los temas materiales	37
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	3-3 Gestión de los temas materiales	37
<b>2. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL</b>		
<b>EMPLEO</b>		
Número total y distribución de empleados por sexo, edad, país y clasificación profesional	2-7 Empleados 405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	38-43
Número total y distribución de modalidades de contrato de trabajo		
Promedio anual de contratos indefinidos, de contratos temporales y de contratos a tiempo parcial por sexo, edad y clasificación profesional		
Número de despidos por sexo, edad y clasificación profesional;	3-3 Gestión de los temas materiales	44
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;	3-3 Gestión de los temas materiales	45-46

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Nº pág.
Brecha salarial, la remuneración puestos de trabajo iguales o de media de la sociedad	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	45
La remuneración media de los consejeros y directivos, incluyendo la retribución variable, dietas, indemnizaciones, el pago a los sistemas de previsión de ahorro a largo plazo y cualquier otra percepción desagregada por sexo	3-3 Gestión de los temas materiales	46-47
Implantación de políticas de desconexión laboral	3-3 Gestión de los temas materiales	47
Empleados con discapacidad	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	47
<b>ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO</b>		
Organización del tiempo de trabajo	3-3 Gestión de los temas materiales	48
Número de horas de absentismo	3-3 Gestión de los temas materiales	48
Medidas destinadas a facilitar el disfrute de la conciliación y fomentar el ejercicio corresponsable de estos por parte de ambos progenitores	3-3 Gestión de los temas materiales	48-49
<b>SALUD Y SEGURIDAD</b>		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	3-3 Gestión de los temas materiales	49-52
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad por sexo	403-9 Lesiones por accidente laboral	52
Enfermedades profesionales por sexo	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	52
Relaciones sociales		
Organización del diálogo social, incluidos procedimientos para informar y consultar al personal y negociar con ellos	3-3 Gestión de los temas materiales	53
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	2-30 Convenios de negociación colectiva	53
Balance de los convenios colectivos, particularmente en el campo de la salud y la seguridad en el trabajo	403-4 Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	53
Mecanismos y procedimientos para promover la implicación de los trabajadores en la gestión de la compañía, en términos de información, consulta y participación	3-3 Gestión de los temas materiales	53
<b>FORMACIÓN</b>		
Políticas implementadas en el campo de la formación	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	54
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales.	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	55
<b>ACCESIBILIDAD</b>		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	3-3 Gestión de los temas materiales	55; 57
Igualdad		
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	3-3 Gestión de los temas materiales	55-57

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Nº pág.
Planes de igualdad (Capítulo III de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres), medidas adoptadas para promover el empleo, protocolos contra el acoso sexual y por razón de sexo; Integración y la accesibilidad universal de las personas con discapacidad	3-3 Gestión de los temas materiales	56-57
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	3-3 Gestión de los temas materiales	57
<b>3. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS</b>		
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	3-3 Gestión de los temas materiales	58-59
Prevención de los riesgos de vulneración de derechos humanos y, en su caso, medidas para mitigar, gestionar y reparar posibles abusos cometidos	3-3 Gestión de los temas materiales	58-59
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	59
Promoción y cumplimiento de las disposiciones de los convenios fundamentales de la OIT relacionadas con el respeto por la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva	3-3 Gestión de los temas materiales	58-59
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación		
Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio		
Abolición efectiva del trabajo infantil		
<b>4. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO</b>		
Medidas adoptadas para prevenir la corrupción y el soborno	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes 3-3 Gestión de los temas materiales	58-60
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	3-3 Gestión de los temas materiales	59
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	3-3 Gestión de los temas materiales	76
<b>5. INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD</b>		
Compromisos de la empresa con el desarrollo sostenible		
Impacto de la actividad de la sociedad en el empleo y el desarrollo local	3-3 Gestión de los temas materiales	76
Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	3-3 Gestión de los temas materiales	76
Relaciones mantenidas con los actores de las comunidades locales y las modalidades del diálogo con estos	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés	61-62; 65-67
Acciones de asociación o patrocinio	2-28 Afiliación a asociaciones	77-78
<b>SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES</b>		
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	3-3 Gestión de los temas materiales	62-63
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	3-3 Gestión de los temas materiales	62-63
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	3-3 Gestión de los temas materiales	62-63

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Nº pág.
<b>CONSUMIDORES</b>		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	3-3 Gestión de los temas materiales	71-72; 75
Sistemas de reclamación	3-3 Gestión de los temas materiales	73-74
Quejas recibidas y resolución de las mismas	3-3 Gestión de los temas materiales	73-74
Información fiscal		
Beneficios obtenidos país por país	207-4 Presentación de informes país por país	79
Impuestos sobre beneficios pagados	207-4 Presentación de informes país por país	79
Subvenciones públicas recibidas	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	79



**2022**

**ESTADO DE INFORMACIÓN  
NO FINANCIERA**

MEMORIA ANUAL