JCDecaux

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

MEMORIA ANUAL

2024

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 18

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

03 20

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 24

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

5.5. Reducir el resto de nuestro impacto ambiental

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. Seguridad y salud

6.4. Relación con los las personas trabajadoras

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 56

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 70

Información fiscal

8.1. Beneficios obtenidos

8.2. Impuesto sobre beneficios pagados

8.3. Subvenciones públicas recibidas

09 72

Presencia de JCDecaux en los índices internacionales ESG

10 74

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

JCDecaux

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 m², columnas multiservicio, relojes termómetro, aseos, quioscos, etc.
- **Centros Comerciales** con la comercialización de soportes tamaño MUPI, Gran Formato, lonas o banderolas, realizando así mismo acciones de experiencia de marca en los espacios y pasillos comunes del centro comercial durante un período de tiempo determinado.
- **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.

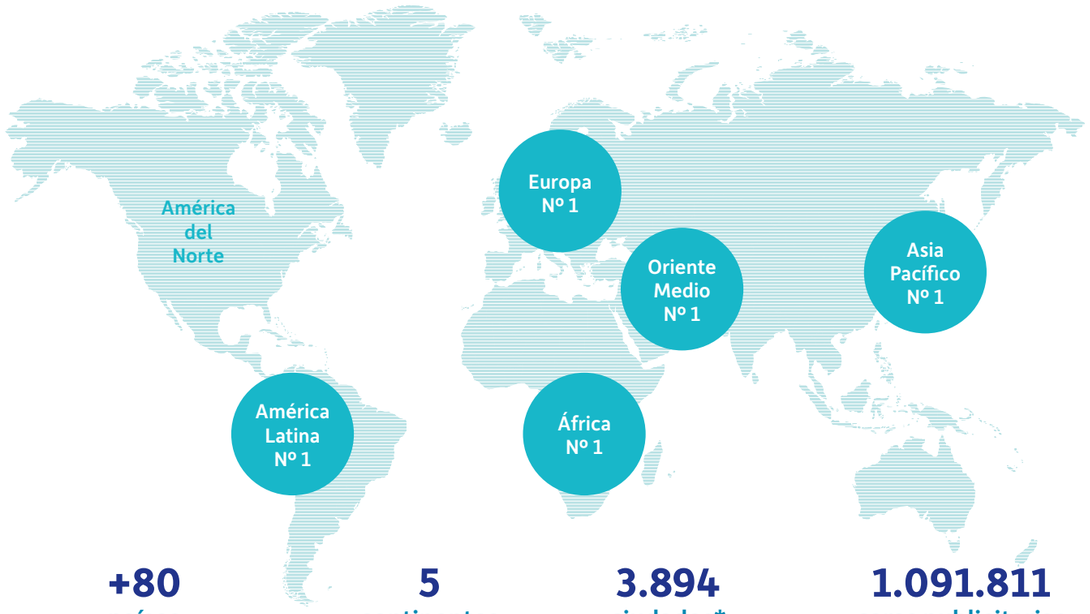
De este modo, según el modelo de negocio de JCDecaux, la publicidad en soportes permite:

- 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.
- Informar al viandante según la necesidad: mapas de la ciudad, tiempo de espera del autobús, alertas y avisos importantes sobre la circulación, promoción de la oferta cultural y social del territorio, etc.

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 2024

Ranking de JCDecaux en publicidad exterior: JCDecaux es Nº 1 Mundial en Comunicación Exterior y está presente en más de 80 países de los 5 continentes.



+80 países

5 continentes

3.894 ciudades*

1.091.811 caras publicitarias

+850 M audiencia diaria potencial

+12.000 colaboradores

3.985 M facturación 2024

* Ciudades con más de 10.000 habitantes.
Fuente: JCDecaux Full-Year 2024 results.

Contamos con más de 12.000 colaboradores y una audiencia potencial diaria de más de 850 millones de personas. Nuestra presencia internacional avala nuestro amplio conocimiento del sector.

Experiencia Internacional

JCDecaux un referente mundial en todas sus líneas de negocio.
JCDecaux es el único pure-player del mercado de la Comunicación Exterior.

MOBILIARIO URBANO
Nº 1 MUNDIAL

72 PAÍSES
630.000 CARAS PUBLICITARIAS

TRANSPORTE Y AEROPUERTOS
Nº1 MUNDIAL

257 CONTRATOS EN METRO, AUTOBUSES, TRENES Y TRANVÍAS
157 AEROPUERTOS
+340.000 CARAS PUBLICITARIAS

GRAN FORMATO
Nº1 EUROPEO

62 PAÍSES
+ 83.000 CARAS PUBLICITARIAS

JCDecaux

1.2. PRESENCIA GEOGRÁFICA DE JCDECAUX EN ESPAÑA

La filial española fue creada en 1982. En los 42 años de experiencia de JCDecaux en España, se han gestionado multitud de contratos, siendo la cifra actual, de 98 contratos en los entornos de Mobiliario Urbano, Centros Comerciales y Transporte. Además, disponemos de más de 300 en el sector de Gran Formato.

Presencia en todos los segmentos de la comunicación Exterior a nivel Nacional, con una oferta multientorno y multiformato, que permite generar ofertas transversales para nuestros clientes, creando sinergias que potencien sus objetivos de marca, incrementando la frecuencia de contactos al estar presentes a lo largo del Costumer Journey del consumidor.

JCDecaux está presente en 40 provincias y en más de 180 municipios, con un patrimonio de más de 50 mil caras, 41 mil de ellas publicitarias que alcanzan a una audiencia semanal que supera los 18 millones de individuos.

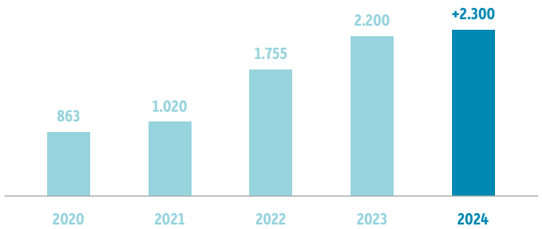
Digitalización

JCDecaux es pionero en la digitalización en el Mercado Exterior, iniciando su transformación en 2011 con la instalación de 23 pantallas digitales en el Centro Comercial La Marineda.

En los últimos años JCDecaux ha incrementado su patrimonio más del doble, con la digitalización en los entornos de Mobiliario Urbano, Centros Comerciales y Metro.

En 2024, el canal urbano digital de JCDecaux alcanzó +2.270 pantallas, 212 de ellas de Gran Formato:

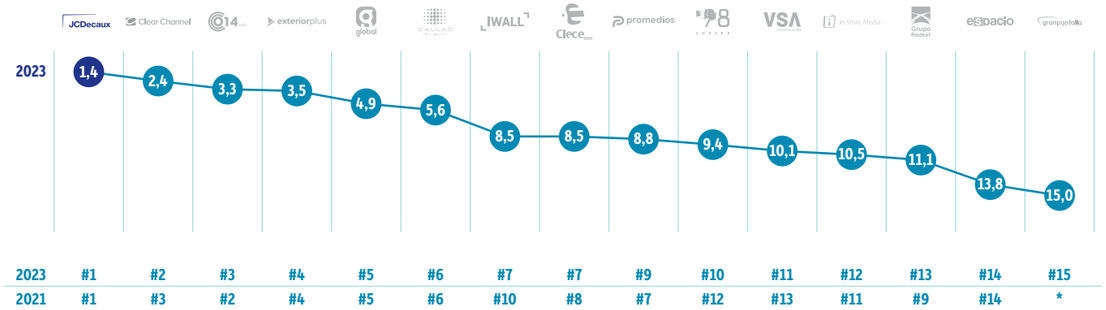
- Mobiliario Urbano con +1.255 pantallas mupi DS y 12 pantallas de Gran Formato.
- Centros Comerciales con 456 pantallas mupi DS y 48 de Gran Formato.
- Metro, con 351 pantallas digitales y 152 de Gran Formato.



Presencia Digital JCDecaux 2024

Nuestras acciones, se traducen en resultados y así lo avala el Estudio de Calidad de los Medios del Grupo Scopen, que posiciona a JCDecaux España, **como Empresa Mejor valorada del Mercado Exterior**, manteniendo nuestra posición desde 2021 y distanciandonos significativamente del resto de competidores.

JCDecaux empresa mejor valorada del Mercado Exterior



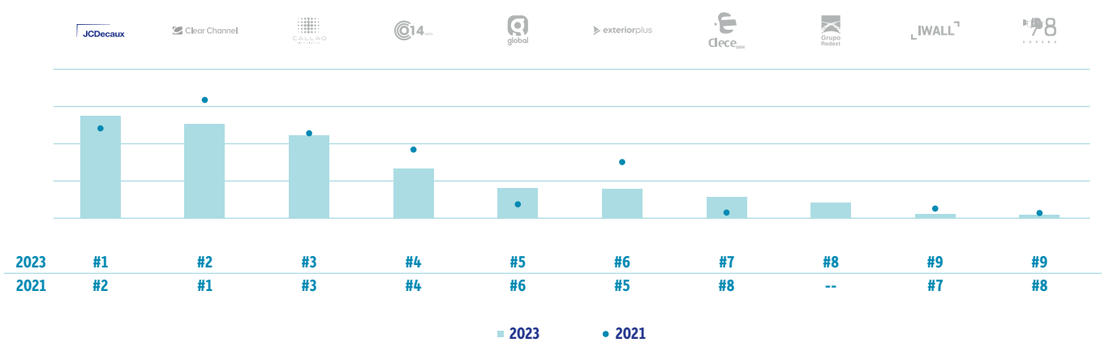
2023	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#7	#9	#10	#11	#12	#13	#14	#15
2021	#1	#3	#2	#4	#5	#6	#10	#8	#7	#12	#13	#11	#9	#14	*

2021/2023: 'OTRAS EMPRESAS': 10,4/7,0 · **'NINGUNO'**: 5,8/ -- · **'NS/NC'**: 30,8 / 24,3. **NOTA:** SE HAN REALIZADO AGREGADOS POR GRUPO EN 2021 Y 2023 ESPONTÁNEA. **MUESTRA TOTAL** ENTREVISTADOS EN **2021** (260) Y **2023** (374). **DATOS EN PORCENTAJES (%) Y RANKING (#).**

Fuente: Mediascope 2024_ Estudio Calidad de los Medios

El Estudio de Calidad de los Medios posiciona a JCDecaux como la Empresa de Exterior más Innovadora en cuanto a producto, creatividad, planificación, medición y eficacia de los últmos años (2021-2024). Pregunta realizada a expertos que invierten en Exterior: "Qué empresas de Exterior, le han parecido más innovadoras en producto, creatividad, planificación, medición y eficacia".

Empresa más innovadora



2023	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#9
2021	#2	#1	#3	#4	#6	#5	#8	--	#7	#8

Fuente: Mediascope 2024_ Estudio Calidad de los Medios

1.3. PRINCIPALES FACTORES Y TENDENCIAS QUE INTERVIENEN EN LA EVOLUCIÓN DE JCDECAUX

El enfoque transversal del Desarrollo Sostenible permite a la empresa anticiparse a los cambios futuros que puedan impactar su negocio, así como analizar los riesgos y oportunidades del mercado.

Para el Grupo JCDecaux a nivel global, integrar el Desarrollo Sostenible en su estrategia empresarial facilita la gestión de riesgos asociados a los desafíos ambientales y sociales, al mismo tiempo que actúa como un motor de innovación y un activo clave para el crecimiento económico a mediano y largo plazo.

Aceleración de la urbanización mundial y el desarrollo del transporte

Contexto y perspectivas

El 70 % 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.
	Crecimiento de la audiencia de publicidad exterior en las ciudades.
Las ciudades son responsables de aproximadamente el 70 % de las emisiones globales de CO_2, y el transporte representa una parte significativa de estas emisiones, especialmente en áreas urbanas.	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

- La aceleración de la urbanización refuerza la estrategia de expansión internacional de JCDecaux, especialmente en los mercados emergentes.
- Este crecimiento abre nuevas oportunidades para la innovación en ámbitos tecnológicos, empresariales y medioambientales, mediante el desarrollo de productos y servicios que responden e incluso anticipan las demandas de estas "ciudades globales".
- El incremento de la urbanización y la presencia global de JCDecaux permiten ofrecer a los anunciantes una audiencia más amplia, aprovechando redes a nivel mundial, nacional y local.

Cambio climático

Contexto y perspectivas

Las emisiones globales deben reducirse un 43 % para 2030 y un 60 % para 2035 (vs. 2019) y alcanzar cero emisiones netas para 2050, con el fin de limitar el calentamiento global a 1,5° C. *Fuente: IPCC (AR6, 2023)	Las empresas deben alinear sus estrategias con objetivos basados en la ciencia (SBTi), invertir en energías renovables, innovar en tecnologías de captura de carbono y eficiencia energética, y colaborar sectorialmente para impulsar la descarbonización.
Las ciudades, responsables del 70-75 % de las emisiones globales y hogar del 70 % de la población mundial para 2050, requieren acciones urgentes de descarbonización	Las empresas deben desarrollar productos sostenibles, colaborar con gobiernos locales, utilizar tecnología inteligente y financiar proyectos verdes para reducir la huella de carbono de las ciudades y promover soluciones urbanas eficientes.
El 90 % de los desastres naturales, como inundaciones, tormentas, olas de calor y sequías, están relacionados con el clima y se han intensificado debido al cambio climático. *Fuente: UNDRR, "Informe Global sobre Desastres Naturales", 2023.	Las empresas deben desarrollar productos y servicios resilientes, fortalecer cadenas de suministro, invertir en proyectos de adaptación climática y promover educación para ayudar a comunidades y negocios a enfrentar los impactos del cambio climático.

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- Reducir el consumo energético para alinearse con la tendencia del 1,5°C representa un desafío clave para JCDecaux, pero también una oportunidad para reforzar su ventaja competitiva.
- Las ciudades ofrecen oportunidades importantes para desarrollar servicios innovadores frente al cambio climático, como sensores de contaminación, alertas meteorológicas extremas y contribuciones a la biodiversidad urbana, como la revegetación del mobiliario público.

Transformación digital

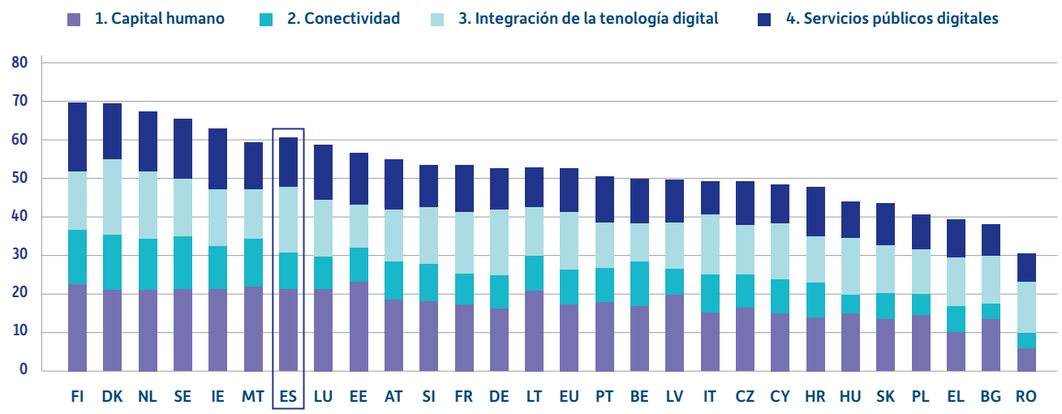
Contexto y perspectivas

Las empresas y administraciones públicas en España avanzan en su transformación digital, optimizando procesos, mejorando la experiencia del usuario e innovando en productos y servicios, posicionándose en el 7º puesto del Índice DESI 2023 en competitividad digital dentro de la UE, con destacados avances en conectividad y servicios públicos digitales. Fuente: DESI 2023, Comisión Europea.	El 80 % de las empresas españolas tienen un nivel básico de digitalización y el 40 % usa comercio electrónico, pero solo el 20 % adopta tecnologías avanzadas como IA o big data, según el Ministerio (2024), impulsándose el Plan de Digitalización de Pymes 2021-2025 para cerrar esta brecha. Fuente: Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, 2024.
El Internet de las Cosas (IoT) sigue creciendo exponencialmente, con más de 30 mil millones de dispositivos conectados a nivel global en 2024, lo que ha provocado una mayor fragmentación de los canales de comunicación tradicionales. Este fenómeno ha impulsado la necesidad de estrategias de marketing más integradas y personalizadas.	La creciente urbanización y digitalización han incrementado la demanda de servicios urbanos inteligentes, como sistemas de gestión del tráfico, sensores de contaminación y plataformas de información en tiempo real. Estas soluciones son esenciales para mejorar la movilidad, la sostenibilidad y la calidad de vida en las ciudades. Fuente: Informe Smart Cities 2024, ONU-Hábitat.
La generación de datos continúa aumentando, con un volumen global que supera los 180 zettabytes en 2024. Esto ha intensificado la necesidad de gestionar y explotar "datos inteligentes" para mejorar la toma de decisiones y ofrecer experiencias más personalizadas a los usuarios.	Los anunciantes buscan soluciones innovadoras para llegar a una audiencia cada vez más móvil, conectada y demandante de interactividad. Herramientas como la inteligencia artificial y el análisis predictivo están transformando la publicidad, permitiendo una segmentación más precisa y campañas más efectivas.

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- La publicidad exterior sigue siendo el único medio de comunicación masivo no afectado por la fragmentación de las ofertas mediáticas, ya que el uso de las ciudades y el transporte público continúa en aumento, según datos de 2024.
- La transformación digital abre oportunidades para que JCDecaux desarrolle nuevos servicios, como la digitalización de soportes publicitarios, la creación de contenidos interactivos y la oferta de soluciones de conectividad (small cells, wifi, etc.), beneficiando a ciudadanos, ciudades, empresas de transporte y anunciantes.

Índice de la Economía y la Sociedad Digitales (DESI), clasificación de 2022



Fuente: DESI 2022, Comisión Europea

Cambio de los patrones de consumo

Contexto y perspectivas

El número de plataformas colaborativas en la nube se ha multiplicado, alcanzando más de 600 plataformas globales en 2024, impulsado por la demanda de soluciones de trabajo remoto y gestión de datos compartidos. Este crecimiento refleja la aceleración de la digitalización en sectores como la logística, la movilidad y los servicios profesionales.	Las empresas están adoptando y desarrollando plataformas colaborativas en la nube para optimizar la gestión de datos, facilitar el trabajo remoto y ofrecer servicios más eficientes, creando nuevos modelos de negocio basados en la conectividad y la colaboración.
Según el Estudio de Movilidad Sostenible 2024, el 70 % de los conductores en áreas urbanas está dispuesto a renunciar a su vehículo privado, gracias al aumento de alternativas de movilidad compartida, como coches, bicicletas y patinetes eléctricos compartidos. Este cambio se debe a la mayor concienciación ambiental, los costes de mantenimiento de los vehículos y la mejora de las infraestructuras urbanas. Fuente: Estudio de Movilidad Sostenible 2024, Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.	Las empresas están invirtiendo en soluciones de movilidad compartida, como flotas de vehículos eléctricos y sistemas de transporte bajo demanda, para responder a la creciente demanda de alternativas sostenibles y reducir la dependencia del vehículo privado.
La humanidad consume actualmente los recursos naturales equivalentes a 1,75 planetas Tierra al año, según el Informe Planeta Vivo 2023 de WWF. Este sobregiro ecológico refleja un aumento del 12 % desde 2020, destacando la urgencia de adoptar modelos de producción y consumo más sostenibles. Fuente: Informe Planeta Vivo 2023, WWF (World Wide Fund for Nature).	Las empresas están implementando estrategias de economía circular y adoptando prácticas sostenibles, como el uso de materiales reciclados y la reducción de residuos, para minimizar su huella ecológica y alinearse con los límites planetarios.

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- La economía funcional, donde JCDecaux conserva la propiedad del mobiliario urbano y lo renueva al finalizar los contratos, se consolida como un modelo clave ante las tendencias actuales de sostenibilidad y eficiencia.
- Todos estos cambios abren nuevas posibilidades para desarrollar servicios urbanos innovadores, como quioscos multifuncionales (conserjería, información, etc.) y la expansión de sistemas de bicicletas de libre servicio, beneficiando a ciudades y ciudadanos.

Cambio de expectativas al respecto de la responsabilidad social corporativa

Contexto y perspectivas

Las empresas enfrentan expectativas públicas cada vez mayores, que demandan mayor transparencia, responsabilidad y compromiso en áreas como ética empresarial, derechos humanos, marketing responsable y sostenibilidad. Fuente: Informe de Tendencias de Sostenibilidad Corporativa 2024, Deloitte.	El soft law se está expandiendo, impulsando a las empresas a ampliar su responsabilidad corporativa más allá del enfoque tradicional, incluyendo ahora a filiales, joint ventures, socios comerciales, subcontratistas y proveedores en sus compromisos éticos y de sostenibilidad.
En los últimos años, el marketing responsable ha ganado relevancia, y muchas empresas que adoptan prácticas éticas y sostenibles han mejorado significativamente sus relaciones con terceros. La tendencia refleja una creciente demanda por transparencia y compromiso social y ambiental por parte de consumidores y socios comerciales.	El compromiso social de los medios de comunicación en la difusión de contenidos y su efecto en el público.

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- La internalización de estos aspectos permite a JCDecaux lograr una diferenciación estratégica, fortalecer las relaciones con terceros y fomentar la innovación en los ámbitos ambiental, social y empresarial.
- La responsabilidad ampliada de JCDecaux hacia sus proveedores se refleja en un enfoque de compras proactivo y ético, asegurando un suministro confiable y de alta calidad.
- La gestión del contenido publicitario es un pilar esencial de la política de terceros de JCDecaux, garantizando que los mensajes cumplan con las normativas, respeten la sensibilidad del público y estén alineados con las expectativas de la audiencia.

El estudio de estas perspectivas, junto con los efectos, oportunidades y riesgos que presentan, permite prever las implicaciones de los aspectos económicos, sociales y ambientales en las operaciones empresariales de JCDecaux, así como proponer soluciones prácticas y efectivas. Los hallazgos clave de este análisis se incorporaron en la elaboración de la matriz de materialidad del Grupo JCDecaux. Dicha matriz facilita la identificación y priorización de los temas más relevantes para la empresa, basándose en la comprensión de las expectativas de sus grupos de interés.

Riesgos propios del negocio:

La creciente digitalización de los mobiliarios urbanos se debe a los siguientes factores:

- El uso de pantallas digitales para mostrar campañas publicitarias.
- La incorporación de acceso a wifi en ciertos soportes para el uso del público.
- La integración de elementos adicionales en los mobiliarios que brindan información a los usuarios.
- Los extensos periodos de sequía.
- La escasez en el suministro de reposiciones tecnológicas.

1.4. ESTRATEGIA Y OBJETIVOS

La estrategia del Grupo JCDecaux se enfoca en fortalecer su actual ámbito de negocio, consolidar los acuerdos comerciales existentes y construir el medio exterior del futuro, sustentándose en cinco pilares clave: La digitalización, el aprovechamiento de la Data, el desarrollo de herramientas para optimizar los procesos creativos, planificación y medición del medio, la Sostenibilidad, la innovación y el fomento de acciones experienciales.

1. DIGITALIZACIÓN

2. DATA

3. BRAND WORKS

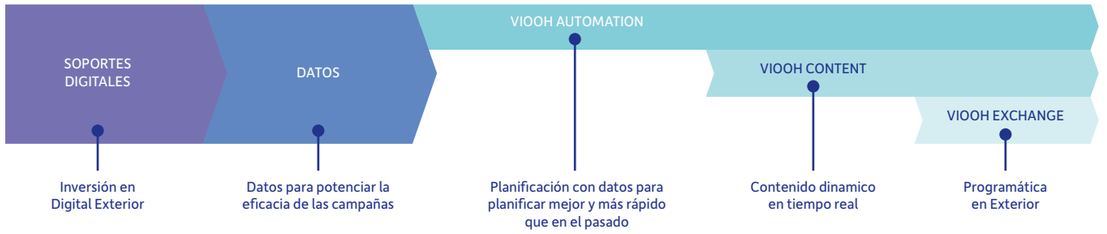
4. SOSTENIBILIDAD

5. BRAND EXPERIENCE

1. Digitalización: JCDecaux impulsa la transformación digital como uno de los pilares clave para fortalecer el medio exterior, utilizando datos y herramientas que optimizan los procesos de planificación y activación.

El objetivo es potenciar los valores del medio exterior, como la notoriedad, el impacto, la cobertura y el recuerdo, combinándolos con la flexibilidad de lo digital, que permite inmediatez, segmentación del público objetivo, contextualización y un mayor engagement.

JCDecaux dispone de herramientas que brindan una propuesta integral y completa para lograr estos objetivos.



2. Data: fundamento esencial para comprender a las audiencias y optimizar las planificaciones. Utilizamos tecnología avanzada para profundizar en el conocimiento de la audiencia, lo que nos permite ofrecer productos más segmentados y efectivos.

Además, representa una oportunidad clave para la medición postcampaña en el medio exterior, permitiendo evaluar el impacto y ajustar estrategias de manera precisa.

3. Brand Works: herramientas y recursos para nuestros partners.

JCDecaux BrandWorks es la propuesta de servicio de JCDecaux diseñada para nuestros clientes. Es un paquete de herramientas y servicios organizados en **4 módulos de asesoría,** centrados en **optimizar y maximizar la eficacia de Exterior** en función del cumplimiento de los objetivos de comunicación de las marcas.

Un módulo dedicado a creatividad con STUDIOOH, otro para planificación optimizada con OPTIMIZE, un catálogo de productos para generar soluciones de comunicación en ENGAGE y un último módulo de medición y obtención de métricas de campaña con EVALUATE.

STUDIOOH	OPTIMIZE	ENGAGE	EVALUATE
COMUNICACIÓN EFECTIVA STUDIOOH son las herramientas para la evaluación, adaptación y optimización del proceso creativo.	**PLANIFICACIÓN EFECTIVA** Herramientas enfocadas en el conocimiento de la audiencia: cómo se mueven, qué buscan y cuáles son sus intereses.	**ACTIVACIÓN EFECTIVA** Soluciones para incrementar la eficacia con un mensaje contextualizado, dinámico y amplificado.	**MEDICIÓN DEL DESEMPEÑO** Medición final del éxito de la campaña basándose en el impacto, la recordación y la conversión.
HERAMIENTAS GUÍA CREATIVA HEATMAP SIMULADOR 3D TEST A/B DE CREATIVIDAD	**HERRAMIENTA** DMP	**SOLUCIONES** SMART CONTENT RETARGETING OOH + MOBILE	**ESTUDIOS** CROSS MEDIA BRAND LIFT CONVERTION LIFT
49% Factor de éxito	**25%** Factor de éxito		**100%** Factor de éxito

4. Sostenibilidad: un factor clave de innovación, diferenciación y competitividad. JCDecaux impulsa una publicidad más inclusiva, sostenible y amigable, alineados con los objetivos del 2030:

#01 POR UNOS ENTORNOS DE VIDA MÁS SOSTENIBLES	#02 POR UNA HUELLA AMBIENTAL OPTIMIZADA	#03 POR UNA CULTURA DE RESPONSABILIDAD
Crear soportes y servicios útiles para todos Fomentar una comunicación exterior responsable	Contribuir activamente a la neutralidad en carbono Controlar nuestros otros impactos ambientales	Actuar como empleador responsable Adoptar una conducta ejemplar en materia de negocios

5. Brand Experience: la innovación es un elemento clave en el medio exterior, facilitando la conexión con experiencias únicas donde el consumidor se convierte en el protagonista de la campaña.

JCDecaux crea campañas experienciales que generan un impacto visual extraordinario, captando la atención de manera distintiva a través de un amplio abanico de posibilidades creativas ilimitadas. Además, esta innovación se alinea con la sostenibilidad, utilizando productos y marcas respetuosas con el medio ambiente.

La Estrategia de Desarrollo Sostenible se compone de seis prioridades repartidas entre los tres pilares del desarrollo sostenible: Espacios de vida más sostenibles, mejora de la huella ambiental y entorno empresarial responsable.

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	FECHA LÍMITE	RESULTADOS 2024
Hacia espacios de vida más sostenibles	Promover una publicidad exterior responsable	Mantener el Código Ético de Contenido de las campañas promulgado en 2022	2024	**100 %**
		Contribuir a apoyar uno o más de los ODS de las Naciones Unidas para 2025.	2025	**100 %**
Contribuir a la neutralidad de carbono del planeta	Aumentar el reciclaje de residuos	Cero residuos en vertedero para 2035.	2035	**81,98 % (Residuos no peligrosos)**
	Reducción de la huella de carbono	20 % de reducción de las emisiones de CO_2 de vehículos (vs 2019)	2030	**20,32 %**
		100 % del consumo eléctrico cubierto por energía verde	Anual	**100 %**
	Reducción de la huella hídrica	Reducción del consumo de agua mediante la eliminación de las plantas de ósmosis.	Anual	**22,26 % Consumo reducido**
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	2030	**100 %**
		Reducción de la tasa de frecuencia de accidentes en un 25 % (vs 2019)	2030	**13 %**
		40 % de mujeres en nuestros comités de dirección ejecutiva para 2027	2027	**28,57 %**
	Realizar negocios de manera ejemplar	Código de Conducta firmado por 100 % de los proveedores clave	Anual	**100 %**

Nuestros ambiciosos objetivos reflejan nuestra constante revisión y adaptación a los desafíos que enfrenta nuestra actividad. La mejora continua y la experimentación son fundamentales para avanzar hacia estas metas y definir de manera pragmática nuestra hoja de ruta.

En los siguientes apartados, se ofrece información detallada y descriptiva sobre cada una de nuestras prioridades estratégicas.

02

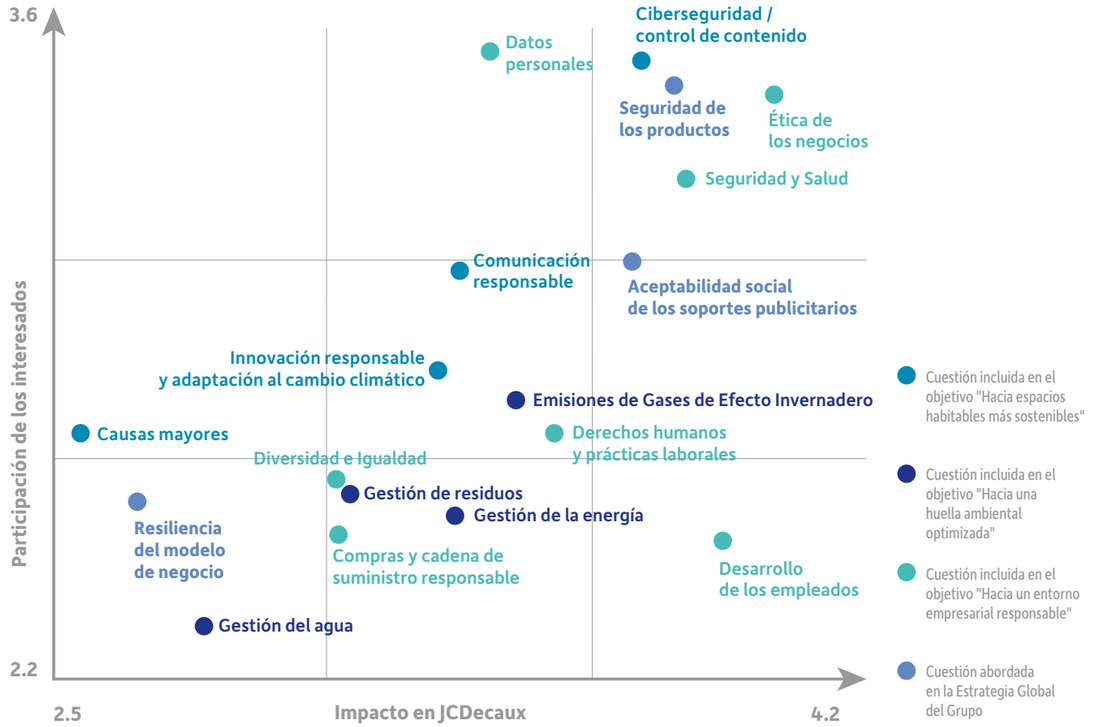
Matriz de materialidad de JCDecaux: la reflexión de las cuestiones a las que nos enfrentamos

En 2020, JCDecaux desarrolló internamente su matriz de materialidad, integrando los aspectos ambientales y sociales del grupo, así como las preocupaciones de sus terceros, con las principales expectativas de sus grupos de interés. Para identificar y priorizar los temas clave tanto para el grupo como para sus grupos de interés, se emplearon diversas herramientas:

- **Análisis de riesgos y oportunidades:** Se evaluaron los riesgos y oportunidades asociados a los temas identificados.
- **Mapeo interno de grupos de interés:** Se identificaron y clasificaron los grupos de interés de JCDecaux (individuos o colectivos que influyen en la empresa o son influidos por ella), determinando sus expectativas principales.
- **Entrevistas internas:** Se realizaron entrevistas con directivos de JCDecaux que mantienen contacto directo con los grupos de interés, incluyendo a directores operativos y funcionales de áreas como Comercial, Finanzas, Relaciones con las Ciudades, Recursos Humanos y Marketing, entre otros.
- **Seguimiento de medios:** Se monitorearon las tendencias y opiniones publicadas en medios de comunicación.

Toda esta información se consolidó en una matriz de materialidad, la cual permitió identificar los temas más relevantes tanto para JCDecaux como para sus grupos de interés. Dado que no se han producido cambios significativos en el contexto, el modelo de negocio o las partes interesadas, la matriz de materialidad sigue siendo válida y representativa en la actualidad.

Matriz de materialidad de JCDecaux:



Tras identificar los desafíos estratégicos a través de la matriz de materialidad, JCDecaux definió su Estrategia de Desarrollo Sostenible, alineándola con su estrategia corporativa, las operaciones de sus filiales y las expectativas de sus grupos de interés.

Esta estrategia, que define acciones prioritarias tanto para el grupo como para sus filiales, está diseñada de manera operativa y se estructura en torno a cuatro ejes:

- Ambición por lograr unos espacios públicos más sostenibles.
- Ambición por lograr un impacto medioambiental reducido.
- Ambición lograr una cultura de responsabilidad en nuestro ecosistema.
- Ambiciones incorporadas dentro de nuestra propia estrategia global.

A cada una de estas prioridades se le asocian planes de acción concretos, junto con objetivos tanto cuantitativos como cualitativos, para garantizar su implementación efectiva.

03

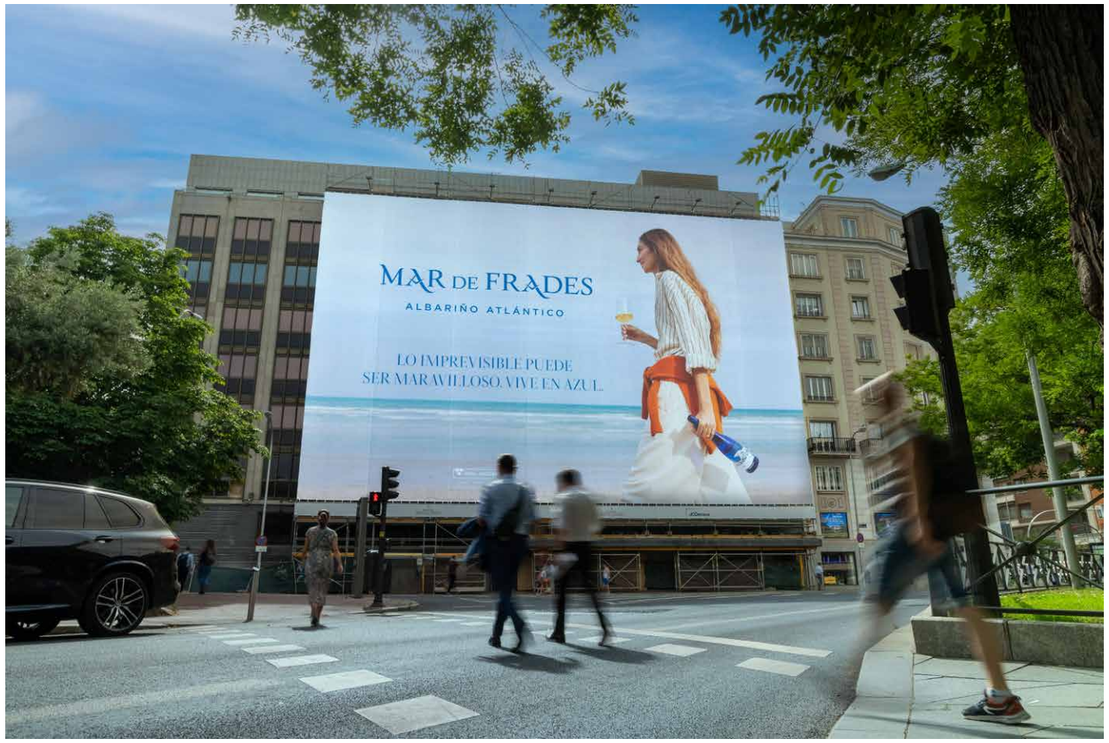
Bases para la elaboración del estado de información no financiera

En cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, sobre información no financiera y diversidad, JCDecaux España, S.L.U. incorpora su Estado de Información No Financiera (EINF) en el Informe de Gestión Consolidado correspondiente al período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2024.

Este EINF ha sido elaborado tomando como referencia ciertos estándares de la Global Reporting Initiative (GRI). Para su desarrollo, JCDecaux España, S.L.U. ha definido su contenido considerando la participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad y los principios de materialidad y exhaustividad.

Los requisitos establecidos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, identificados por JCDecaux España, S.L.U., junto con los estándares GRI aplicados, se detallan 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., aunque se presenta como un documento independiente.



04

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

4.1. DEPARTAMENTO DE MEDIO AMBIENTE Y CALIDAD

El Departamento de Medio Ambiente y Calidad actúa de manera transversal en todas las áreas y actividades de JCDecaux, manteniendo un vínculo directo con la Junta Directiva, a la que proporciona información actualizada sobre los principales indicadores medioambientales. Sus funciones incluyen la dinamización y coordinación de iniciativas ambientales, la gestión de sistemas de calidad y sostenibilidad, y la respuesta a las expectativas de los grupos de interés, tanto internos como externos, en temas relacionados con el medio ambiente. Asimismo, dirige la Política de Medio Ambiente y Calidad de JCDecaux España, asegurando el cumplimiento de los compromisos en estas áreas.

4.2. REDES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En cada uno de sus centros de trabajo repartidos por todo el territorio nacional, JCDecaux España designa a responsables locales de medio ambiente. Estos profesionales, con la formación necesaria, actúan como interlocutores locales ante el Departamento de Calidad y Medio Ambiente. Su labor se centra en supervisar las actividades a nivel local y gestionar los datos relacionados con los aspectos ambientales particulares de cada ciudad. Además, cumplen una función clave como puente entre el departamento de medio ambiente y las distintas delegaciones, facilitando la circulación de información y asegurando su alineación con la estrategia ambiental corporativa.

4.3. APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En 2013, se puso en marcha la Estrategia de Desarrollo Sostenible en España, impulsada por el Departamento de Desarrollo Sostenible y Calidad del Grupo. En 2022, JCDecaux redefinió su enfoque y presentó su nueva Visión 2030, centrada en tres grandes ambiciones:

- Crear espacios de vida más sostenibles,
- Optimizar su impacto medioambiental,
- Fomentar un entorno empresarial responsable.

En 2024, el Grupo reforzó su compromiso con la sostenibilidad al publicar su nueva estrategia climática, estableciendo el ambicioso objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono para 2050.

Bajo estas mismas premisas, la filial española implementó medidas y lanzó nuevos proyectos como la eliminación de sus plantas de ósmosis, sustitución paulatina de flota de vehículos convencionales por alternativas de menor impacto y mejor gestión de sus residuos entre otras a lo largo de 2024, integrando estas acciones en todos sus departamentos operativos.

La Junta Directiva supervisa y evalúa los avances en la aplicación de la Estrategia. Durante estas revisiones, se analizan las prioridades, el contenido y los objetivos, ajustándolos en función de los progresos logrados, los cambios internos de la empresa y el contexto externo.

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.U., con excepción de las actividades de proveedores y subcontratistas.

4.4.2. PROCESO DE TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN

En 2010, JCDecaux puso en marcha una herramienta informática en línea para gestionar y transmitir información no financiera, cubriendo los tres pilares de su Estrategia de Desarrollo Sostenible: medio ambiente, sociedad y grupos de interés. En 2019, esta herramienta fue sustituida por una aplicación web más avanzada y completamente funcional, capaz de recopilar, analizar y procesar indicadores, generar informes y documentar los datos necesarios para su control y verificación. Durante 2023, esta aplicación se consolidó y amplió su utilidad, incorporando reportes trimestrales. La recopilación de datos extra financieros se realiza trimestralmente para indicadores clave, como el consumo de energía, la generación de residuos y las tasas de reciclaje, entre otros. Para indicadores de "valor", como el desglose de empleados o la seguridad y salud en el trabajo, la recogida de datos se lleva a cabo anualmente. Este proceso trimestral contribuye a garantizar la fiabilidad de la información, la cual se finaliza y corrige cada 31 de diciembre.

Una vez introducidos en la aplicación, los datos son supervisados por el Departamento de Desarrollo Sostenible y Calidad del Grupo, que verifica su coherencia y resuelve posibles discrepancias. Los datos validados se consolidan siguiendo el método contable "adjusted", asegurando su alineación con el informe financiero. Desde 2003, la información medioambiental reportada es auditada anualmente por una entidad independiente.

Adicionalmente, la filial española realiza de manera trimestral la recopilación y análisis de estos datos, junto con otros complementarios, lo que permite un estudio más detallado y adaptado a los procesos específicos de sus operaciones en España. Esta herramienta, ya completamente funcional en 2024, se ha convertido en un pilar esencial para la gestión y transparencia de la información no financiera en el Grupo.

4.4.3. USO DE LA INFORMACIÓN

La información recopilada por la filial española se analiza trimestralmente y se comparte con la Dirección de JCDecaux en una reunión anual, donde se examinan los aspectos más relevantes, sus implicaciones y se definen las acciones correspondientes.

De manera paralela, el Departamento de Desarrollo Sostenible y Calidad del Grupo revisa varias veces al año los datos reportados por las distintas filiales internacionales. Este análisis permite representar gráficamente el desempeño no financiero, evaluar los planes de acción y los resultados obtenidos por las principales filiales.

Estos datos también se integran en el Documento de Registro del Grupo y se utilizan para cumplir con los requisitos de las agencias de calificación no financieras, así como para responder a las demandas de los inversores socialmente responsables.

05

Nuestro compromiso medioambiental

En 2024, JCDecaux mantiene su firme compromiso con la reducción del impacto ambiental generado por sus operaciones. A través de análisis de riesgos ambientales, se han identificado los principales efectos asociados a las actividades del Grupo, como el consumo energético derivado del funcionamiento de su mobiliario y flota de vehículos, los materiales empleados en las campañas publicitarias y la gestión de residuos, entre otros.

En JCDecaux España, la gestión del riesgo ambiental se lleva a cabo bajo el Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001, supervisado y coordinado por el Departamento de Calidad, Medio Ambiente y Sostenibilidad. JCDecaux, certificado por una entidad externa acreditada por ENAC desde 2004, cuenta con 20 años de experiencia y madurez en su implementación.

Actualmente, las certificaciones de los sistemas de gestión basados en las normas ISO 9001 e ISO 14001 están vigentes hasta 2024. Cada año se realizan auditorías de seguimiento o recertificación, según corresponda, por parte de la entidad certificadora.

La Junta Directiva revisa anualmente los compromisos medioambientales para evaluar los avances en cada una de las prioridades establecidas y definir las acciones futuras.

Los datos relacionados con la estrategia de sostenibilidad cubren a todas las sociedades del Grupo JCDecaux en España. Sin embargo, los indicadores de desempeño detallados en este informe corresponden exclusivamente a JCDecaux España, S.L.U. En los casos en los que no es posible desglosar esta información, se indica de manera explícita.

Durante el año 2024, no se registraron expedientes, multas o sanciones por incumplimientos de leyes o normativas medioambientales.

5.1. EFECTOS PREVISIBLES DE NUESTRAS ACTIVIDADES EN EL MEDIO AMBIENTE

JCDecaux inició sus operaciones en España en 1982. La madurez de su trayectoria y su compromiso con la sostenibilidad orientan cada decisión empresarial hacia una mejor planificación y previsión de los efectos sobre el medio ambiente, la economía y la sociedad.

En 2024, el escenario cada vez más urgente del cambio climático ha intensificado la relevancia de los impactos derivados de nuestras actividades. Aspectos como el consumo eléctrico, de gas, carburantes, agua... representan efectos significativos que deben ser considerados.

En el ámbito de la publicidad "analógica", estos impactos están perfectamente medidos y definidos. Sin embargo, la transformación experimentada en los últimos años en nuestro parque de mobiliario, con la cada vez más creciente presencia de soportes digitales, modifica este análisis y la importancia relativa de cada impacto, incorporándose estos cambios a la estrategia de sostenibilidad de JCDecaux.

Mientras que los procesos asociados a la gestión de soportes y publicidad no digital tienen un mayor peso en la generación de residuos como papel de cartelería, consumo de combustible y residuos no reciclables, los relacionados con soportes y publicidad digital destacan por su impacto en el consumo eléctrico y la generación de residuos RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos).

En relación con la adaptación al cambio climático, los activos de JCDecaux están asegurados frente a riesgos climáticos extremos. Además, para garantizar que el mobiliario urbano y los sistemas resistan las variaciones climáticas y los aumentos de temperatura, la Oficina de Diseño realiza pruebas de resistencia al calor y simulaciones de resistencia mecánica.

No obstante, es importante destacar que las previsiones de incremento en la frecuencia e intensidad de periodos de sequía extrema, derivados del cambio climático, afectarán a los procesos de limpieza de los soportes. Por ello, JCDecaux está enfocando sus esfuerzos en desarrollar una estrategia para reducir este consumo. Se ha implementado un proceso de medición y análisis exhaustivo del uso del agua en todos los procesos, con el fin de identificar los puntos clave donde las acciones puedan ser más efectivas. Paralelamente, ya se han puesto en marcha en España medidas para un uso más eficiente del agua, como equipo especialmente diseñado para reducir la cantidad de agua utilizada en mantenimientos.

Asimismo, los materiales empleados en la fabricación de nuevos soportes o en la renovación de elementos existentes están alineados con las políticas de economía circular, priorizando el uso de materias primas más sostenibles, como madera certificada o materiales reciclados.

5.2. EL PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN

En 2024, la matriz de análisis de riesgos medioambientales de JCDecaux incluye las acciones y controles necesarios para mitigar los riesgos identificados, garantizando un desarrollo sostenible tanto en el presente como en el futuro. Estas medidas están respaldadas por la contratación de un Seguro de Responsabilidad Ambiental, que ofrece protección frente a posibles eventualidades, asegurando así una gestión responsable y proactiva de los impactos ambientales.

5.3. INVERSIONES, GASTOS Y GARANTÍAS EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

JCDecaux reafirma su compromiso con el medio ambiente, destacando que en 2024 destinó aproximadamente 858.025 € euros a iniciativas relacionadas con este ámbito. Este monto incluyó gastos asociados a la gestión de residuos externalizada, costes vinculados al Sistema de Gestión Medioambiental, así como inversiones en la renovación de mobiliario e instalaciones para mejorar la eficiencia energética de la organización, entre otros aspectos.

Dada la naturaleza de sus operaciones, la empresa no registra provisiones específicas en materia ambiental. Sin embargo, desde 2007, JCDecaux cuenta con un Seguro de Responsabilidad Medioambiental, que refuerza su capacidad para gestionar posibles riesgos en este ámbito.

5.4. CONSUMO ENERGÉTICO – COMPROMISOS Y OBJETIVOS

Dada la naturaleza de las operaciones de JCDecaux España, el consumo energético constituye uno de los aspectos clave y prioritarios dentro de su estrategia de sostenibilidad. En un contexto marcado por la crisis climática y la actual crisis energética que afecta a los países de la Unión Europea, resulta fundamental enfocarse en este ámbito y adoptar medidas urgentes para reducir el consumo de energía.

El consumo energético en JCDecaux España se organiza en tres pilares principales, según su nivel de impacto:

- **Mobiliario:** Incluye Mobiliario Urbano, Transportes y Gran Formato.
- **Flota de Vehículos:** Compuesta por vehículos industriales y turismos.
- **Infraestructuras:** Edificios y oficinas.

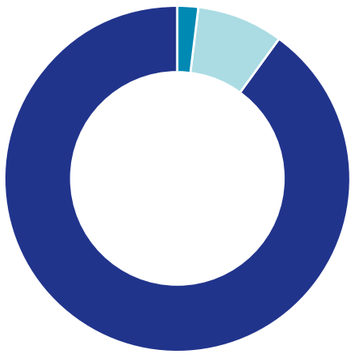
Este consumo proviene principalmente del suministro eléctrico de los mobiliarios gestionados por JCDecaux España, que representa la mayor fuente de consumo directo, así como del uso de combustible y electricidad por parte de la flota de vehículos, y del consumo de electricidad y gas en los edificios.

En 2024, JCDecaux España ha reforzado su compromiso con la eficiencia energética, implementando nuevas medidas y actualizando sus estrategias para adaptarse a los desafíos actuales y futuros en materia de sostenibilidad.

	2022		2023		2024	
	MWh ANUALES	% DEL TOTAL	MWh ANUALES	% DEL TOTAL	MWh ANUALES	% DEL TOTAL
Consumo **vehículos** (MWh)*	2.668	7%	2.708	8%	2.686	8%
Consumo **mobiliario** (MWh)**	34.351	90%	32.635	90%	30.700	90%
Consumo **edificios** (ELECT+GAS) (MWh)	1.137	3%	810	2%	764	2%
TOTAL (MWh)	**38.156**	**100%**	**36.153**	**100%**	**34.150**	**100%**

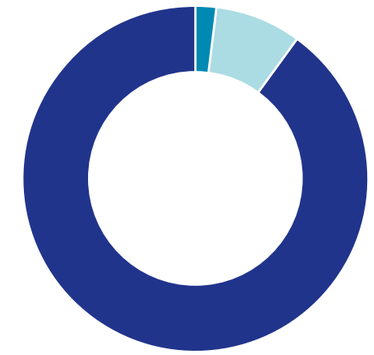
Desglose del consumo energético de JCDecaux España.
*Consumo procedente de la flota de vehículos industriales y turismos.
**Consumo procedente de los soportes gestionados por JCDecaux España.

Distribución Consumo Energético JCDecaux 2023



El consumo total de energía de JCDecaux España durante el año 2023 fue de 36.153 MWh

Distribución Consumo Energético JCDecaux 2024



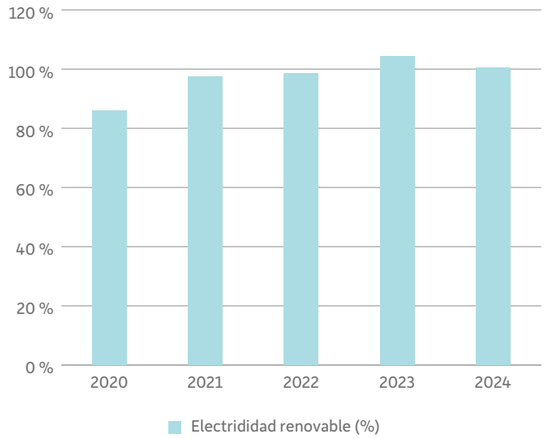
El consumo total de energía de JCDecaux España durante el año 2024 fue de 34.150 MWh

Uno de los objetivos más emblemáticos de JCDecaux España es el uso de electricidad 100 % renovable en todos sus procesos de consumo, incluyendo el mobiliario que, en algunos casos, aunque no es de su propiedad, es gestionado por la empresa en cuanto a su mantenimiento y explotación publicitaria.

Desde 2011, año en el que se fijó la meta de alcanzar para 2022 un consumo total de electricidad procedente de fuentes renovables, los porcentajes de esta energía limpia han ido aumentando de manera progresiva a lo largo de los años.

Como se puede ver en la evolución de debajo el 100 % de la energía eléctrica consumida por JCDecaux proviene de fuentes de energía renovable desde 2022 cumpliendo así con nuestro objetivo.

Distribución Consumo Energético JCDecaux 2024



En 2022 se implementó un cambio en la metodología para medir las emisiones de CO_2 generadas por las actividades de JCDecaux a nivel global. Bajo la dirección del Grupo, desde Francia se ha desarrollado la metodología y la plataforma para calcular la huella de carbono en los tres alcances, aplicable a todos los países donde JCDecaux opera.

El impacto producido por la actividad de JCDecaux en todas las sociedades del Grupo JCDecaux en España en el ejercicio de 2024 es el siguiente:

- **Alcance 1:** 612,97 TCO_2e
- **Alcance 2 (enfoque de mercado):** 0 TCO_2e
- **Alcance 3**: 4.868,72 TCO_2e

5.4.1. REDUCIR EL CONSUMO ELÉCTRICO DEL MOBILIARIO URBANO

El consumo eléctrico del total del parque de mobiliario gestionado por JCDecaux en 2024, representa el **90 %** del consumo total de este recurso (31.700 MWh).

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.

Instalación de Paneles Solares

JCDecaux invierte en soluciones encaminadas a reducir el consumo, tales como SAE y sistemas de iluminación, alimentados con energía solar y acumulador de batería. Esto permite acumular energía durante el día y operar día y noche. Con esta medida, se consigue eliminar un consumo de entre 50W-75W, a cero, por cada equipo solar instalado.

Por otro lado, todos nuestros SAE solares autogeneran toda la energía que consumen, teniendo un impacto cero en el consumo eléctrico.

JCDecaux invierte en la instalación de paneles solares en los soportes, hecho que contribuye a disminución de la huella de carbono y consumo eléctrico. En 2024 los mobiliarios complementados con paneles solares son:

Actualmente tenemos tecnología solar en SAE de:

- 35 Sabadell
- 36 Alicante
- 36 Sant Joan Despí

La superficie total de paneles solares en SAE asciende a **64.06 m².**

- Marquesinas con iluminación LED, alimentada por panel solar y batería. Superficie total **24.79 m².**
  - 19 Murcia.
  - 20 Bilbao
- Postes parada de autobús alimentados por paneles solares. Superficie total **39.27 m².**
  - 195 Bilbao.

Se estima que la generación de energía renovable a través de los paneles solares instalados en todo el territorio nacional es de **55MW anuales**.

Renovación de iluminación Mupi a LED

En el último año JCDecaux España ha renovado los sistemas de iluminación de 1.118 mobiliarios, pasando de un sistema convencional de tubos fluorescentes con un consumo medido de 200W, a un sistema LED con un consumo de 45W. Logrando con esto una reducción de consumo por mobiliario de en torno al 22.5 % (unos 228 kWh).

Se han realizado los siguientes cambios en mobiliario a tecnología LED:

CIUDAD	CANTIDAD
Las Palmas de Gran Canaria	595
Zaragoza	221
Leganés	107
SSDLR	99
Santander	56
Almería	17
Valladolid	10
Granada	7
Marbella	6

Mobiliario digital

Introducción en el parque mobiliario del modelo PC-Player industrial Arbor con menor tasa de fallos y menor consumo (73 % del consumo del modelo actual). Implantado en aproximadamente un 10 % del parque digital actual. A final de 2024 el número de Players Arbor es de 196, sobre un total de 2700.

Refrigeración por ventilación forzada

Para nuestros Mupis digitales de exterior, que requieren un alto nivel de refrigeración, tratamos siempre de recurrir a sistemas de ventilación forzada, en lugar de máquinas de aire acondicionado.

Esto nos permite reducir el consumo de aproximadamente de 2500W a 380W máx. Actualmente contamos con **1354** unidades de este tipo.

5.4.2. REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS VEHÍCULOS

Desde JCDecaux se ha implementado un plan de movilidad denominado E-CAR, con el objetivo de reducir la huella ambiental asociada a nuestra flota de vehículos en las ciudades donde operamos. Este plan incluye iniciativas diseñadas para minimizar el impacto ambiental generado por nuestras actividades de transporte.

JCDecaux España cuenta con una flota activa de 284 vehículos distribuidos por todo el territorio español a finales de 2024. Estos vehículos, destinados al servicio y desarrollo de nuestras operaciones, se dividen en un 83 % de vehículos industriales y un 17 % de turismos. Los vehículos industriales se utilizan principalmente para tareas de montaje, limpieza, colocación y mantenimiento del mobiliario urbano, mientras que los turismos están destinados a labores de supervisión y coordinación.

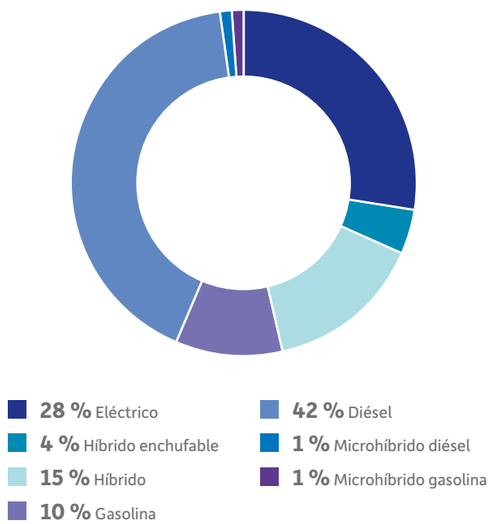
Además, JCDecaux ha obtenido el Certificado de Flota Ecológica otorgado por la AEGFA (Asociación Española de Gestores de Flotas de Automóviles) y el Certificado de Movilidad Sostenible concedido por la ECSM (European Certification for Sustainable Mobility). Estos reconocimientos reflejan nuestro compromiso con la adopción de prácticas de movilidad más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente, alineadas con nuestra estrategia de reducción de emisiones y mejora de la eficiencia energética.

El consumo de combustible representó en 2024 únicamente el 8 % del consumo energético total de JCDecaux España.

Nuestras acciones

Al renovar y ampliar su flota de vehículos, JCDecaux prioriza la adquisición de vehículos con el menor impacto ambiental posible, considerando tanto el consumo de combustible como las emisiones de CO_2, en función de las opciones disponibles y las necesidades operativas. En los últimos años, se ha producido un aumento significativo en la incorporación de vehículos eléctricos, que actualmente representan el 28 % del total de la flota. Este porcentaje está previsto que siga creciendo en los próximos años, en línea con el Plan de Renovación de la Flota, que refuerza nuestro compromiso con la movilidad sostenible y la reducción de emisiones.

Flota de vehículos por tipología



Además de las acciones directas para mejorar la sostenibilidad de la flota de vehículos, JCDecaux interviene en otros aspectos que influyen directamente en los consumos generados. Un ejemplo es la optimización periódica de las rutas logísticas utilizadas durante la instalación, mantenimiento y colocación de publicidad, con el objetivo de reducir tiempos, distancias y el consumo de combustible en los trayectos.

Mensualmente, los agentes realizan una revisión de varios puntos clave de los vehículos para garantizar que se encuentren en perfecto estado. Estas inspecciones tienen un doble propósito: asegurar la seguridad del vehículo y maximizar la eficiencia en el consumo de combustible.

Por su parte, los managers llevan a cabo un control mensual del consumo de la flota de vehículos bajo su responsabilidad, asegurando que se mantenga por debajo de los límites máximos establecidos como objetivo. Si se detectan desviaciones en los indicadores, se aplican medidas correctivas según el origen del problema, que pueden incluir desde formación adicional en conducción eficiente y segura para los agentes, hasta revisiones y reparaciones mecánicas de los vehículos.

En línea con lo anterior, JCDecaux España facilita formación al personal técnico en el uso de herramientas de monitorización, que permiten resolver incidencias de manera remota, reduciendo la necesidad de desplazamientos. Se estima que esta práctica ha disminuido en un 5 % las incidencias que requieren atención presencial.

Adicionalmente, JCDecaux cuenta con un manual de conducción eficiente, diseñado para concienciar a los empleados y reducir el consumo de combustible de la flota.

5.4.3. REDUCIR EL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS EDIFICIOS

El consumo energético de los edificios representó el 2 % del consumo energético total de JCDecaux España durante el ejercicio 2024.

De ese 2 %, el 60 % del consumo lo representa la Sede corporativa de JCDecaux España, el otro 30 % restante lo representa las otras 24 delegaciones que están repartidas a nivel nacional.

El consumo energético total se distribuye principalmente en climatización (calefacción y aire acondicionado) e iluminación, que representan los mayores consumos, mientras que otros usos, como la ofimática y el agua caliente sanitaria (ACS), tienen un impacto residual en comparación. En 2024, este patrón de consumo se mantiene, reflejando la priorización de esfuerzos en optimizar los sistemas de climatización e iluminación para mejorar la eficiencia energética.

Nuestras acciones

En JCDecaux nos esforzamos por reducir la huella ambiental de nuestras edificaciones, implementando iniciativas que minimicen el impacto del consumo energético. Estas acciones no solo mejoran la calidad del aire y, en consecuencia, la salud de las personas, sino que también contribuyen a elevar la calidad de vida de la comunidad.

Uno de nuestros principales objetivos es garantizar el uso responsable de los recursos naturales, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. Por ello, cada medida que evite un impacto negativo en el medio ambiente representa un aporte significativo hacia un futuro más sostenible.

Una de nuestras iniciativas más destacadas y que mayor impacto ha tenido en nuestro consumo desde su instalación, ha sido la implementación de energías renovables en la Sede Corporativa. En 2024, se completó la instalación de una planta fotovoltaica con capacidad de vertido a la red, lo que nos permite inyectar energía verde al sistema energético español. Esta planta está compuesta por 346 paneles solares, alcanzando una potencia instalada de 131,48 kW.

En lo referente a la tendencia de la energía, se ha conseguido una producción anual solar de 33.03 % procedente de la planta FV, lo que significa que se ha mitigado en gran medida nuestro impacto de huella ambiental.

Entre otras iniciativas clave implementadas para optimizar la eficiencia energética se incluyen la instalación de sistemas de detección de presencia de alta frecuencia y regulación de la luminosidad, que permiten reducir las horas de funcionamiento y ajustar la intensidad de la luz según las necesidades. También se han sustituido las luminarias convencionales por tecnología LED, eliminando reactancias electromagnéticas, y se han renovado los equipos de climatización por otros más eficientes.

En JCDecaux, mantenemos un riguroso control de nuestras instalaciones mediante Planes de Mantenimiento Preventivo y Correctivo, que incluyen revisiones periódicas para garantizar su correcto funcionamiento y optimizar el uso de los recursos energéticos.

Además, para reforzar nuestro compromiso con el medio ambiente y validar las medidas de mejora implementadas, realizamos auditorías de eficiencia energética conforme al RD 56/2016 y la Norma UNE-EN 16247-1/2/3/4. Estas auditorías, llevadas a cabo por una Entidad de Certificación Acreditada (ECA), han arrojado resultados óptimos y son remitidas a los órganos competentes de las Comunidades Autónomas en materia de eficiencia energética.

Asimismo, la empresa cuenta con un manual de buenas prácticas ambientales que, entre otras medidas, promueve el consumo energético eficiente en todas nuestras instalaciones. En 2024, estas acciones continúan siendo una parte fundamental de nuestra estrategia para reducir el impacto ambiental y fomentar la sostenibilidad.

5.5. REDUCIR EL RESTO DE NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL

5.5.1. CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS & MATERIALES

JCDecaux es una empresa dedicada a la prestación de servicios, por lo que no realiza actividades de producción. Los principales recursos utilizados en sus procesos operativos incluyen:

1. Jabones.
2. Pinturas.
3. Disolventes.
4. Papel.

La empresa, a través de su Sistema de Gestión Ambiental monitoriza la evolución de los niveles de consumo de dichos recursos para evitar grandes desviaciones e implementa sistemas de toma de acciones en caso de que ocurran para conocer la causa raíz de dicha desviación y tomar acciones para evitar recurrencia.

A continuación, se presentan tablas y gráficos que ilustran la evolución del consumo de los materiales mencionados. Las grandes diferencias observadas se deben a mejoras en los sistemas de monitorización de los datos de materiales consumidos

Productos consumibles para el mantenimiento de los mobiliarios[1 y 2]:

JABONES				
Año	LITROS	KG	% LITROS	% KG
2022	1.336	743	19,70 %	-5,10 %
2023	1.871	476	40,00 %	-35,90 %
2024	3.067	666	63,92 %	39,92 %

PINTURAS				
Año	LITROS	KG	% LITROS	% KG
2022	666	3.250	139,70 %	181,60 %
2023	400	968	-40,00 %	-70,20 %
2024	297	849	-25,75 %	-12,29 %

DISOLVENTES				
Año	LITROS	KG	% LITROS	% KG
2022	1.268	58	-51,80 %	190,00 %
2023	2.117	0	67,00 %	-100,00 %
2024	1.554	10	-26,59 %	100,00 %

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).

2. Las diferencias observadas en los datos de 2024 en comparación con años anteriores se deben a una mejora en los métodos de cálculo, que ha permitido estimar con mayor precisión los litros y kilos consumidos.

Consumibles de oficina

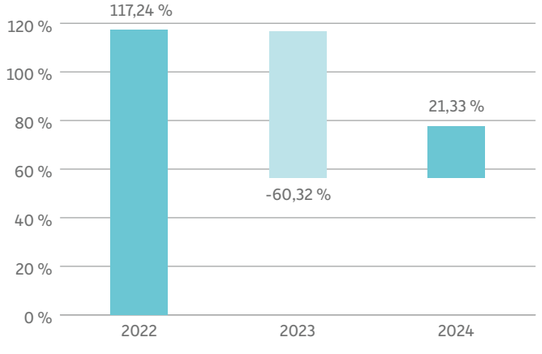
Uno de los aspectos clave que JCDecaux monitoriza de manera constante es el consumo de papel de uso en oficina. Este indicador es fundamental para evaluar la eficiencia en la gestión de recursos y el compromiso con prácticas sostenibles. Sin embargo, es importante destacar que el valor de este consumo no es estático, sino que varía en función de las fechas de adquisición del papel. Esto se debe a que la demanda y el uso pueden fluctuar según ciclos operativos, proyectos específicos o necesidades temporales de la empresa.

Para analizar este dato de manera efectiva, es necesario observarlo en una escala macro de tiempo. Solo así es posible identificar tendencias a largo plazo y distinguir entre variaciones puntuales y patrones de comportamiento más profundos. Al examinar el consumo de papel en este contexto amplio, se puede determinar si existen desviaciones significativas respecto a los niveles esperados o si, por el contrario, el uso se mantiene dentro de los parámetros previstos.

En el caso de JCDecaux, los datos recopilados hasta la fecha no reflejan desviaciones relevantes con respecto a los niveles de consumo esperado. Esto indica que las políticas y medidas implementadas para optimizar el uso de papel están siendo efectivas, alineándose con los objetivos de sostenibilidad y eficiencia que la compañía promueve.

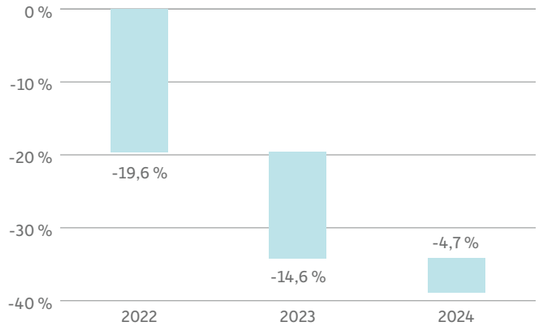
SALIDAS PAPEL BLANCO			
AÑO	PAQUETES DE 500 FOLIOS	Nº HOJAS	% VS AÑO ANTERIOR
2022	189	94.500	117,2 %
2023	75	37.500	-60,32 %
2024	91	45.500	21,33 %

Evolución consumo papel blanco



SALIDAS PAPEL RECICLADO			
AÑO	PAQUETES DE 500 FOLIOS	Nº HOJAS	% VS AÑO ANTERIOR
2022	820	410.000	-19,61 %
2023	700	350.000	-14,63 %
2024	667	333.500	-4,71 %

Evolución consumo papel reciclado



Optimización baterías de alimentación

Actualmente se está trabajando en la implantación en mobiliario urbano de baterías de descarga profunda (Baterías de Carbono Gel), que sustituyen a las baterías normales, con el objetivo de alargar los ciclos de vida. De este modo podemos incrementar los plazos de sustitución y reducir las unidades de baterías a utilizar.

Instalación de 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

JCDecaux realiza labores de mantenimiento y renovación de sus soportes, cumpliendo con su compromiso de ofrecer la máxima calidad en sus instalaciones. Estas tareas no generan emisiones durante su ejecución, excepto en el caso de los trabajos de pintura, que son llevados a cabo en su mayoría por empresas especializadas previamente homologadas, tras una evaluación rigurosa de los aspectos críticos de su actividad.

Por otro lado, las operaciones de la empresa no producen contaminación de suelos o aguas, salvo en dos centros que cuentan con autorización de vertido debido a las actividades de lavado de vehículos propios en sus instalaciones.

Continuamente valoramos la sustitución de productos de mantenimiento que contengan componentes químicos perjudiciales para el medio ambiente, optando por alternativas más sostenibles y respetuosas.

5.5.3. GENERACIÓN DE RUIDOS

Las actividades que, por su naturaleza, generan mayores niveles de ruido se programan exclusivamente en horario diurno. Este aspecto se tiene en cuenta en todos los procesos operativos o sobre el terreno, a modo de ejemplo, los proveedores de JCDecaux utilizan camiones equipados con cajas forradas para la recogida de vidrio, lo que reduce significativamente el ruido durante el proceso de vaciado de los contenedores.

Asimismo, para tareas más ruidosas como puede ser la limpieza de mobiliario, esta se realiza en horario diurno; en específico, para esta actividad, para asegurar la productividad, se posee un camión especializado para la limpieza de techos de marquesinas, que opera durante la noche en caso de ser necesario. Este vehículo está diseñado para cumplir con las normativas españolas y europeas sobre niveles de ruido, incorporando un habitáculo insonorizado para la bomba y la caldera.

Los Mupi digitales de JCDecaux ubicados en espacios exteriores emplean un sistema de refrigeración basado en ventilación forzada, una solución que no solo optimiza el consumo energético, sino que también contribuye a reducir de manera notable los niveles de ruido. A diferencia de los sistemas tradicionales de aire acondicionado, que producen una contaminación acústica significativa debido al ruido del compresor, la ventilación forzada logra reducir el nivel de ruido desde los 70 dB, característicos de un compresor, hasta los 55 dB cuando funciona a su máxima capacidad, una situación que, además, no suele darse con frecuencia.

5.5.4. IMPACTO LUMÍNICO

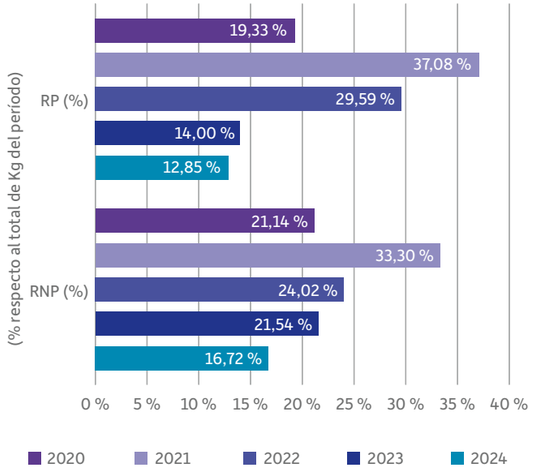
En el ámbito de JCDecaux Indoor, que incluye centros comerciales y estaciones de metro, este aspecto no resulta relevante. Sin embargo, en el caso del mobiliario exterior ubicado en vías públicas, se tienen establecidas medidas como el apagado de soportes iluminados de gran formato durante la noche, con el fin de evitar contribuir a la contaminación lumínica.

Las pantallas digitales de exterior cuentan con células fotosensibles que ajustan automáticamente la intensidad de la luz en función de las condiciones ambientales. Esto permite reducir tanto el consumo energético como la contaminación lumínica durante la noche o en entornos con poca luz. Gracias a esta tecnología, se ha logrado disminuir la intensidad lumínica hasta 250 lúmenes, un valor considerablemente bajo para pantallas LCD-LED de exterior, especialmente si se tiene en cuenta que pueden alcanzar hasta 3500 lúmenes.

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:

2024		
Tipo	**Kg**	**% respecto al total**
Residuos peligrosos RAEE	6.388	0,67 %
Otros residuos peligrosos	3.779	0,39 %
Papel y cartón	324.071	33,84 %
Plásticos	46.165	4,82 %
Metal	278.795	29,11 %
Madera	12.800	1,34 %
Vidrio y cristales	158.532	16,55 %
Residuos electrónicos NP	2.414	0,25 %
Otros residuos no peligrosos	124.761	13,03 %
TOTAL	**957.705**	**100,00 %**



	2022	2023	2024	2024 VS 2023 (%)
RP (Kg)	20.402,9	9.651,3	10.167,0	5 %
RNP (Kg)	1.134.063,0	1.016.877,0	947.538,0	-7 %
TOTALES (Kg)	**1.154.465,9**	**1.026.528,3**	**957.705,0**	**-7 %**

Durante el ejercicio 2024, la generación de residuos no peligrosos se redujo un 7%, mientras que los residuos peligrosos aumentaron en un 5 % en comparación con los datos de 2023. Esto se traduce en una reducción global del 7 % en la generación total de residuos en 2024 frente al año anterior.

Estas variaciones entre años pueden atribuirse a diversos factores, como el número de incidencias y desperfectos en el mobiliario, que implican una mayor o menor necesidad de renovación, el inicio y finalización de proyectos, así como la incorporación de mejores equipos y mobiliario con un mayor tiempo de uso y durabilidad. Es importante destacar que todos nuestros residuos, tanto peligrosos como no peligrosos, son gestionados exclusivamente por gestores autorizados, garantizando un tratamiento adecuado y responsable.

Además, todos estos aspectos son monitorizados a través de nuestro sistema de gestión ambiental, lo que nos permite detectar cualquier desviación con respecto a lo estimado y tomar las acciones correspondientes para optimizar nuestros procesos y minimizar nuestro impacto ambiental. Como se puede observar en la gráfica de debajo la cantidad de residuos generados ha ido en descenso desde el año 2021.

Los principales residuos generados se deben, mayoritariamente, a trabajos de renovación de mobiliario y a trabajos de reducción de stock en almacenes.

En 2024 la tasa de reciclaje se ha mantenido similar al pasado año 2023, las variaciones encontradas son debidas a la reducción de la cantidad de residuos y a la fluctuación de los residuos producidos y la naturaleza de los mismos (si son o no reciclables).

	RESIDUOS NO PELIGROSOS (KG)			
	2022	2023	2024	%
No reciclaje	352.953	150.108	170.749	13,75 %
Reciclaje	781.110	866.769	776.789	-10.38 %
Total	1.134.063	1.016.877	947.538	-6,82 %
% reciclaje	68,9 %	85,2 %	81,98 %	-3,78 %

5.6.1. MEJORAR EL USO Y EL RECICLAJE DE LOS CARTELES DE PAPEL.

En 2024 se generaron 324.071 kilogramos de residuo de papel de cartelería procedente de la actividad de mobiliario urbano, lo que representa el 33,84 % del total de los residuos clasificados por JCDecaux.

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 producidos por JCDecaux deben incluir el distintivo PEFC, FSC o un equivalente local. Estas certificaciones, otorgadas por terceros, aseguran que la madera utilizada en la fabricación de los carteles proviene de bosques gestionados de manera responsable y sostenible.

En cuanto a la logística asociada a la cartelería, los embalajes de madera (Box) se reutilizan para enviar los carteles a las delegaciones. Una vez utilizados, estos embalajes son devueltos al taller central para su uso en futuros envíos, promoviendo así un modelo circular.

Además, JCDecaux implementa una política de conservación y reutilización de los carteles una vez finalizado su período de exhibición. Esta práctica evita la necesidad de reimprimir cartelería nueva para futuras campañas, reduciendo el impacto ambiental y fomentando un uso más eficiente de los recursos

En 2024 se ha logrado mantener prácticamente los mismos valores de tasa de recuperación y de reciclaje a los alcanzados en 2023:

	2023	2024
Tasa de recuperación totales	34,50 %	30,67 %
Tasa de reutilización totales	17,50 %	18,90 %

	COMERCIAL	INSTITUCIONAL	TOTALES
Carteles fijados	1.028.706	62.731	1.091.437
Carteles recuperados	315.470	19.238	334.707
Carteles reutilizados	59.639	3.637	63.276

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

5.6.2. RENOVACIÓN DE MOBILIARIO

La política de economía circular de JCDecaux incluye la reducción de residuos generados por el mobiliario urbano de contratos finalizados que aún se encuentra en buen estado. En este sentido, cada vez que se realiza un desmontaje, se evalúa la viabilidad de reutilizar o adecuar el mobiliario para su reinstalación, dependiendo de estado del mobiliario, cambios en normativa... De esta manera promovemos un uso sostenible y responsable de los recursos.

Nuestras acciones

Restauración de marquesinas

Durante el proceso de retirada de marquesinas desmontadas de proyectos finalizados y mediante procesos de restauración, las hemos podido reintroducir en nuevos proyectos e instalaciones.

De las marquesinas desmontadas durante 2024, 13 unidades han sido reutilizadas en diversas ciudades y proyectos:

CIUDAD	CANTIDAD
Santander	2
	1
Getafe	4
Valladolid	3
	2
Murcia	1
TOTAL	**13**

El coste de restauración interno y externo asciende a **44.291,56€**.

Restauración de Mobiliario – Mupis convencionales

El mismo proceso ha sido realizado con mupis desmontados de proyectos finalizados y mediante procesos de restauración mecánica y de pintura, los hemos podido reutilizar en nuevos proyectos e instalaciones.

94 unidades han sido restauradas durante el ejercicio de 2024 en:

CIUDAD	CANTIDAD
Getafe	94 (desmontados de Bilbao)

El coste de restauración interno y externo asciende a **171.229€**.

Restauración de Mobiliario – Relojes digitales

Se han restaurado y reinstalado a lo largo de 2024, 29 unidades de relojes digitales en:

CIUDAD	CANTIDAD
Zaragoza	11
Leganés	10
Getafe	8
TOTAL	**29**

El coste de restauración interno y externo asciende a **45.799,39€.**

Restauración de Mobiliario – Monoposte Digital

Se ha revisado y reparado la electrónica, repintado la estructura y diseñado un nuevo branding para monopostes digitales provenientes de otras filiales.

Hemos restaurado y reinstalado 13 unidades en:

CIUDAD	CANTIDAD
Zaragoza	5
Sevilla	2
Pozuelo	2
Málaga	4
TOTAL	**13**

El coste de restauración interno y externo asciende a **17.654€.**

5.6.3. DESPERDICIO DE ALIMENTOS

Para JCDecaux, no solo es fundamental evaluar la cantidad y calidad de los alimentos y el servicio ofrecido, sino también considerar que estos estén alineados con los principios de sostenibilidad y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a los que la empresa está comprometida.

En los eventos organizados por JCDecaux, el servicio de cáterin es externalizado a empresas especializadas. Durante este proceso, se da prioridad a proveedores que comparten los mismos valores de sostenibilidad que JCDecaux promueve. Los criterios principales que se consideran en la selección de estos proveedores incluyen:

- **Origen y temporada de los ingredientes:** Se priorizan proveedores que utilizan ingredientes locales y de temporada, reduciendo así la huella de carbono asociada al transporte y almacenamiento de alimentos.
- **Opciones vegetarianas y veganas:** Se busca que los proveedores incluyan en su oferta opciones vegetarianas y veganas, fomentando una dieta más saludable y reduciendo el impacto ambiental.
- **Envases y utensilios sostenibles:** Se seleccionan proveedores que emplean envases y utensilios compostables o reutilizables, minimizando los residuos generados durante los eventos.
- **Compromiso con la sostenibilidad:** Se evalúa el compromiso general del proveedor con prácticas sostenibles, incluyendo su producción, gestión de residuos y políticas de responsabilidad social corporativa.
- **Alineamiento con los ODS:** Se priorizan proveedores cuyas prácticas contribuyan directamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, especialmente aquellos relacionados con la alimentación sostenible, la reducción de desechos y la acción climática.
- **Transparencia y trazabilidad:** Se valora la capacidad del proveedor para ofrecer información clara sobre el origen y el proceso de producción de los alimentos, así como la trazabilidad de los ingredientes utilizados.
- **Innovación y mejora continua: Se consideran proveedores que demuestren un enfoque** innovador y un compromiso constante con la mejora de sus prácticas sostenibles, buscando siempre reducir su impacto ambiental.

5.7. GESTIÓN DEL AGUA

El agua es uno de los recursos más importantes empleados en los procesos de limpieza, tanto interior como exterior, del mobiliario. En 2024, el consumo total de agua de JCDecaux a nivel nacional fue de 10.248,8 m^3. En 2023 y 2022 el consumo fue de 11.207,73 m3 y 14.007,2 m3 respectivamente, lo que muestra una reducción del 26 % con respecto al consumo de 2022.

Toda el agua utilizada proviene directamente del suministro de la compañía proveedora, y las aguas residuales generadas se gestionan a través de sistemas integrales de saneamiento. En cuanto al consumo específico de agua destinada a la limpieza del mobiliario, este ascendió a 1.923,38 m^3 a nivel nacional durante el mismo año.

En algunos de nuestros procesos productivos relacionados con la limpieza de los mobiliarios, se utiliza agua osmotizada, también hemos realizado proyectos de recogida de aguas pluviales, estos proyectos se describen con mayor detalle en el siguiente apartado.

Nuestras acciones

Nuestra sede de Bilbao posee un sistema de recuperación de aguas pluviales, mediante el cual reducimos la cantidad de agua de red consumida en esta ubicación. Este cambio ha permitido reducir tanto el consumo eléctrico como el uso de agua de la red pública, con un ahorro de en torno a 220 m^3 de agua al año.

En 2024, se ha completado un proyecto estratégico que elimina los procesos de osmosis en todas las delegaciones donde la calidad del agua lo permite, manteniendo estas plantas únicamente en la zona del levante. Este proyecto, iniciado en 2023 con un estudio exhaustivo, ha implicado la modificación de las metodologías de limpieza y ha generado importantes ahorros en el consumo de agua. Durante el cuarto trimestre de 2023, se llevó a cabo una fase de prueba en ciudades como Bilbao, Burgos y Gijón, donde la calidad del agua es óptima, para realizar limpiezas sin utilizar agua osmotizada. Los resultados han sido positivos, consolidando esta práctica como parte de nuestra estrategia de sostenibilidad durante el ejercicio de 2024.

En las delegaciones de la zona del levante, debido a las características del agua de la zona, a fin de minimizar el uso de productos de limpieza perjudiciales para el medio ambiente y reducir el consumo de agua, se ha mantenido el uso de agua osmotizada en sus procesos de limpieza. Esta práctica no solo disminuye significativamente los tiempos empleados en la limpieza, sino que también reduce el volumen de agua utilizado por cada unidad de mobiliario. Junto con una planificación eficiente de las tareas, estas acciones contribuyen a una política de uso responsable del agua.

5.8. PREVENCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Nuestras operaciones no tienen un impacto directo sobre espacios naturales protegidos ni sobre hábitats que puedan afectar negativamente a la flora y fauna. Este enfoque nos permite concentrarnos en mejorar la calidad de vida en las ciudades sin comprometer la integridad de los ecosistemas naturales. El hecho de operar exclusivamente en áreas urbanas nos evita suponer cualquier interferencia en zonas sensibles o protegidas.

06

Nuestro compromiso social

El capital humano es uno de los ejes fundamentales de JCDecaux, que cuenta con un total de 570 personas trabajadoras a cierre del ejercicio 2024, de los cuales más del 98 % tienen contrato fijo.

El compromiso social con su colectivo de personas trabajadoras es clave para el éxito empresarial, así durante el ejercicio 2024, además de los ejes vinculados con la Estrategia de Desarrollo Sostenible de JCDecaux, se han gestionado las siguientes líneas de trabajo:

- Programa JCDecaux + Salud, que cuenta con el reconocimiento de Buenas Prácticas en la Promoción de la Salud en el Trabajo por parte Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ministerio de Trabajo).
- Certificación AENOR en Sistema de Gestión de Igualdad de Género y Sistema de Gestión de Igualdad Retributiva.
- Protocolo de violencia de género y ayuda a la víctima.
- Protocolo de acoso sexual, por razón de sexo y conductas que atentan contra la diversidad sexual de las personas.
- Guía comunicación incluyente y no sexista.
- Promoción e impulso de medidas de Conciliación de la vida personal y profesional, y medidas de corresponsabilidad.
- Acuerdos corporativos en materia de compromiso social.
- Integración Laboral de personas con capacidades diferentes, mediante la contratación directa y la colaboración a través de contratos de prestación de servicios con Centros Especiales de Empleo.
- Programa de Ayuda a Empleados/as (PAE) de asistencia psicoemocional.
- Programa de bienestar emocional.
- Participación en grupo de trabajo internacional mejores prácticas RRHH, con el objetivo de establecer una política común.
- Evolución de la plataforma de gestión de retribución flexible, con el objetivo de ofrecer a nuestros/as colaboradores/as mayores facilidades y opciones para personalizar sus beneficios.
- En línea con nuestro compromiso con la diversidad, la equidad y la inclusión, en 2024 se ha planificado el desarrollo de un Protocolo LGTBI, cuyo objetivo es garantizar un entorno seguro, respetuoso e inclusivo para todas las personas, independientemente de su identidad de género u orientación sexual. Este protocolo se desarrollará y pondrá en marcha en 2025.

6.1. JCDECAUX COMO ORGANIZACIÓN RESPONSABLE (DISTRIBUCIÓN EMPLEADOS)

El nivel promedio de personas trabajadoras en 2024 fue de 569,37.

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 2024, así como a fecha de cierre del ejercicio 2024 en JCDecaux se muestran en las siguientes tablas:

Distribución por género:

	PROMEDIO 2022		PROMEDIO 2023		PROMEDIO 2024	
Género	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	159,73	28,14 %	171,46	29,68 %	177,47	31,17 %
Hombres	407,94	71,86 %	406,31	70,32 %	391,89	68,83 %

	DATOS A FECHA 31/12/2022		DATOS A FECHA 31/12/2023		DATOS A FECHA 31/12/2024	
Género	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	162	28,62 %	175	30,33 %	182	31,93 %
Hombres	404	71,38 %	402	69,67 %	388	68,07 %

Respecto a la distribución por género se observa infrarrepresentación femenina, esto es debido a la composición dentro del colectivo de operacional, formado en un 98,32 % por hombres.

No obstante, la evolución del número de mujeres contratadas en el colectivo operacional ha sido positiva en el ejercicio 2024, puesto que se ha incrementado el promedio anual, respecto al ejercicio anterior en 1,24 mujeres. JCDecaux tiene un fuerte compromiso y continúa trabajando día a día para aumentar el número de mujeres contratadas en el colectivo operacional.

La distribución del resto de personal, que no es colectivo operacional está totalmente equilibrada, correspondiendo el 52,77 % a mujeres.

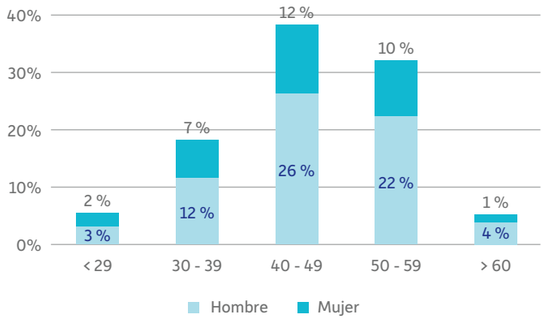
Distribución por Edad:

	PROMEDIO 2022		PROMEDIO 2023		PROMEDIO 2024	
Edad	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**
< 29	16,85	6,44	19,58	7,08	15,89	10,93
30 - 39	79,03	34,77	77,69	40,21	66,78	35,97
40 - 49	161,07	74,33	156,50	68,94	153,51	65,11
50 - 59	131,32	40,06	130,12	46,24	130,74	56,98
> 60	19,67	4,15	22,42	9	24,97	8,48
Total	**407,94**	**159,73**	**406,31**	**171,46**	**391,89**	**177,47**

	DATOS A FECHA 31/12/2022		DATOS A FECHA 31/12/2023		DATOS A FECHA 31/12/2024	
Edad	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**	**Hombre**	**Mujer**
< 29	16	6	20	10	19	13
30 - 39	85	35	79	39	67	38
40 - 49	159	77	157	69	151	68
50 - 59	125	39	125	48	128	55
> 60	19	5	21	9	23	8
Total	**404**	**162**	**402**	**175**	**388**	**182**

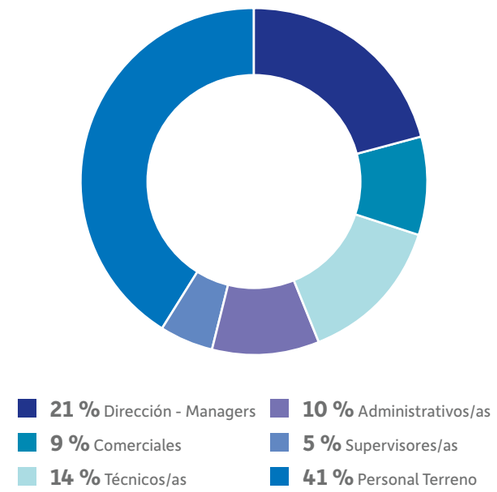
Respecto a la situación demográfica de la empresa se observa una pirámide relativamente equilibrada entre el personal más joven y el de más edad.

La edad media de la plantilla se eleva a 45,85 años, con una diferencia de solo un año entre el promedio de hombres y el de mujeres.



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:



Distribución por clasificación profesional:

COLECTIVOS	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Dirección - Managers	119,81	119,84	122,42
Comerciales	46,67	49,78	52,08
Técnicos/as	59,79	72,10	76,00
Administrativos/as	64,88	61,95	58,71
Supervisores/as	25,92	26,02	25,93
Personal Terreno	250,61	248,07	234,22
Total general	**567,67**	**577,78**	**569,37**

COLECTIVOS	DATOS A FECHA 31/12/2022	DATOS A FECHA 31/12/2023	DATOS A FECHA 31/12/2024
Dirección - Managers	117	120	121
Comerciales	49	51	54
Técnicos/as	65	71	79
Administrativos/as	64	62	59
Supervisores/as	25	26	26
Personal Terreno	246	247	231
Total general	**566**	**577**	**570**

6.1.3. CONTRATACIÓN

Con relación a los modelos de contrato, los datos a cierre del ejercicio 2024 son los siguientes:

DURACIÓN CONTRATO	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
CDD	30,24	22,68	14,31
CDI	537,43	555,09	555,05
Total general	**567,67**	**577,78**	**569,37**

DURACIÓN CONTRATO	DATOS A FECHA 31/12/2022	DATOS A FECHA 31/12/2023	DATOS A FECHA 31/12/2024
CDD	27	23	8
CDI	539	554	562
Total general	**566**	**577**	**570**

CDD: Contrato de Duración Determinada (Los contratos de interinidad representan más del 75 % en el dato promedio y más del 87 % en el dato a 31/12/2024)

CDI: Contrato de Duración Indefinida

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

El número de contrataciones temporales ha descendido respecto al ejercicio 2023, y la mayoría de las contrataciones corresponden a contratos de sustitución de personas trabajadoras que se encuentran en periodos de maternidad, paternidad, incapacidad temporal y vacaciones

6.1.4. 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	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Género	**537,43**	**555,09**	**555,05**
Mujeres	155,24	167,79	173,11
Hombres	382,19	387,31	381,94

CDI	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Género	**539**	**554**	**562**
Mujeres	159	170	180
Hombres	380	384	382

Distribución de contratos indefinidos por edad:

CDI	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Edad	**537,43**	**555,09**	**555,05**
< 29	16,91	19,84	24,45
30 - 39	107,08	107,84	96,26
40 - 49	228,97	221,93	214,77
50 - 59	170,60	175,32	186,26
> 60	13,87	30,16	33,32

CDI	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Edad	**539**	**554**	**562**
< 29	19	24	31
30 - 39	111	108	101
40 - 49	231	223	217
50 - 59	164	171	182
> 60	14	28	31

Distribución de contratos indefinidos por colectivo:

CDI	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Colectivos	**537,43**	**555,09**	**555,05**
Dirección - Managers	116,25	119,36	122,42
Comerciales	45,95	49,78	52,08
Técnicos/as	58,12	70,52	75,53
Administrativos/as	59,61	60,29	57,27
Supervisores	25,00	26,02	25,93
Personal Terreno	232,52	229,02	221,82

CDI	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Colectivos	**539**	**554**	**562**
Dirección - Managers	114	120	121
Comerciales	49	51	54
Técnicos/as	64	70	79
Administrativos/as	59	60	59
Supervisores	25	26	26
Personal Terreno	228	227	223

6.1.5. 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 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Género	**30,24**	**22,68**	**14,31**
Mujeres	4,49	3,67	4,36
Hombres	25,75	19,01	9,95

CDD	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Género	27	23	8
Mujeres	3	5	2
Hombres	24	18	6

Distribución de contratos temporales por edad:

CDD	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Edad	**30,24**	**22,68**	**14,31**
< 29	6,38	6,82	2,37
30 - 39	6,71	10,06	6,49
40 - 49	6,41	3,51	3,86
50 - 59	0,79	1,04	1,46
> 60	9,95	1,25	0,13

CDD	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Edad	**27**	**23**	**8**
< 29	3	6	1
30 - 39	9	10	4
40 - 49	5	3	2
50 - 59	0	2	1
> 60	10	2	-

Distribución de contratos temporales por colectivo:

CDD	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Colectivos	**30,24**	**22,68**	**14,31**
Dirección - Managers	3,57	0,48	-
Comerciales	0,72	-	-
Técnicos/as	1,67	1,49	0,47
Administrativos/as	5,28	1,67	1,44
Supervisores	0,92	-	-
Personal Terreno	18,09	19,05	12,41

CDD	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Colectivos	**27**	**23**	**8**
Dirección - Managers	3	-	-
Comerciales	-	-	-
Técnicos/as	1	1	-
Administrativos/as	5	2	-
Supervisores	-	-	-
Personal Terreno	18	20	8

6.1.6. 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 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Género	**13,04**	**12,26**	**13,93**
Mujeres	3,57	4,49	7,33
Hombres	9,49	7,77	6,61

TIEMPO PARCIAL	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Género	**12**	**14**	**14**
Mujeres	3	7	8
Hombres	9	7	6

CTP: Incluye contratos jubilación parcial 3 mujeres y 5 hombres.

Distribución de contratos a tiempo parcial por edad:

TIEMPO PARCIAL	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Edad	**13,04**	**12,26**	**13,93**
< 29	-	0,04	1,00
30 - 39	-	0,58	1,00
40 - 49	1,92	2,75	2,00
50 - 59	1,23	1,00	2,00
> 60	9,89	7,90	7,93

TIEMPO PARCIAL	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024
Edad	**12**	**14**	**14**
< 29	-	1	1
30 - 39	-	1	1
40 - 49	2	3	2
50 - 59	1	1	2
> 60	9	8	8

Distribución de contratos a tiempo parcial por colectivo:

TIEMPO PARCIAL	PROMEDIO 2022	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024
Colectivos	**13,04**	**12,26**	**13,93**
Dirección - Managers	3,57	3,31	2,75
Administrativos/as	5,34	5,58	7,33
Supervisores	0,92	-	-
Personal Terreno	3,21	3,37	3,86

TIEMPO PARCIAL	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2024
Colectivos	**12**	**14**	**14**
Dirección - Managers	3	3	2
Administrativos/as	5	7	8
Supervisores	-	-	-
Personal Terreno	4	4	4

6.1.7. DESVINCULACIONES

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

Dentro del concepto de desvinculaciones se incluyen las siguientes casuísticas: Extinciones mutuo acuerdo, despidos disciplinarios y despidos causas objetivas con independencia de su calificación posterior.

Distribución de las desvinculaciones por género:

GÉNERO	2022	2023	2024
Mujeres	2	3	2
Hombres	16	16	7
Total	**18**	**19**	**9**

Distribución de las desvinculaciones por edad:

EDAD	2022	2023	2024
< 29	3	1	1
30 - 39	1	3	2
40 - 49	5	7	2
50 - 59	9	8	4
Total	**18**	**19**	**9**

Distribución de las desvinculaciones por colectivos:

COLECTIVOS	2022	2023	2024
Dirección - Managers	2	1	-
Comerciales	1	2	2
Técnicos	1	2	-
Administrativos/as	-	1	1
Supervisores/as	-	1	1
Personal de Terreno	14	12	5
Total	**18**	**19**	**9**

6.1.8. PLAN DE DESARROLLO DEL TALENTO

JCDecaux España promueve el desarrollo de sus colaboradores, impulsando la promoción interna en procesos de selección de nuevas vacantes, generando así un compromiso de las personas trabajadoras, que mejora la productividad y nuestro "Employer branding".

Entre otras acciones, RRHH publica las nuevas vacantes en la Intranet y tablones de anuncios de las diferentes Delegaciones.

En nuestra estrategia de atracción de talento consideramos que el programa de prácticas es una fuente clave de reclutamiento, que permite identificar perfiles con alto potencial.

GÉNERO	2022	2023	2024
Mujeres	6	3	4
Hombres	1	13	8
Total	**7**	**16**	**12**

6.1.9. IGUALDAD RETRIBUTIVA

La brecha salarial, a 31/12/2024, es -0,37 % considerando la media, y -7,12 % considerando la mediana.

BRECHA SALARIAL	2022	2023	2024
Media	-2,39 %	-1,56 %	-0,37 %
Mediana	-11,29 %	-11,76 %	-7,12 %

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

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

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

* Datos considerados: Masa salarial fija a último día del ejercicio.

6.1.10. REMUNERACIÓN

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

Distribución de la remuneración salarial por género:

GÉNERO	PROMEDIO SBA 2022	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024
Mujeres	31.414,53	32.932,29	34.216,74
Hombres	30.679,76	32,425,12	34.091,59

Distribución de la remuneración salarial y evolución por edad:

EDAD	PROMEDIO SBA 2022	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024
20 - 24	19.831,54	22.290,86	22.684,07
25 - 29	21.614,67	23.338,79	24.610,12
30 - 34	26.211,86	28.445,94	27.518,43
35 - 39	26.974,22	28.059,40	30.635,62
40 - 44	30.096,95	33.619,53	34.527,28
45 - 49	30.912,38	32.454,48	33.715,36
50 - 54	34.157,07	32.527,12	34.777,30
55 - 59	34.973,69	38.970,90	38.434,63
60 - 64	43.009,47	42.380,18	48.622,53
> 65	38.909,81	-	-

Distribución de la remuneración salarial y evolución por colectivo:

COLECTIVOS	PROMEDIO SBA 2022	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024
Dirección - Managers	54.208,96	56.068,14	60.445,87
Comerciales	30.637,45	31.053,67	32.733,93
Técnicos	28.637,45	28,865,79	29.891,27
Administrativos	23.300,34	23.442,20	24.231,91
Supervisores	30.900,55	31,933,44	32.804,06
Personal Terreno	22.790,55	23,643,54	24.802,61

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:

Los miembros del Consejo de Administración, excepto el Presidente (varón), conforme se estipula en los estatutos de la Sociedad, no perciben retribución alguna por dichos cargos. El importe de las remuneraciones percibidas por este cargo asciende a un total de 149,29 miles de euros.

Adicionalmente, existen dos varones que ostentan la categoría de alta dirección, cuyas retribuciones ascienden a 1.914,87 miles de euros en 2024. (incluidos conceptos de retribución dineraria fija, retribución variable y retribución en especie).

Durante los ejercicios 2022 a 2024 los Administradores no han devengado retribución alguna por otros conceptos.

Distribución de la remuneración media del Comité de Dirección:

COLECTIVOS	PROMEDIO SBA 2022	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024
Comité de Dirección	110.500,00	117.900,00	123.291,67

*Excluida Alta Dirección

COLECTIVOS	PROMEDIO SBA 2022	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024
Mujeres	115.000,00	122.850,00	128.352,50
Hombres	108.250,00	115.425,00	120.761,25

*Excluida Alta Dirección. Incluidos conceptos de retribución fija y variable.

6.1.11. 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.

6.1.12. 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. Adicionalmente, 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 IntegraiaIAV.

PERSONAS TRABAJADORAS CON DISCAPACIDAD	2022	2023	2024
Nº personas trabajadoras con discapacidad	12	14	12
Promedio 12 meses anteriores	2,42 %	2,21 %	2,09 %

CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO	FACTURACIÓN 2022	FACTURACIÓN 2023	FACTURACIÓN 2024
Sevei Especial Laboral Integració Discapacitats, S.L.	103.548,22 €	107.585,73 €	112.148,92 €
Integraiav, S.L.	277.388,93 €	335.986,12 €	357.993,43 €

La suma de ambas cantidades de facturación (470.142,35 €) supone prácticamente 65 veces el indicador público de renta de efectos públicos (IPREM 2024), 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 21 personas trabajadoras discapacitadas. (3,62 %).

6.2. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

El Convenio Colectivo de JCDecaux España establece para 2024 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.

En lo que se refiere al Registro de Jornada, se han introducido una serie de disposiciones dirigidas a establecer el registro de jornada de trabajo, a los efectos de garantizar el cumplimiento de los límites en materia de jornada y de crear un marco de seguridad jurídica. JCDecaux cuenta con un Sistema Telemático de Registro de Jornada.

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 2024, la tasa media de absentismo en JCDecaux fue:

ABSENTISMO	2022	2023	2024
Nº Horas	51.914,00	58.440,28	53.055,67
% Absentismo promedio	3,98 %	4,88 %	4,38 %

*Incluye IT CC + AT y EP y permisos (retribuidos y no retribuidos).
**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

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.

Conciliación de la vida personal y profesional.

Los profesionales de JCDecaux pueden adaptar la duración y distribución de la jornada de trabajo para hacer efectivo su derecho a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, dentro de las posibilidades que en cada momento disponga la Empresa, siempre y cuando se respete la jornada en cómputo anual, todo ello en los términos y con el alcance previsto en el Convenio Colectivo y normativa laboral de aplicación.

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

1. Jornada intensiva en periodo estival, así como los viernes del resto del año y las vísperas de determinados festivos (Reyes, Semana Santa);
2. Horario flexible diario de hasta una hora respecto al horario oficial de entrada/salida;
3. Proyecto eWorking, mediante el cual aquellas posiciones teletrabajables permiten al empleado/a realizar un día de teletrabajo en su domicilio.
4. Medidas de conciliación y organización horaria y teletrabajo durante las tardes para madres y padres con hijos/as de hasta 14 años.
5. Teletrabajo especial autorizado, posibilidad concedida a las personas trabajadoras de teletrabajar por situaciones personales sobrevenidas En 2024 ha favorecido a 33 personas que han hecho uso de este tipo de teletrabajo durante 204 días laborables.
6. Teletrabajo embarazadas desde el 6º mes. 1 persona en 2024.
7. Licencias retribuidas por encima de lo estipulado en la normativa legal incluidas en el Convenio Colectivo de empresa de JCDecaux España;
8. Formación en horario de trabajo.
9. Jornadas especiales no laborables de Convenio Colectivo (24 y 31 diciembre y el día de la Publicidad).

6.3. SEGURIDAD Y SALUD

6.3.1. POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD

Política de Seguridad y Salud en el Trabajo, con la Healthy & Safety Policy Statement 2023 de Grupo.

6.3.2. CERTIFICACIÓN SGSST

Auditoría renovación de la certificación en base a ISO 45001: realizada en 2024 y obteniendo un resultado favorable en el mantenimiento de la certificación del SGSST en base a la norma ISO 45001 en julio 2024. La validez de la certificación continúa hasta julio de 2027.

6.3.3. LIDERAZGO Y COMPROMISO

Alineados con las políticas de Seguridad y Salud en el Trabajo se han realizado bajo el liderazgo de la Dirección General de JCDecaux España diversas acciones de comunicación y sensibilización:

6.3.4. ACCIONES FORMATIVAS

Con contenido específico en Seguridad y Salud:

	2022	2023	2024
Acciones formativas	841	963	712
Personas formadas	514	498	570
Horas formativas	2.477	2.924	2.680

6.3.5. INDICADORES ACCIDENTES DE TRABAJO

A continuación, se muestran los datos relativos a accidentes, así como los índices de frecuencia, gravedad e incidencia obtenidos en el ejercicio 2024.

Todos los accidentes que han tenido lugar durante el 2024 han sido calificados como leves.

	2022		2023		2024	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Accidentes totales	3	19	2	26	3	27
Sin baja	1	8	2	9	3	9
Con baja	2	11	0	17	0	18
De ellos, in itinere	3	4	2	1	1	4

TASA DE FRECUENCIA	2022	2023	2024
Mujeres	0,00	0,00	0,00
Hombres	10,48	23,58	20,88
Total	**7,70**	**16,49**	**14,31**

*Índice de Frecuencia con baja = Nº accidentes con baja x 1.000.000 / Nº de horas trabajadas

TASA DE GRAVEDAD	2022	2023	2024
Mujeres	0,00	0,00	0,00
Hombres	0,25	0,49	0,54
Total	**0,18**	**0,34**	**0,37**

*Índice de Gravedad = Nº de Jornadas Perdidas x 1.000 / Nº de horas trabajadas

TASA DE INCIDENCIA	2022	2023	2024
Mujeres	0,00	0,00	0,00
Hombres	1,72	3,94	3,83
Total	**1,23**	**2,77**	**2,63**

Índice de Incidencia = Nº de Accidentes x 100 / Nº de trabajadores

	2022	2023	2024
Enfermedades Profesionales	0	0	0

*Nota: Para el cálculo de los Índices de Frecuencia y Gravedad se han descontado los accidentes in itinere.

6.3.6. AUDITORÍA LEGAL DEL SGPRL

La auditoría legal del Servicio de Prevención Propio se realizó en julio de 2024, obteniendo un resultado favorable indicando que el Sistema de PRL es adecuado a la normativa en vigor y eficaz para la gestión de los riesgos de nuestra actividad.

6.3.7. CONSOLIDACIÓN PLAN DE GESTIÓN DE LA EDAD INICIADO EN 2023

Definición de una serie de medidas organizativas, operacionales, etc., orientadas a reducir la "exposición física" del personal operacional mayor de 55 años y la promoción de la salud.

6.3.8. VIGILANCIA DE LA SALUD: PARTICIPACIÓN DE LA PLANTILLA

	2022	2023	2024
Reconocimientos médicos realizados	581	624	565
% Plantilla de se realiza el reconocimiento médico	89 %	97 %	90 %

6.3.9. ELECCIÓN LEMA PREVENTIVO 2024

Concurso interno anual entre empleados para fomentar la concienciación en la prevención de riesgos laborales. La temática ha sido **"Desconexión Digital".** 46 personas presentaron propuesta de lema preventivo.

6.3.10. JCDECAUX + SALUD

En 2024 damos continuidad al proyecto JCDecaux + Salud con las siguientes 4 líneas de actuación:

- Seguridad y salud.
- Bienestar físico.
- Bienestar emocional.
- Participación social.

En cuanto a la participación voluntaria en programas JCDecaux + Salud:

- El 28 % de la plantilla ha participado en alguna actividad de las propuestas.
- El 13 % de la plantilla ha participado en más de una actividad.

Programa de Ayuda Psicoemocional al Empleado (PAE) se trata de un servicio *on line* de atención psicoemocional disponible para el 100 % de la plantilla desde julio de 2023. En 2024 el porcentaje de la plantilla que ha utilizado este servicio es del 3,17 %.

6.4. RELACIÓN CON LAS PERSONAS TRABAJADORAS

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 JCDecaux 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 JCDecaux 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. El 100 % de la plantilla se encuentra cubierta por el convenio colectivo de JCDecaux, con la única excepción de los Consejeros y 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.

JCDecaux 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, ….

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

1. Buzones online y físicos accesibles para la totalidad de la plantilla (Canal de denuncias, Igualdad, Seguridad y Salud).
2. Consultas masivas a colaboradores y su posterior análisis (Encuesta evaluación riesgos psicosociales, encuesta satisfacción eWorking, encuesta anual sobre promoción de la Salud…).
3. Representación legal de los trabajadores, Comisión Paritaria, Comisión Igualdad, Comités de Salud y Seguridad y delegados de PRL.

6.5. FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

6.5.1. DESARROLLO DE LAS PERSONAS TRABAJADORAS

En 2024 se diseñó un Plan de Formación Anual obedeciendo a los 3 ejes formativos fundamentales: Formación Técnica, Formación en Habilidades y Formación Legal o reglamentaria; su configuración 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 fueron los siguientes:

- Continuar potenciando la formación en idiomas dado el crecimiento de los proyectos a trabajar con los departamentos corporativos, y también como fórmula de autodesarrollo gracias a la nueva licencia corporativa que ha permitido que todas las personas trabajadoras tengan acceso a formación de Idiomas mediante nuestra plataforma e-learning JCDecaux Academy.
- Fomentar el autodesarrollo mediante nuestra plataforma e-learning JCDecaux + Formación, impulsando su contenido formativo de diferentes categorías: Habilidades, Competencias digitales, Bienestar, Productividad, Comunicación, etc., ligándolo con otros proyectos formativos.
- Continuar proyecto de formación en Management, realizando formaciones individualizadas de cara a desarrollar aquellas competencias ligadas a Liderazgo y Gestión de equipos mediante metodologías concretas.
- Impartición de formación en materia de Igualdad para el colectivo de Terreno.
- Impartición de formación en materia de Compliance Penal para el colectivo de Terreno.
- Formaciones técnicas específicas para la profesionalización y actualización de los mismos.

Por otro lado, con respecto a la modalidad en la que se realizaron las formaciones durante 2024, cabe destacar que, además de seguir impulsando la formación virtual o en "streaming", con la que podemos llegar a formar a empleados/as de otros centros, hemos realizado algunos proyectos en modalidad blended, lo cual facilita la logística tanto de alumnos/as como de la formación en sí.

Nuestras acciones

Como resumen de lo indicado en los párrafos anteriores, los grandes hitos realizados en materia formativa durante 2024 son los siguientes:

- **Formación Técnica:** Ofimática (Excel, Power BI, Power point,etc.), Idiomas, SQL, Fotografía, Desing thinking, Compensación y beneficios, Selección de perfiles IT, Porgramática, Tesorería, SAP, Gestión de proyectos, Inteligencia artificial, etc.
- **Formación en Habilidades:** Proyecto formación de Management, Formación de formadores, Presentaciones eficaces, Talleres de bienestar psicoemocional.
- **Formación Legal o Reglamentaria:** Renovación del permiso CAP, formación Legal específica PRL (formación específica de puesto, formación riesgo eléctrico, Capacitación para el desempeño de funciones de PRL de nivel básico, etc.), Sensibilización en materia de Igualdad, Compliance Penal y Riesgos al aplicar la IA.

Indicadores

	2022	2023	2024
Horas totales de formación	11.295	15.662	13.865
Total personas formadas	568	601	585
Horas de formación por persona	19,89	26,05	23,70

HORAS DE FORMACIÓN	2022	2023	2024
Dirección - Managers	3.387	4.634	5.025
Comerciales	1.481	1.017	828
Técnicos	2.793	3.321	3.601
Administrativos	1.486	2.179	1.140
Supervisores	672	604	207
Personal Terreno	1.476	3.907	3.066
Total	**11.295**	**15.662**	**13.865**

*Se incluye dentro de la categoría de administrativo la formación recibida por las personas en modalidad de beca.

6.6. ACCESIBILIDAD PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Existen medidas técnicas implantadas que favorecer la integración de personal con capacidades restringidas, y que se materializan por ejemplo en baños adaptados, ascensor en servicios centrales 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.

CHARTE 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 de 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

JCDecaux es una empresa comprometida con la sociedad cuyos valores primordiales, más allá de la sostenibilidad y calidad, se asientan en el esfuerzo y la responsabilidad social, apostando por una cultura donde los/as profesionales puedan desarrollarse en un entorno de Igualdad.

En el ejercicio 2023 se firmó el II Plan de Igualdad de JCDecaux España, que ha sido debidamente inscrito en el Registro y Depósito de Convenios colectivos, Acuerdos Colectivos de Trabajo y Planes de Igualdad del Ministerio de Trabajo y Economía Social. La vigencia de este es de cuatro años.

Complementan este Plan de Igualdad los siguientes protocolos, elaborados y actualizados durante este ejercicio:

- Protocolo de Violencia de género y ayuda a la víctima.
- Protocolo de acoso sexual, por razón de sexo y conductas que atenten contra la diversidad sexual de las personas.
- Guía Comunicación incluyente y no sexista.

El presente Plan de Igualdad se caracteriza por ser transversal y dinámico, previene la discriminación y corrobora el compromiso de la Empresa por garantizar la igualdad de derechos, sin distinción por motivos de raza, sexo, idioma, procedencia, religión u otros factores. A su vez previene la brecha salarial, mediante un seguimiento periódico de las retribuciones con perspectiva de género y responde a la necesidad de seguir implementando las medidas que se consideren necesarias para avanzar en la consecución de la plena Igualdad entre mujeres y hombres en el seno de la Empresa, estableciendo los mecanismos necesarios.

Dicho plan se complementa con dos importantes certificaciones de AENOR:

- Certificado del Sistema de Gestión de la Igualdad de Género.
- Certificado del Sistema de Gestión Igualdad Retributiva de Género.

Que representan un reconocimiento a la labor desarrollada en este ámbito y que avala que se está trabajando en el camino hacia una mayor igualdad de género basado en datos y análisis correctos, que otorgará mayor visibilidad del compromiso en pro de la igualdad de género y del talento femenino y masculino.

En 2024 hemos superado con éxito la auditoria anual de AENOR relativa a los dos sistemas de gestión mencionados, obteniendo un resultado positivo que reafirma la solidez de nuestras políticas y acciones en esta materia.

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 2024 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 centros especiales de empleo.

En el ejercicio 2024 la Compañía ha certificado una facturación con los Centros Especiales de Empleo equivalente a 21 personas con discapacidad, lo que unido a contratación directa en plantilla sitúa a JCDecaux España en 5,71 %, 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. 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 todos 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 platilla 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 2023 se recibió una (1) reclamación relacionada a la Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales, a través de nuestro Sistema Interno de Información. La misma fue tramitada dentro del plazo y cumpliendo los parámetros establecidos en la recién entrada en vigor Ley 2/2023 de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción. Tras el análisis exhaustivo de todas las informaciones, JCDecaux en España concluyó que la comunicación fue una represalia del informante. No se tiene constancia de ninguna demanda judicial instada a raíz de esta comunicación.

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

El Grupo JCDecaux ha implementado medidas de vigilancia y control para cumplir con las disposiciones de las leyes francesas Sapin II y Deber de Vigilancia, que son aplicables tanto a la casa matriz como a sus filiales en todo el mundo. Estas medidas incluyen la creación de modelos de prevención de la corrupción y procedimientos de debida diligencia destinados a identificar riesgos y evitar violaciones graves de los derechos humanos, las libertades fundamentales, la salud, la seguridad humana y el medio ambiente. Además, se ha establecido un mecanismo de alerta que permite a todos los trabajadores y grupos de interés reportar posibles incumplimientos.

Principales Medidas

1. **Política interna de firma de contratos cualificados y no cualificados:** JCDecaux España ha establecido una política interna para prevenir el blanqueo de capitales. Esta política exige que todos los contratos sean firmados por dos personas de la filial y especifica, según el tipo de contrato, quiénes son los responsables autorizados para firmarlo.
2. **Manual de Control Interno:** El Grupo JCDecaux ha creado un Manual de Control Interno que define los procedimientos contables y financieros. Este documento detalla los procesos seguidos en el Grupo en áreas como pedidos, órdenes de compra, inventario, activos fijos, recursos humanos, tesorería, licitaciones, patrimonio, tecnología de la información, y reportes financieros y presupuestarios.
3. **Protocolo de Gestión de Campañas Publicitarias:** JCDecaux en España ha desarrollado un procedimiento específico para la fijación de campañas publicitarias sensibles. Este protocolo establece las acciones, evaluaciones y aprobaciones necesarias por parte de la dirección para este tipo de campañas.
4. **Formación virtual:** Todas las nuevas incorporaciones deben completar la formación virtual titulada "Principios éticos, sociales y relación con los proveedores", disponible en la plataforma de formación del Grupo, JCDecaux Academy.
5. **Referentes de Compliance:** se anunció la creación de una red de Referentes de Compliance (Responsables de Cumplimiento), a nivel mundial, para reforzar nuestra organización y garantizar que cumplimos nuestras obligaciones en materia de anticorrupción y Responsabilidad Social Corporativa (RSC).
6. **Procedimiento interno cuestionarios de compliance:** El Grupo JCDecaux ha elaborado un procedimiento para definir las normas aplicables a la recogida y tratamiento de los cuestionarios de compliance recibidos de terceros (clientes, proveedores, socios, etc.).
7. **Procedimiento Grupo para la Contratación y Gestión de Lobistas:** El Grupo JCDecaux ha publicado un Procedimiento para la Contratación y Gestión de Lobistas, el cual establece los pasos a seguir para contratar un intermediario.

Sistema Interno de Información

La filial española ha implantado la plataforma de irregularidades denominada "Whispli" (en adelante: "Whispli" o "Plataforma"), para comunicar cualquier situación conforme lo dispuesto en la Ley española 2/2023, de 20 de febrero, reguladora de la protección de las personas que informen sobre infracciones normativas y de lucha contra la corrupción. Mediante esta Plataforma también se puede comunicar cualquier situación de violación de las Reglas Éticas Fundamentales establecidas por la Carta de Ética del Grupo JCDecaux en España relativas a hechos de corrupción o de tráfico de influencias.

JCDecaux garantiza los principios de independencia y autonomía en la recepción y tratamiento de la información sobre las infracciones. Asimismo, se garantiza la exhaustividad, integridad y confidencialidad de la información, así como impedir el acceso a la información por el personal no autorizado. JCDecaux garantiza que se permita un almacenamiento duradero de la información, de acuerdo con los criterios legales establecidos, respetando las disposiciones sobre protección de datos personales siguiendo lo dispuesto en la Ley 2/2023.

Asimismo, y en aras de cumplir con lo dispuesto en la Ley 2/2023 sobre la centralización de buzones, se ha creado una dirección de correo electrónico denominada: quejasyreclamaciones@jcdecaux.com , la cual tiene como objeto recibir y gestionar todas las quejas y reclamaciones que se puedan recibir por terceros en el ámbito del día a día de las operaciones del negocio.

En 2024 no se recibió ninguna reclamación en nuestro Sistema Interno de Información.

6.9.2. SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPLIANCE PENAL EN JCDECAUX ESPAÑA.

Con la aprobación de la Ley Orgánica 5/2010, que modificó la Ley Orgánica 10/1995, se introdujeron los delitos aplicables a las personas jurídicas y sus requisitos. Esta normativa fue posteriormente reformada por la Ley Orgánica 1/2015, del 30 de marzo, que actualizó nuevamente la Ley Orgánica 10/1995 del Código Penal, estableciendo medidas de vigilancia y control para prevenir y detectar infracciones, como base para atenuar la responsabilidad penal.

En este contexto, y desde la entrada en vigor de estas disposiciones, JCDecaux en España optó de manera voluntaria por implementar un Modelo de Prevención de Delitos. Este modelo tiene como objetivo fortalecer su cultura de cumplimiento mediante la identificación y gestión proactiva de riesgos penales.

Para mejorar aún más su cultura de cumplimiento, la filial española ha decidido aplicar la norma UNE 19601:2017, con el objetivo de diseñar y evaluar un Sistema de Gestión de Compliance Penal (en adelante: "SGCP"); el cual, en el año 2024, ha sido certificado por una entidad certificadora externa.

Principales medidas

1. **Matriz de Riesgos Penales:** JCDecaux España ha desarrollado una matriz de riesgos penales en la que se identifican los delitos penales a los que la empresa, como persona jurídica, podría estar expuesta.
2. **Política de Compliance Penal:** Esta política tiene como objetivo fomentar una cultura de cumplimiento en JCDecaux en España, reflejar su ética corporativa, fortalecer sus mecanismos de control y garantizar que no se toleren actos ilícitos penales, ya sea directa o indirectamente, por parte de empleados o cualquier persona vinculada a la empresa.
3. **Política Anticorrupción:** A través de esta política, JCDecaux en España establece normas y directrices que todos sus representantes, empleados y socios comerciales deben seguir en el marco de sus actividades. Su propósito es promover los principios de la Carta Ética del Grupo JCDecaux y asegurar el cumplimiento de las normativas de prevención y lucha contra la corrupción.
4. **Política de Regalos, Donaciones e Invitaciones:** Esta política detalla aspectos específicos de la Carta Ética del Grupo JCDecaux, como las normas sobre donaciones, regalos, invitaciones a funcionarios públicos, clientes y proveedores, así como el patrocinio de eventos.
5. **Política de Conflicto de Interés:** El objetivo de esta política es evitar que los intereses personales de los empleados de JCDecaux en España interfieran en su desempeño laboral, asegurando que no se obtengan beneficios personales, profesionales o políticos que perjudiquen a la empresa.
6. **Comité de Cumplimiento:** De acuerdo con el Artículo 31 bis de la Ley Orgánica 1/2015, el Consejo de Administración de una persona jurídica es responsable de implementar un Modelo de Prevención y Detección de Delitos que incluya medidas de vigilancia y control efectivas para prevenir infracciones o reducir significativamente el riesgo de su comisión. Además, la ley establece que este modelo debe ser supervisado por un órgano con autonomía para iniciativas y controles, o que tenga la función legal de supervisar la eficacia de los controles internos. En línea con esto, y considerando la actividad y estructura de JCDecaux, se ha designado un Comité de Cumplimiento como el Órgano Supervisor de la Sociedad en España (Órgano de Compliance Penal).
7. **Formación:** durante el mes de junio se impartió una formación sobre la Política de Compliance Penal a todo el personal que reporta directamente a un director de departamento, por su poder de toma de decisión. Asimismo, durante el mes de noviembre de 2024 se impartieron formaciones sobre los riesgos de la Inteligencia Artificial a toda la plantilla.
8. **Política Gestión Sistema Interno de Información:** JCDecaux ha publicado para todos los trabajadores su Política de Gestión de Sistema Interno de Información. Mediante esta política JCDecaux establece criterios, procedimientos y responsabilidades a ser seguidos ante hechos comunicados a través de los Sistemas internos de información.
9. **Procedimiento Gestión Sistema Interno de Información:** A través del presente Procedimiento, queda expresamente establecido cómo gestionar la información recibida, qué decisiones se deberían adoptar y qué proceso de investigación se debería llevar a cabo desde la eventualidad de un procedimiento penal dirigido contra la Compañía o contra alguno de sus representantes.
10. **Procedimiento Investigaciones Internas:** con este procedimiento se regulan los órganos que dentro de la organización pueden llevar a cabo una investigación interna, los derechos, garantías y obligaciones de los investigados y el procedimiento general para realizar la investigación interna. JCDecaux ha publicado para todos los trabajadores su Procedimiento de Investigaciones Internas.

07

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.)

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

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 y proporcionan servicios vinculados al desarrollo intrínseco de la actividad.

JCDecaux trabaja con más de 1.000 proveedores y subcontratistas en España, de los cuales, 37 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.

Para todos estos proveedores clave se ha elaborado un cuestionario para establecer mecanismo de monitoreo en relación con criterios de sostenibilidad, que se toma en cuenta ponderado en las tabulaciones de nuevos trabajos o proyectos como criterio de selección final.

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, cuyo compromiso adquieren con la firma del Código de Ética.
- Formación y capacitación: Las personas que integran el departamento de compras de JCDecaux, reciben formación de forma continua en la aplicación de criterios de sostenibilidad en los procesos de compra y subcontratación. Mediante la participación en congresos, seminarios y formaciones específicas, se les proporciona conocimientos y competencias que les permitan identificar proveedores más sostenibles.
- Seguimiento y evaluación del desempeño: Anualmente se lleva a cabo un seguimiento y evaluación del desempeño de los proveedores en términos de sostenibilidad.

Atención a las necesidades y preocupaciones: Identificar y abordar las necesidades, preocupaciones y expectativas de los proveedores involucrados en los procesos de producción, adaptando y aportando prácticas de colaboración.

Trabajamos en establecer criterios de monitoreo y segmentación de los proveedores que nos permitirán medir y categorizar las acciones de éstos respecto a criterios de sostenibilidad, como y cuando se implementan, planes de mejora, análisis y seguimiento de los indicadores asociados.

JCDecaux apuesta, siempre que sea posible, por proveedores locales y regionales, lo que contribuye a reducir la huella de carbono procedente de los procesos de compras y logística, e igualmente a desarrollar un mayor control en el origen de los materiales y en los procesos de producción sostenible.

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 actualizaciones posteriores. 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	2024	COMENTARIOS Y PRÓXIMOS PASOS
Evaluación anual del 100 % de los principales proveedores	% de principales proveedores que han sido evaluados	100 %	Incluir aspectos de ponderación relacionados con criterios de sostenibilidad para todos los proveedores con los que se vayan a realizar trabajos y proyectos de cierta índole

7.2. FORTALECER EL COMPROMISO DE LOS EMPLEADOS CON EL DESARROLLO SOSTENIBLE

7.2.1. 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:

ecodecaux

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

Adicionalmente, en 2024 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 desarrollas 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. 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 sustenta en la excelencia reconocida de sus productos y servicios, así como en su habilidad para entender y adelantarse a las demandas de los ayuntamientos, las autoridades locales y las empresas de transporte. Nuestra meta es proporcionarles soluciones innovadoras y de alto nivel que respalden sus estrategias de desarrollo sostenible y resiliencia. En 2024, este compromiso sigue siendo una prioridad, asegurando que nuestras ofertas estén alineadas con las necesidades actuales y futuras de nuestros socios.

Mejorar la calidad de vida en las áreas urbanas y en el transporte público es un objetivo compartido por los usuarios de los espacios públicos, las autoridades locales, los proveedores de transporte y todos los agentes económicos. Este propósito sigue siendo uno de nuestros compromisos a largo plazo y el núcleo central de nuestro modelo de negocio: diseñar soluciones duraderas que se adapten a la evolución de las ciudades. Desde marquesinas de autobús hasta sistemas de bicicletas de libre acceso, pasando por aseos públicos automatizados y el mantenimiento inteligente de dispositivos conectados, JCDecaux anticipa y analiza las nuevas dimensiones que enriquecerán los espacios urbanos, contribuyendo a crear ciudades más abiertas, conectadas e inteligentes.

En 2024, el Grupo JCDecaux continúa trabajando al servicio de las ciudades sostenibles e inteligentes, así como de los servicios de movilidad, esforzándose por:

DESARROLLAR HERRAMIENTAS Y SERVICIOS INNOVADORES PARA LAS CIUDADES Y SUS HABITANTES

NUESTROS COMPROMISOS

- Crear servicios publicitarios que beneficien tanto a las ciudades como a sus habitantes, destinando espacios específicos en nuestro mobiliario urbano para las necesidades comunicativas de los municipios:
  - Proporcionar información pública, como mapas y comunicaciones oficiales.
  - Ofrecer actualizaciones en tiempo real a través de soportes digitales, como horarios de transporte público.
- Promover eventos municipales y culturales, tanto en las ciudades como en sus áreas circundantes, utilizando nuestros soportes publicitarios para darles visibilidad.

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

NUESTROS COMPROMISOS

- Crear mobiliario urbano universal y adaptado, asegurando que nuestros productos y servicios sean accesibles para personas con discapacidad.
- Promover un entorno más cómodo y acogedor incorporando asientos en el mobiliario urbano siempre que sea posible.

PROGRESOS

  - Facilitar un mayor acceso a Internet y fomentar la inclusión digital mediante la instalación de Small Cells y puntos de conexión wifi.
  - Ofrecer acceso a nuevos servicios locales a través de nuestras marquesinas.
  - Instalación de "marquesinas refrescantes", primera marquesina que ofrece un sistema de refrigeración para el bienestar de los viajeros en periodos de intenso calor.
  - Soluciones tecnológicas útiles e innovadoras, como antenas y sensores medioambientales.
- Implementar servicios específicos para personas con discapacidad:
  - Sistemas de avisos orales activados por voz y etiquetas en relieve para apoyar a personas con discapacidad visual.

HACER LAS CIUDADES MÁS AGRADABLES

NUESTROS COMPROMISOS

- Desarrollar mobiliario urbano innovador y estéticamente atractivo, trabajando en colaboración con diseñadores de renombre como Marc Aurel, Philippe Starck, Patrick Jouin y Norman Foster.
- Buscar reducir la saturación visual en los espacios urbanos mediante la instalación de nuestro mobiliario en ubicaciones estratégicas y limitadas, utilizando paneles deslizantes y pantallas digitales para optimizar el uso del espacio.

PROGRESOS

- Implementar medidas para prevenir el vandalismo, como el uso de barnices protectores, decoraciones en relieve y láminas resistentes a actos vandálicos.

Proteger el medio ambiente y apostar por ciudades sostenibles.

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

NUESTROS COMPROMISOS

- Promover el uso del transporte público a través de la instalación de marquesinas de autobús funcionales y atractivas.

PROGRESOS

- Incorporar mobiliario urbano diseñado para la recogida selectiva de residuos, como pilas, vidrio o papel.
- Diseñar mobiliario urbano con una huella de carbono reducida, utilizando materiales naturales y optimizando el consumo eléctrico.

DISMINUIR LA HUELLA AMBIENTAL DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

NUESTROS COMPROMISOS

- Integrar iluminación LED como estándar en el mobiliario urbano analógico, tanto en nuevos contratos como en renovaciones.
- Combatir la obsolescencia mediante la creación de mobiliario urbano duradero, capaz de ser reutilizado múltiples veces y con una vida útil de hasta 30 años, gracias a la alta calidad de los materiales empleados.
- Impulsar criterios de ecodiseño y economía circular en el desarrollo de los diferentes modelos de mobiliario urbano.

PROGRESOS

- Implementar sistemas de apagado nocturno o regulación de la intensidad lumínica en el mobiliario urbano para reducir el consumo energético.
- Incorporar sistemas de regulación de luz en pantallas digitales, ajustando el brillo según las condiciones de luz ambiental, lo que disminuye significativamente el consumo de energía.
- Desarrollar soluciones que funcionen con energía solar, integrando paneles fotovoltaicos en el mobiliario urbano, como ya se ha hecho en ciudades como Murcia y Bilbao.
- Utilización de producto fotocatalítico sobre los techos y/o cristales de marquesinas, que utiliza la luz para purificar el aire y reducir la contaminación ambiental.

La creación de soluciones de movilidad para ciudades inteligentes y sostenibles no solo depende de la colaboración entre entidades públicas y privadas, sino también de la cooperación entre empresas, especialmente entre grandes corporaciones y start-ups. Por este motivo, el Grupo JCDecaux respalda e invierte en empresas emergentes innovadoras, tanto francesas como internacionales, como parte de su estrategia para fomentar la innovación y promover el espíritu emprendedor.

7.4. RELACIONES CON ANUNCIANTES

Hoy en día, la relación entre los anunciantes y la comunicación es más crucial que nunca, y el medio exterior se posiciona como un actor fundamental en este proceso. La cobertura y audiencia alcanzadas a través de un medio no invasivo, que respeta el espacio personal en los distintos entornos cotidianos, nos consolidan como uno de los medios con mayor crecimiento en 2024. Este crecimiento se ha visto impulsado, en gran medida, por la irrupción de la tecnología digital, que ha potenciado el medio durante los últimos cinco años.

Las previsiones de crecimiento en España son ligeramente superiores a la media de la Zona Euro, aunque en un contexto de inflación que supera los límites habituales de las últimas décadas y dentro de un entorno macroeconómico volátil. Esto nos mantiene cautos al prever dicho crecimiento, pero también esperanzados con el desarrollo del año en curso.

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

La transversalidad de nuestra oferta, con presencia en todas las categorías de productos del medio OOH (Out-of-Home), nos permite ofrecer soluciones multiformato y multientorno que responden a las diversas necesidades de comunicación de nuestros anunciantes. Desde campañas de gran cobertura nacional hasta impactos más selectivos o de proximidad, diseñados de manera ad-hoc. Todo ello respaldado por una estructura comercial transversal, cuyo objetivo es atender cada una de las necesidades de nuestros clientes a través de los distintos entornos que ofrece JCDecaux, cubriendo así el "Customer Journey" del consumidor a lo largo de sus movimientos diarios.

En JCDecaux, apostamos por la DATA para crear productos que optimicen los resultados de nuestros anunciantes. En esta línea, hemos incorporado partners que, a través de tecnología móvil, añaden valor a cada una de nuestras caras publicitarias, permitiéndonos seleccionar aquellas que mejor se adapten a las necesidades de nuestros clientes. Además, la convergencia entre nuestros soportes y el móvil permite a los anunciantes lograr un doble impacto en la audiencia, incrementando la efectividad de las campañas y siguiendo al consumidor, de manera anonimizada, hasta el punto de venta, aportando así nuevos KPIs de campaña.

La omnicanalidad nos ha permitido demostrar cómo mejoran las ratios de conversión del OOH en comparación con la compra de canales de manera independiente, siendo más eficientes en el contacto con la audiencia y reforzando la eficacia de las estrategias publicitarias.

Desde JCDecaux, continuamos impulsando la digitalización e innovación de nuestras ciudades. Durante 2024, hemos incorporado ciudades como Zaragoza, Pamplona y Valladolid Port Olímpic, entre otras, a nuestra cartera de soportes digitales, sumándose así a nuestra extensa red digital nacional ya presente en las principales ciudades españolas. Además, en entornos como el metro de Madrid, JCDecaux ha dado un paso innovador y transformador, digitalizando casi el 100 % de su oferta, lo que proporciona tanto a los usuarios del metro como al propio entorno una imagen moderna y acorde a las expectativas actuales.

Nuestra oferta digital, gestionada a través de la plataforma VIOOH, nos permite optimizar el uso de nuestra red digital en todas sus fases: desde la planificación y la adaptación de contenidos según el momento, hasta la reciente integración en el entorno de compraventa programática. Esta evolución refleja el avance que está transformando el sector de la publicidad exterior.

La combinación de DATA y la plataforma VIOOH en nuestros soportes urbanos y entornos específicos nos permite trabajar de manera más eficiente en la transmisión de mensajes, optimizando tanto el público objetivo como la inversión de los anunciantes. Tanto el nuevo entorno programático como la segmentación basada en datos abren nuevas posibilidades para nuestros clientes, ofreciendo soluciones más flexibles, directas y optimizadas para conectar con una audiencia cada vez más digitalizada y conectada.

En resumen, toda la oferta comercial de JCDecaux está diseñada para responder a las necesidades de nuestros anunciantes, colocándolos en el centro de nuestra estrategia. Escuchamos sus demandas y nos adaptamos a un entorno en constante cambio, con el objetivo de impactar al nuevo consumidor de la manera más efectiva y relevante posible.

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

La presencia internacional de JCDecaux, extendida a los cinco continentes (en más de 80 países, 3.894 ciudades y con 1.091.811 paneles), ofrece a nuestros anunciantes nacionales e internacionales la oportunidad de acceder a una red global presente en las principales ciudades del mundo. Esta red permite maximizar su potencial en distintos mercados, ayudando a las marcas a optimizar la planificación de sus campañas. Contamos con herramientas avanzadas de marketing e investigación que nos permiten destacar el valor del medio OOH en todos los mercados.

Además, JCDecaux España cuenta con el respaldo internacional de DATA CORP, un equipo multidisciplinar compuesto por expertos en Big Data, análisis e ingenieros tecnológicos. Este equipo trabaja para acelerar la transformación digital del medio OOH, desarrollando una estrategia global que permite recopilar, analizar, modelar y explotar datos a través de productos y servicios innovadores.

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 tanto a nivel local como nacional e internacional. El medio exterior, con su fuerza, visibilidad y capacidad de impacto, desempeña un papel clave en la transmisión de contenidos publicitarios que las marcas necesitan para alcanzar sus objetivos económicos, acelerando así el flujo de las economías en los distintos mercados.

Una de las grandes ventajas del medio exterior es su capacidad para impulsar las economías locales en las ciudades donde opera. Gracias a la granularidad de su oferta, puede cubrir desde las necesidades de un cliente que requiere un soporte direccional hasta aquellas de mayor envergadura que buscan presencia en toda una ciudad, a nivel regional o incluso nacional. Esta versatilidad lo convierte en una herramienta esencial para el crecimiento y la dinamización económica.

7.4.3. (SIH) SALES INTELLIGENCE HUB: SISTEMA DE INTELIGENCIA DE VENTAS

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

¿Qué es SIH? ¿En qué consiste?

Este enfoque metodológico de acercamiento al mercado busca optimizar el desempeño, la integración y el compromiso de los equipos comerciales.

Herramientas a través de las que trabaja

Un conjunto de herramientas eficaces para llevar a cabo la gestión comercial, que abarca cuatro áreas clave. Esto nos permite monitorear, analizar y evaluar el desempeño de las actividades comerciales en los diversos entornos donde operamos.

PURCHASE FUNNEL

Busca orientar el servicio a lo largo del proceso de toma de decisiones, hoy día un funnel de compra cada vez más complejo debido a los distintos modelos / entornos existentes y la necesidad de siempre alcanzar el ROI sobre cada euro invertido que obliga por responsabilidad a un proceso difícil.

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.

- **Clientes Estratégicos:** Fieles al entorno 80 % de la facturación.
- **Clientes ICEBERG:** Inversión reducida, con una fuerte inversión en otros medios.
- **Clientes Inactivos:** Sin inversión en el último año.
- **Clientes Prospect target:** Sin inversión actual, susceptibles de incorporarse a la cartera. Sobre una base general de potenciales clientes, se van definiendo los que consideramos con mayor potencial en base a su mix de medios actual.

CICLO DE VENTA

Proceso cíclico de 7 etapas para acciones comerciales aplicadas a 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

Evalúa la eficiencia comercial y detecta áreas potenciales de mejora. Se establecen objetivos medibles agrupados en tres categorías principales:

- **Experiencia técnica**: Conocimiento del mercado y productos, colaboración entre ventas y marketing, y rendimiento (Yield).
- **Eficiencia operativa**: Gestión de ventas, procesos comerciales y cobertura de mercado.
- **Inteligencia emocional**: Estado mental, comportamiento y habilidades de coaching.

7.5. RELACIONES CON LOS USUARIOS

JCDecaux tiene como objetivo proporcionar a las ciudades soportes publicitarios que enriquezcan el entorno urbano y beneficien a sus ciudadanos, siendo fundamental la relación y el uso que estos tengan con nuestros soportes. Por ello, es esencial garantizar el cumplimiento de toda la normativa vigente, desde la seguridad de nuestras instalaciones hasta el control de los contenidos publicitarios que se exhiben.

Para asegurar este último aspecto, JCDecaux ha establecido un procedimiento de control y revisión de cada pieza publicitaria, en el que participan diversas áreas de la empresa. Este proceso permite garantizar que la comunicación de nuestros anunciantes se ajuste a las normativas jurídicas aplicables en cada ciudad y para cada sector o categoría de producto, asegurando un entorno contextual seguro y conforme a la ley.

7.5.1. SEGURIDAD Y SALUD DE LOS USUARIOS

En el proceso de diseño de nuestros productos y servicio, JCDecaux prioriza en todas sus etapas la seguridad y la salud tanto de los empleados como de los usuarios finales. Por ejemplo, la utilización de vidrios laminados en nuestros soportes publicitarios, evitan que, en caso de rotura, los cristales puedan causar daños a las personas.

Además, en el diseño de nuestro mobiliario, se incorporan múltiples elementos que garantizan la seguridad, como por ejemplo, el uso de materiales resistentes y no cortantes en las estructuras o el uso de bordes redondeados para minimizar el riesgo de lesiones. También se implementan sistemas de fijación robustos y seguros, que evitan desprendimientos o movimientos inesperados de los componentes.

La reputación de JCDecaux se fundamenta en la excelencia de sus servicios y equipos, un valor esencial para el Grupo. Para garantizar esta calidad, JCDecaux se encuentra certificado bajo las normas ISO 9001 e ISO 14001. Estas certificaciones aseguran que los productos cumplen con los más altos estándares de accesibilidad, seguridad y todas las autorizaciones requeridas. Tras la instalación de cualquier elemento de mobiliario, se realizan inspecciones periódicas in situ, junto con controles más exhaustivos y sistemáticos de las instalaciones eléctricas en intervalos definidos.

En el caso de los sistemas de bicicletas de libre acceso, estas son revisadas, mantenidas y limpiadas diariamente por técnicos especializados, siguiendo los horarios y condiciones establecidos en cada contrato. Cuando es necesario, las bicicletas se reparan en talleres especializados por mecánicos expertos. Como medida preventiva, los frenos, cables y fundas se reemplazan cada 24 meses. Además, cada bicicleta que pasa por el taller recibe un reset y lubricación de los cables de frenos, mientras que las cubiertas y los cables de frenos se revisan y sustituyen según sea necesario. Estas tareas son realizadas por mecánicos y técnicos formados en el taller Cyclocity de JCDecaux. Paralelamente, JCDecaux lleva a cabo campañas de sensibilización sobre seguridad vial dirigidas a los usuarios de los sistemas de bicicletas autoservicio.

Adicionalmente, en las Condiciones Generales de Contratación, que todos los usuarios deben aceptar, se establecen las siguientes exigencias:

- Utilizar la bicicleta de acuerdo con las normas de circulación, prestando especial atención a la prohibición de conducir bajo los efectos del alcohol o drogas.
- Evitar un uso inapropiado de la bicicleta, como su manipulación, empleo en terrenos o condiciones inadecuadas, o cualquier acción que pueda dañar la bicicleta o poner en riesgo la seguridad del usuario o de terceros.
- Se recomienda el uso de casco y chaleco reflectante debidamente homologados.
- En algunas ciudades, como Sevilla, los usuarios tienen la opción de contratar un seguro de Responsabilidad Civil y Accidentes. En Valencia, este seguro está incluido desde el momento del alta como usuario.

7.5.2. CONTROL DEL CONTENIDO PUBLICITARIO

JCDecaux, como empresa líder en el sector de la publicidad exterior, tiene la responsabilidad de supervisar y garantizar que el contenido de las creatividades y anuncios exhibidos en todos sus soportes publicitarios (ya sean convencionales o digitales, independientemente de su formato o medio) cumpla con la legislación publicitaria y demás normativas aplicables, ya sean de ámbito nacional, autonómico o local.

En Septiembre de 2023, el Grupo JCDecaux publicó un nuevo documento titulado *"Código de Conducta de Comunicación Exterior"*, que define las directrices generales que deben seguir los contenidos de las campañas publicitarias al ser exhibidos en todos los soportes publicitarios de JCDecaux a nivel internacional. Este código especifica los principios que deben respetarse durante la exposición de cada campaña.

Además, JCDecaux en España ha implementado un *"Protocolo de Gestión de Campañas Publicitarias"*, que establece los criterios, procedimientos y responsabilidades que todos los empleados deben seguir para gestionar la aprobación, modificación o rechazo de campañas que, por su contenido, puedan incumplir la legislación aplicable o los valores y principios recogidos en la Carta Ética del Grupo JCDecaux. Este protocolo también se aplica a campañas no comerciales de carácter social o ideológico que puedan considerarse "sensibles". Dentro de este marco, JCDecaux ha creado un Comité integrado por la Dirección General, la Dirección Comercial/Marketing, la Dirección de Desarrollo y Relaciones Institucionales y el Área Jurídica. Este Comité tiene la función de revisar y validar campañas publicitarias sensibles, es decir, aquellas que contienen mensajes de contenido social, ideológico o cualquier otro que no esté claramente definido en la Ley General de Publicidad (LGP), pero que puedan estar amparados por el derecho a la libertad de expresión establecido en el artículo 20.1 de la Constitución Española. El Comité determina si

es viable o no exhibir dichas creatividades. En España, durante el año 2024, se han analizado más de 20,840 creatividades publicitarias con diversos contenidos, como publicidad de bebidas alcohólicas, productos relacionados con el tabaco o vapeadores, servicios financieros, juegos, apuestas, loterías, publicidad política, electoral y sindical, productos de ocio, películas, series, y temas relacionados con la igualdad de género y la discriminación de la mujer, entre otros.

Igualmente, y a fin de garantizar la legalidad de las creatividades, JCDecaux en España, es miembro y cuenta con la experta valoración del Organismo de Control de la Publicidad, AUTOCONTROL, cuya misión fundamental es la de 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 llevan a cabo y gestionan las siguientes campañas:

- Campañas de mantenimiento del servicio Cyclocity: Campañas propias destinadas a promocionar el servicio entre los usuarios, coordinadas internamente por los departamentos de Operaciones, Jurídico y Relaciones Institucionales, y ejecutadas externamente con el apoyo de una agencia de publicidad.
- Campañas comerciales: Iniciativas impulsadas por anunciantes, gestionadas de manera conjunta entre el Departamento Comercial, el Departamento de Operaciones (Acciones Especiales), el Departamento de Relaciones Institucionales y el Departamento Jurídico.

Todas las acciones dirigidas a los usuarios están reguladas por un protocolo interno, que establece la obligatoriedad de contar con una validación previa por parte del Departamento Jurídico. Además, se requiere comunicar estas acciones a la Municipalidad correspondiente para su conocimiento y aprobación antes del inicio de cada campaña.

7.5.3. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Desde el comienzo de sus operaciones, JCDecaux ha contado con áreas específicas dedicadas a la gestión de reclamaciones presentadas por cualquiera de sus grupos de interés. Estas reclamaciones son documentadas y resueltas por los responsables designados para atender a cada grupo (usuarios del servicio, ayuntamientos, organismos oficiales, entre otros).

Hasta la fecha, JCDecaux no ha recibido ninguna reclamación relacionada con el incumplimiento de normativas medioambientales, de seguridad y salud, o por vulneración de la privacidad de sus clientes.

En el año 2024 han sido gestionadas 18 reclamaciones oficiales de clientes en Sevilla y en Valencia que han sido atendidas por el departamento de atención al cliente de forma personalizada. 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 18 incidencias detectadas en 2024 fueron solucionadas.

Las reclamaciones relacionadas con los servicios de Cyclocity se gestionan a través de la plataforma Salesforce. Para facilitar la comunicación con los usuarios, se ofrece un número de teléfono gratuito de atención al cliente, así como oficinas presenciales en Sevilla y Valencia. Además, los usuarios pueden contactar a través de redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter) o presentar hojas de reclamaciones oficiales en los ayuntamientos correspondientes.

Las llamadas se clasifican según el tipo de incidencia para un mejor control y seguimiento, lo que permite generar estadísticas que ayudan a evaluar y mejorar el servicio. La mayoría de las incidencias se resuelven en el acto, aunque algunas requieren verificación por parte de los agentes en terreno, con un plazo máximo de resolución de 10 días.

Para optimizar la experiencia del usuario, contamos con una aplicación móvil para los servicios de Sevici (Sevilla) y Valenbisi (Valencia).La aplicación posee una funcionalidad de autoayuda dentro de la app, (Selfcare) que permite a los clientes gestionar sus incidencias directamente y resolver dudas de manera autónoma.

A través de la aplicación, los usuarios pueden:

- Recibir notificaciones en tiempo real sobre aperturas y cierres de estaciones, gracias al sistema de alertas.
- Consultar la ocupación de las estaciones en cualquier momento.
- Revisar sus movimientos y estadísticas de uso, así como el importe generado por los trayectos realizados.
- Marcar estaciones como favoritas.
- Verificar el estado de la bicicleta antes de usarla, basándose en la puntuación otorgada por otros usuarios.
- Reportar bicicletas abandonadas o valorar el estado de las bicicletas utilizadas.
- Alquilar una bicicleta de forma rápida y sencilla, simplemente deslizando el dedo por la pantalla.
- Obtener 15 minutos extra en caso de que la estación de destino esté llena.
- Acceder a múltiples opciones de alquiler (en Valencia): mediante la tarjeta de transporte, desde la borna o directamente desde la app.
- Consultar rutas realizadas y el número de viajes completados.
- Gestionar comprobantes de manera fácil y rápida.
- Conocer las calorías consumidas y las emisiones de CO_2 evitadas durante sus trayectos.
- Utilizar la función Selfcare (Necesito ayuda) para resolver incidencias o consultar dudas de forma autónoma.

7.6. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y RESPETO A LA PRIVACIDAD

En el contexto de la era digital y conectada en la que vivimos, la gestión de datos se ha convertido en una prioridad estratégica para JCDecaux, especialmente debido a la evolución de nuestro negocio. Por ello, la definición de directrices éticas para la recopilación y tratamiento de datos, en particular los datos personales, es un aspecto fundamental para el Grupo.

JCDecaux puede recoger datos personales de empleados, clientes, socios, proveedores y usuarios con el objetivo de gestionar relaciones contractuales y asegurar la correcta prestación de servicios. Esto incluye la administración de sistemas de bicicletas de libre acceso, relaciones comerciales, conexiones wifi, licitaciones y otros eventos. En todos los casos, JCDecaux se compromete a respetar y cumplir los principios establecidos en el Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, del 27 de abril de 2016 (en adelante, "RGPD"), así como en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Nuestras acciones

En los últimos años, JCDecaux ha llevado a cabo diversas acciones para demostrar su compromiso con la protección de los datos personales. Algunas de estas iniciativas incluyen:

1. Adhesión al Código de Conducta de Tratamiento en la Actividad Publicitaria de AUTOCONTROL: Este código funciona como un mecanismo de autorregulación eficaz y confiable, reflejando el compromiso de la industria publicitaria con el cumplimiento de principios y normas específicas. Además, establece un proceso para resolver posibles controversias relacionadas con su incumplimiento a través de un tercero independiente.
2. Formación: Los nuevos empleados que se unen a JCDecaux reciben formación virtual en "Misión RGPD" y "Ciberseguridad", programas desarrollados por el Grupo.

Adicionalmente, se han redefinido varias políticas con el objetivo de fortalecer el control y garantizar un conocimiento más amplio y detallado en esta materia:

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.
4. Procedimiento Tratamiento de Datos Personales Delegaciones
5. Política Tratamiento Datos Personales Personas Trabajadoras

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

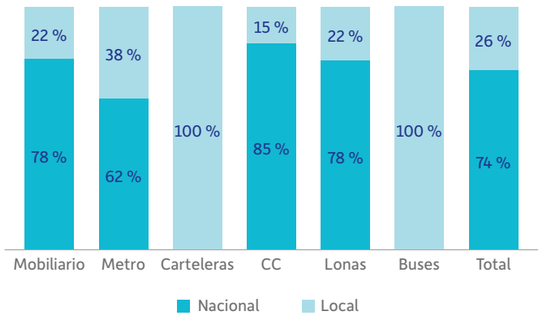
7.7.1. IMPACTO LOCAL Y ECONÓMICO

Como hemos mencionado previamente, la granularidad que ofrece el medio permite alcanzar necesidades diversas planteadas por los anunciantes. Más aun a nivel local, donde esta granularidad alcanza su máxima expresión permitiendo la contratación desde un único soporte a un puñado de ellos que configuren un circuito.

Dentro de este contexto podemos apreciar una gran evolución del mercado local en la cifra de negocio del grupo en España. JCDecaux, con su apuesta por los clientes locales, ha logrado desarrollar una red de delegaciones comerciales a lo largo y ancho de España que ha permitido una presencia en los mercados locales muy importante a lo largo de los años. Una clientela muy fiel al soporte y con condiciones ajustadas a sus necesidades de largo plazo, diferenciándose mucho de la presencia puntual de una campaña clásica publicitaria, como es el caso, por ejemplo, de los soportes direccionales que permiten dar visibilidad a un pequeño negocio.

En el grafico siguiente podemos observar cómo los clientes locales han logrado posicionarse con un peso importante en cada una de las unidades de negocio. Fortalecidos en productos que se adaptan por presupuesto, presencia y visibilidad en sus necesidades, estos pesos han crecido a lo largo de los años desde posiciones del 15 % a nivel general a lo que se ve hoy día.

Las evoluciones y pesos están muy impactados por las políticas comerciales y adaptación de los formatos. La digitalización ha favorecido un crecimiento más dinámico para clientes nacionales, pero en los últimos años asistimos a la incorporación de los clientes a esta modalidad de soportes. Así mismo, otros modelos comerciales, como la venta programática, teniendo un sesgo más nacional, están abriendo sus puertas al mercado local.



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.

Durante el ejercicio 2024, JCDecaux España ha realizado las donaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro que figuran en la siguiente tabla:

BENEFICIARIO	2024
Menudos corazones	3.000
Aldeas Infantiles	2.000
Cris contra el cáncer	3.000
Manos Ayuda Social	2.000
Total	**10.000**

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 empleabilidad 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 2024.

En JCDecaux creemos que fomentando campañas publicitarias de sensibilización contribuimos al bienestar de la sociedad, mejoramos la calidad de vida de las personas y logramos un mayor desarrollo social, educativo y cultural. De esta forma, se quiere involucrar, movilizar y motivar a la sociedad en diversas iniciativas.

CONCURSO DE DIBUJO EN BURGOS

En el mes de septiembre de 2024 se enviaron 250 carteles formato Mupi en blanco para el concurso infantil de dibujo en la ciudad de Burgos, 25 carteles más que el año anterior debido a la alta participación.

COLABORACION CON CRUZ ROJA

Durante el año 2024, JCDecaux llevó a cabo diversas campañas colaborativas con Cruz Roja.

- Campañas de donación de sangre: del 15 al 23 de junio, del 11 al 17 de noviembre en Centro Comercial La Gavia.
- Campaña de apoyo a las víctimas de la DANA, en centros comerciales como: Faro, Río Shopping, La Gavia, Maremagnum, Nueva Condomina, Príncipe Pio, Plenilunio, Glories, La Maquinista.

CAMPAÑA DE NAVIDAD EN VIGO

JCDecaux cedió caras digitales de mobiliario urbano tanto a nivel nacional como internacional, para publicitar la Campaña de Navidad de la ciudad de Vigo durante 3 semanas (del 05/11/2024 al 25/11/2024).La campaña se emitió en:

- España: 650 caras.
- Portugal: 142 caras.
- UK: 4 caras
- USA: 10 caras
- Paris: 15 caras
- Italia: Presencia en el Metro de Italia.

CARNAVALES EN LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

En enero de 2024 JCDecaux cedió más de 800 caras de soportes digitales a nivel nacional destinados a la promoción del Carnaval de Las Palmas de Gran Canaria durante 2 semanas (del 2 de enero al 15 de enero de 2024).

GRAUSTIC

Convenio de colaboración entre JCDecaux y GRAUSTIC (Ones Associació d'enginyeria tècnica de telecomunicació de Catalunya) con la colaboración, por parte de JCDECAUX, en la Diada de las TIC, celebrada los días 13 y 14 de noviembre de 2024 en Barcelona.

GRANADA

Del 3 al 9 de septiembre de 2024 se cedieron 51 mupis en papel de la ciudad para promocionar la semana europea de la Movilidad.

MURCIA

Durante el año 2024 se llevaron a cabo 3 campañas de Promoción de la ciudad de Murcia, con la cesión de caras digitales en diferentes ciudades:

- Fiestas Primavera (del 28 de marzo al 7 de abril): cesión de 300 caras digitales en Madrid y Murcia.
- Promoción feria de septiembre (del 2 al 15 de septiembre): cesión de 178 caras digitales en ciudades como Madrid, Granada, Valencia, Almería y Alicante.
- Promoción de la Navidad (del 9 al 22 de diciembre): cesión de 116 caras digitales en Burgos, Valladolid, Almería, Alicante y Valencia.

FORO POR MADRID

Foro por Madrid es la plataforma de colaboración público-privada de la ciudad de Madrid. Un lugar común para la discusión, análisis y propuesta de iniciativas, capaz de combinar la experiencia del mundo empresarial con la visión de una amplia representación de la sociedad civil, para abordar retos y oportunidades de forma conjunta. Una plataforma de referencia que refuerza los procedimientos de coordinación y colaboración entre el Ayuntamiento de Madrid y la sociedad civil e integra la vinculación y experiencia de instrumentos existentes.

JCDecaux mantiene un convenio de adhesión con la Plataforma para el impulso y promoción de la colaboración público-privada en la ciudad de Madrid.

MSF

La Entidad MSF-E es una Asociación privada, no gubernamental, cuya finalidad es la ayuda a poblaciones en situación precaria, o víctimas de catástrofes de origen natural o humano, mediante el envío a estas zonas de medios, equipos y personal sanitario cuya actuación es voluntaria.

Lanzamiento de una campaña de captación a nivel nacional "La humanidad es lo que nos mueve", en castellano, catalán, y vasco, en Mobiliario Urbano (papel).

UNOENTRECIENMIEL

La FUNDACIÓN UNOENTRECIENMIL tiene como fines fundacionales los siguientes:

- De carácter asistencial, promoviendo y desarrollando iniciativas solidarias en beneficio de la infancia, de las personas enfermas y de los más desfavorecidos, la sensibilización social hacia esos colectivos y la integración social de las personas con discapacidad.
- De promoción de la acción social y fortalecimiento del sector de las ONG, en cuanto a su crecimiento, visibilidad, notoriedad, conocimiento de su misión y divulgación de sus proyectos sociales, así como el crecimiento de sus recursos de financiación, a través del desarrollo y conocimiento de las tecnologías de la Información y la comunicación con la finalidad de mejorar el bienestar social de los más desfavorecidos entre otros.
- De carácter científico, promoviendo la investigación médica para la cura de enfermedades, particularmente la leucemia infantil.
- Lanzamiento de la campaña #Leucemiaveteya - All Together, para que España tenga el protocolo común europeo, que salva más vidas, reduce los efectos secundarios y acelera su curación, a nivel nacional (Barcelona, Alicante, Bilbao, Burgos, Córdoba, Granada, Las Palmas, Murcia, Madrid, etc.), en Centros Comerciales y Mobiliario Urbano (digital).

AECC

La ASOCIACIÓN ESPAÑOLA CONTRA EL CÁNCER tiene por objeto la lucha contra el cáncer en todas las modalidades conocidas, o que en el futuro se conozcan, mediante el desarrollo de funciones y de actividades de divulgación, de prevención, de investigación, de formación y de carácter médico o asistencial. Desde esta perspectiva, las funciones de la Asociación se articulan, con carácter enunciativo y no limitativo en los siguientes objetivos estratégicos:

- Informar y concienciar a la población sobre los factures que facilitan la prevención y detección precoz del cáncer con la finalidad de disminuir las tasas de incidencia y/o mortalidad por cáncer en nuestro país.
- Mejorar la calidad de vida de los enfermos con cáncer y sus familiares, paliando los problemas derivados de la enfermedad oncológica.
- Potenciar la investigación en la lucha contra el cáncer.
- Promover la formación entre los colectivos profesionales y voluntarios que trabajan en la lucha contra el cáncer.
- Establecer relaciones con todas aquellas entidades públicas y privadas, nacionales o internacionales, que persiguen un fin análogo al que es propio de la Asociación.

Acuerdo alcanzado con la asociación en el que JCDecaux se compromete a ceder anualmente un circuito publicitario de, aproximadamente 4.000 caras de papel tamaño MUPI, en función de la disponibilidad en cada una de las ciudades. También campaña digital, para la promoción de la Gala que se realizó en Málaga el 15 de abril.

MANOS UNIDAS

La Entidad MANOS UNIDAS es una institución que tiene como objeto la lucha contra el hambre, el subdesarrollo y la falta de instrucción y trabajar para erradicar las causas estructurales que las producen: la injusticia, el desigual reparto de los bienes y las oportunidades entre las personas y los pueblos, la ignorancia, los prejuicios, la insolidaridad, la indiferencia y la crisis de valores.

Campaña “El efecto ser humano”, en Las Palmas y Vigo (papel), para concienciar sobre la conexión entre la crisis medioambiental y los derechos fundamentales de las personas, especialmente en el Sur global. La campaña busca ponerse al lado de los llamados «descartados climáticos», aquellos que son más vulnerables a la variación y los efectos cambiantes del clima, pese a ser los que menos han contribuido a él.

FAD JUVENTUD

La Entidad FUNDACIÓN FAD JUVENTUD es una entidad sin ánimo de lucro, que tiene como propósito mejorar el bienestar y la calidad de vida de la juventud, protagonista del presente y artífice del futuro. Para ello analiza, actúa e influye en todas las cuestiones que afectan al desarrollo y socialización de la juventud.

Campaña “El acompañamiento digital es tarea de todos” a nivel nacional, de sensibilización social de FAD Juventud, con el objetivo de advertir a la sociedad de que la seguridad en el entorno digital de adolescentes y jóvenes es tarea de todos (papel y digital).

PRODIS

La Entidad FUNDACIÓN PRODIS es una entidad sin ánimo de lucro que tiene como objeto la inserción sociolaboral de personas con discapacidad intelectual.

FUNDACIÓN PRODIS cumple 25 años y lo celebra con el lanzamiento de una campaña que se alza bajo el lema “25 años sin aceptar un NO”, en Madrid (digital). Esta campaña exterior reivindica los logros de las personas con discapacidad intelectual y las barreras a las que se enfrentan.

WWF

la Entidad WWF/Adena es una Asociación sin ánimo de lucro, legalmente constituida desde el 30 de julio de 1968, declarada de utilidad pública, que se rige por la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación, cuya finalidad es la conservación de la naturaleza y los procesos ecológicos en el mundo para el bien de las generaciones actuales y futuras y por extensión de toda la vida en la Tierra, preservando la diversidad genética de especies y ecosistemas, garantizando un uso sostenible de los recursos naturales renovables y promoviendo acciones destinadas a reducir al mínimo la contaminación y el despilfarro de los recursos y la energía.

Campaña “Alerta climática/sequía”, para concienciar del Cambio Climático y el riesgo de olas de calor, sequía e incendios cada vez más extremos. A nivel nacional (Madrid, Sevilla, Bilbao, Zaragoza, Santander, Alicante, Barcelona, etc.), en mobiliario urbano (digital). También colaboramos con WWF, programando en soportes digitales, a nivel nacional, su campaña “La hora del planeta”, apaga la luz, dale 1 hora al planeta.

08

Información fiscal

8.1. BENEFICIOS OBTENIDOS

JCDecaux España, tiene todas sus filiales en España. El resultado de JCDecaux España, es 80.399,72 euros.

AÑO	BENEFICIOS OBTENIDOS
2022	1.282.004,44€
2023	2.444.900,96€
2024	80.399,72€

8.2. IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS PAGADOS

En 2024 no hicimos un pago por IS. JCDecaux España tributa en régimen de consolidación fiscal para el 2024 Los pagos a cuenta del 2024 y la liquidación del Impuesto de Sociedades de 2024, junto con ejercicios anteriores se indican a continuación:

	2022	2023	2024
1er pago a cuenta	0€	0€	0€
2º pago a cuenta	0€	0€	0€
3er pago a cuenta	0€	0€	0€
Liquidación IS	0€	0€	0€

En 2024, la Sociedad tampoco efectuó pagos en concepto de impuestos sobre beneficios.

8.3. SUBVENCIONES PÚBLICAS RECIBIDAS

JCDecaux España ha recibido subvenciones por valor de 25.434,34 euros por la instalación de postes eléctricos adscritos al Plan Moves III en el ejercicio 2024.

Por otro lado, también hemos recibido ayudas directas por los efectos causados por la Dana de Valencia. Se ha recibido un importe de 165.000 euros.

En ejercicios anteriores las subvenciones recibidas corresponderían con 807.66 € en el año 2022 por la instalación de postes eléctricos adscritos al Plan Moves III y a 9.707,04€ provenientes también del Plan Moves III en 2023.

09

Presencia de JCDecaux en los índices internacionales ESG

Desde 2011, JCDecaux participa en algunos de los índices internacionales de sostenibilidad más reconocidos en el ámbito de la inversión ética. Estos índices evalúan a las empresas según criterios rigurosamente definidos de responsabilidad social corporativa, y JCDecaux ha logrado ir mejorando progresivamente su puntuación a lo largo de los años.

En 2024, la valoración obtenida por JCDecaux en estos índices refleja su compromiso continuo con la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa. A continuación, se detallan las puntuaciones alcanzadas en cada uno de ellos:

ECOVADIS

SCORE: 71/100

EcoVadis Ratings proporcionan a las empresas evaluadas una evaluación detallada de su desempeño en sostenibilidad en áreas como medio ambiente, prácticas laborales y derechos humanos, ética y compras sostenibles.

FYSE4GOOD

SCORE: 4,2/5

Desde 2014, el Grupo ha renovado su inclusión en el índice FTSE4Good, mejorando en 2020 (4,6 vs. 4,5 en 2019), gracias a un mayor rendimiento en Gobernanza (4,7 vs. 4,3) y en la búsqueda de una calificación de 5/5 en los criterios ambientales.

MSCI

SCORE: AAA

JCDecaux, presente en el índice MSCI desde 2013, ha mantenido su calificación AAA en criterios ESG desde 2018. En 2020, fue la única empresa del sector Media & Entertainment en obtener la puntuación máxima de MSCI, con una nota global de 6,7/10, muy por encima del promedio sectorial de 4,2/10.

CDP

SCORE: A-

Desde 2011, JCDecaux ha sido evaluada por la agencia CDP en sus compromisos y resultados frente al cambio climático. En 2020, el Grupo mantuvo su calificación de "Liderazgo" con una A-, superando el promedio de la industria (C) y diferenciándose del 74% de las empresas que obtienen C o D.

010

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

JCDecaux

Declaración de uso	La Entidad ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el ejercicio 2024, utilizando como referencia los Estándares GRI.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Número de página
INFORMACIÓN GENERAL		
MODELO DE NEGOCIO		
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	6-8
Presencia geográfica	2-1 Detalles organizacionales	8-10
Objetivos y estrategias de la organización	3-3 Gestión de los temas materiales	15-19
Principales factores y tendencias que pueden afectar a su futura evolución	3-3 Gestión de los temas materiales	11-14
POLÍTICAS DE LA COMPAÑÍA		
Una descripción de las políticas que aplica el grupo respecto a dichas cuestiones	2-23 Compromisos y políticas 2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	20, 36, 39, 51, 53, 59-60, 63-65, 77
GESTIÓN DE RIESGOS		
Los principales riesgos relacionados con esas cuestiones	3-3 Gestión de los temas materiales	11-14
OTROS		
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	19
1. CUESTIONES MEDIOAMBIENTALES		
INFORMACIÓN GENERAL DETALLADA		
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	22-23
Sobre los procedimientos de evaluación o certificación ambiental	3-3 Gestión de los temas materiales	22
Sobre los recursos dedicados a la prevención de riesgos ambientales	3-3 Gestión de los temas materiales	23
Sobre la aplicación del principio de precaución	3-3 Gestión de los temas materiales	23
Sobre la cantidad de provisiones y garantías para riesgos ambientales	3-3 Gestión de los temas materiales	23
CONTAMINACIÓN		
Medidas para prevenir, reducir o reparar las emisiones de carbono que afectan gravemente el medio ambiente (incluye también ruido y contaminación lumínica)	3-3 Gestión de los temas materiales	32-33

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Número de página
ECONOMÍA CIRCULAR Y PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RESIDUOS		
Medidas de prevención, reciclaje, reutilización, otras formas de recuperación y eliminación de desechos	306-3 Residuos generados	33-35
Acciones para combatir el desperdicio de alimentos	3-3 Gestión de los temas materiales	37
USO SOSTENIBLE DE LOS RECURSOS		
Consumo de agua y el suministro de agua de acuerdo con las limitaciones locales	303-3 Extracción de agua	38
Consumo de materias primas y medidas adoptadas para mejorar la eficiencia de su uso	301-1 Materiales utilizados por peso o volumen	29-32
Consumo, directo e indirecto, de energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización	23
Medidas tomadas para mejorar la eficiencia energética	302-4 Reducción del consumo energético	25-29
Uso de energías renovables	302-1 Consumo energético dentro de la organización	24-25
CAMBIO CLIMÁTICO		
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	22-23
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	17
PROTECCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD		
Medidas tomadas para preservar o restaurar la biodiversidad	3-3 Gestión de los temas materiales	38
Impactos causados por las actividades u operaciones en áreas protegidas	3-3 Gestión de los temas materiales	38
2. CUESTIONES SOCIALES Y RELATIVAS AL PERSONAL		
EMPLEO		
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	39-47
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	48
Las remuneraciones medias y su evolución desagregados por sexo, edad y clasificación profesional o igual valor;	3-3 Gestión de los temas materiales	49-50
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	49
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	50-51
Implantación de políticas de desconexión laboral	3-3 Gestión de los temas materiales	51
Empleados con discapacidad	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	51
Organización del trabajo		
Organización del tiempo de trabajo	3-3 Gestión de los temas materiales	51-52
Número de horas de absentismo	3-3 Gestión de los temas materiales	52
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	52-53
SALUD Y SEGURIDAD		
Condiciones de salud y seguridad en el trabajo	3-3 Gestión de los temas materiales	53-55
Accidentes de trabajo, en particular su frecuencia y gravedad por sexo	403-9 Lesiones por accidente laboral	53-54
Enfermedades profesionales por sexo	403-10 Dolencias y enfermedades laborales	54
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	55-56
Porcentaje de empleados cubiertos por convenio colectivo por país	2-30 Convenios de negociación colectiva	56
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	55-56
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	56
FORMACIÓN		
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	56-57
Cantidad total de horas de formación por categorías profesionales	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	57
ACCESIBILIDAD		
Accesibilidad universal de las personas con discapacidad	3-3 Gestión de los temas materiales	58
Igualdad		
Medidas adoptadas para promover la igualdad de trato y de oportunidades entre mujeres y hombres	3-3 Gestión de los temas materiales	58-59
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	58-59
Política contra todo tipo de discriminación y, en su caso, de gestión de la diversidad	3-3 Gestión de los temas materiales	59-60

JCDecaux

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Número de página
3. INFORMACIÓN SOBRE EL RESPETO DE LOS DERECHOS HUMANOS		
Aplicación de procedimientos de diligencia debida en materia de derechos humanos	3-3 Gestión de los temas materiales	60-61
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	60-61
Denuncias por casos de vulneración de derechos humanos	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	62
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	60-61
Eliminación de la discriminación en el empleo y la ocupación		
Eliminación del trabajo forzoso u obligatorio		
Abolición efectiva del trabajo infantil		
4. INFORMACIÓN RELATIVA A LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO		
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	61-64
Medidas para luchar contra el blanqueo de capitales	3-3 Gestión de los temas materiales	61-64
Aportaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro	3-3 Gestión de los temas materiales	78
5. INFORMACIÓN SOBRE LA SOCIEDAD		
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	77-78
Impacto de la actividad de la sociedad en las poblaciones locales y en el territorio	3-3 Gestión de los temas materiales	77-78
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	64-65; 68-70
Acciones de asociación o patrocinio	2-28 Afiliación a asociaciones	78-82
SUBCONTRATACIÓN Y PROVEEDORES		
Inclusión en la política de compras de cuestiones sociales, de igualdad de género y ambientales	3-3 Gestión de los temas materiales	65-66
Consideración en las relaciones con proveedores y subcontratistas de su responsabilidad social y ambiental	3-3 Gestión de los temas materiales	65-66
Sistemas de supervisión y auditorías y resultados de las mismas	3-3 Gestión de los temas materiales	67
Consumidores		
Medidas para la salud y la seguridad de los consumidores	3-3 Gestión de los temas materiales	73-74; 76-77
Sistemas de reclamación	3-3 Gestión de los temas materiales	75-76
Quejas recibidas y resolución de las mismas	3-3 Gestión de los temas materiales	75
INFORMACIÓN FISCAL		
Beneficios obtenidos país por país	207-4 Presentación de informes país por país	83
Impuestos sobre beneficios pagados	207-4 Presentación de informes país por país	83
Subvenciones públicas recibidas	201-4 Asistencia financiera recibida del gobierno	83

2024

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

MEMORIA ANUAL

JCDecaux