

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

MEMORIA ANUAL

JCDECAUX ESPAÑA, S.L.U.



2025

Tabla de contenidos

01 4

Bases para la elaboración del Estado de Información No Financiera

02 6

Nuestro modelo de negocio

- 2.1. Modelo de negocio de JCDecaux
- 2.2. Presencia nacional de JCDecaux
- 2.3. Contexto ESG de JCDecaux
- 2.4. Estrategia y objetivos

03 18

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

04 22

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 36

Compromiso medioambiental de JCDecaux

- 5.1. Impacto 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. Minimizar nuestro impacto ambiental residual
- 5.6. Economía circular: gestión y reciclaje de residuos
- 5.7. Gestión del agua
- 5.8. Prevención de la biodiversidad

06 38

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 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 60

Nuestro compromiso con los grupos de interés

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

08 72

Información fiscal

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

09 74

JCDecaux en los índices internacionales ESGG

10 76

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

01

Bases para la elaboración del Estado de Información No Financiera



En cumplimiento de la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad, JCDecaux España, S.L.U. incorpora su Estado de Información No Financiera (EINF) en el Informe de Gestión Consolidado (Cuentas Anuales) correspondiente al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

El EINF se ha elaborado tomando como referencia determinados estándares de la Global Reporting Initiative (GRI). Para su definición y desarrollo, la Compañía ha considerado la participación de los grupos de interés, el contexto de sostenibilidad y la aplicación de los principios de materialidad y exhaustividad, con el

fin de asegurar que el contenido refleje los asuntos relevantes y proporcione una visión completa.

Los requisitos establecidos por la Ley 11/2018 identificados por JCDecaux España, S.L.U., así como los estándares GRI aplicados, se recogen de forma detallada en la tabla incluida en el apartado "Índice de contenidos requeridos por la Ley 11/2018, de 28 de diciembre, en materia de información no financiera y diversidad".

El presente EINF forma parte del Informe de Gestión (Cuentas anuales) de JCDecaux España, S.L.U.; no obstante, se presenta como documento independiente para facilitar su lectura y consulta.



02

Nuestro modelo de negocio



Un modelo virtuoso inventado por Jean-Claude Decaux en 1964

Mobiliario urbano y servicios innovadores y sostenibles, financiados por las marcas a través de la 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.

2.1. MODELO DE NEGOCIO DE JCDECAUX

JCDecaux es líder mundial en publicidad exterior. La Compañía opera bajo un modelo económico concebido por Jean-Claude Decaux en 1964, basado en la provisión a las ciudades de productos y servicios de utilidad pública, con estándares de calidad y sostenibilidad económica, cuya financiación se apoya en la comercialización de espacios publicitarios. Este modelo contribuye a la generación de valor económico y social en el entorno urbano.

La actividad de JCDecaux se desarrolla en las principales categorías de la publicidad exterior:

- **Mobiliario urbano:** comercialización de espacios publicitarios en soportes como MUPI® de 2 m², columnas multiservicio, relojes-termómetro, aseos, quioscos y soluciones digitales, entre otros.
- **Centros comerciales:** comercialización de soportes tipo MUPI, gran formato, lonas y banderolas, así como la ejecución de acciones de experiencia de marca en zonas comunes del centro durante periodos determinados.
- **Transporte:** gestión publicitaria en redes de transporte terrestre (tren, metro, tranvía y autobús) y en aeropuertos.
- **Gran formato:** explotación de soportes de elevada visibilidad, tales como retroiluminados, lonas de fachada de grandes dimensiones y elementos luminosos.
- **Ciclo:** consistente en el mantenimiento y operación de un sistema público de bicicletas en Sevilla y Valencia, mediante el

cual se facilita a los usuarios el acceso a una red de bicicletas compartidas, permitiéndoles retirar una bicicleta en una estación y devolverla en otra dentro de la red habilitada.

Este modelo presenta ventajas relevantes, especialmente desde la perspectiva de servicio a la ciudad, entre las que destacan:

- **Neutralidad presupuestaria para las administraciones locales:** facilita a ciudadanos y usuarios el acceso a productos y servicios sin impacto directo en las finanzas municipales ni en la carga fiscal de los contribuyentes.
- **Mejora del entorno urbano y de la experiencia ciudadana:** impulsa la incorporación y evolución de servicios urbanos orientados a la ciudadanía (p. ej., accesibilidad, conectividad y funcionalidades asociadas).
- **Enfoque alineado con la economía de la funcionalidad:** La Compañía pone a disposición soportes de alta calidad concebidos para una larga vida útil, que en su mayoría permanecen bajo propiedad de JCDecaux, son objeto de mantenimiento periódico por equipos propios y pueden ser renovados para su posterior reutilización.
- **Aportación a la sostenibilidad urbana:** incorpora soluciones que apoyan la recogida selectiva (p. ej., pilas y acumuladores, baterías y vidrio) y medidas de mejora ambiental, como marquesinas con capacidad de neutralización de NOx y otras iniciativas orientadas a la calidad del aire.

- **Integración estética y valor añadido:** contribuye al embellecimiento del espacio público mediante diseños que favorecen la integración urbana y el desarrollo de soluciones innovadoras.
- **Favorece una movilidad urbana más flexible y sostenible:** al promover alternativas de desplazamiento eficientes y de bajo impacto ambiental, complementarias al transporte público y adaptadas a las necesidades diarias de los ciudadanos.

- **Impulsar la actividad económica local,** contribuyendo a la visibilidad y proyección de marcas y anunciantes en el ámbito territorial.
- **Facilitar información de utilidad al ciudadano,** en función de las necesidades del entorno y del servicio, incluyendo, entre otros: mapas de la ciudad, tiempos de espera del autobús, alertas y avisos de circulación, y la difusión de la oferta cultural y social del territorio.

En línea con el modelo de negocio de JCDecaux, la comercialización de espacios publicitarios en soportes permite:

- **Financiar los servicios asociados al mobiliario urbano** y el desarrollo de nuevas soluciones orientadas a la ciudadanía.

Las principales actividades de la Compañía comprenden el diseño y desarrollo de estos productos y servicios, su instalación, operación y mantenimiento durante la vigencia de los contratos, así como la venta de espacios publicitarios a anunciantes internacionales, nacionales y locales.

2.2. PRESENCIA NACIONAL DE JCDECAUX

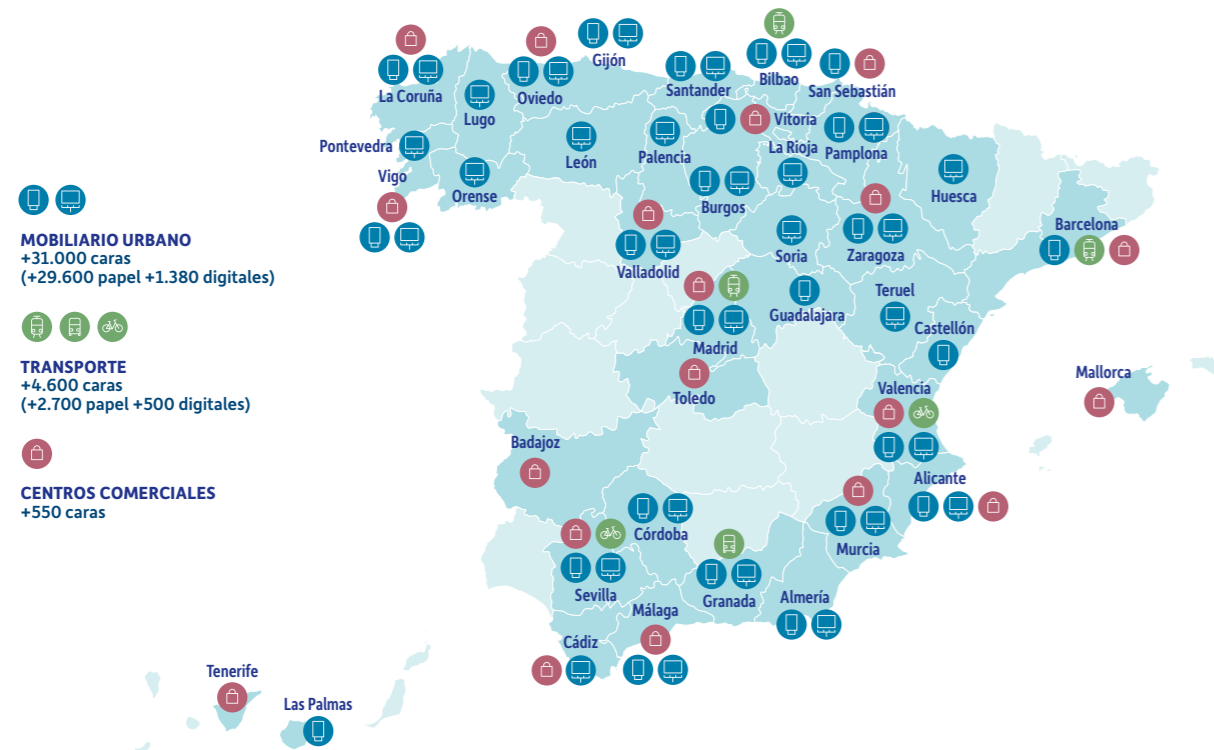
La filial de JCDecaux España se constituyó en 1982. Desde entonces, con 42 años de trayectoria en el mercado español, la Compañía ha desarrollado y gestionado un amplio volumen de contratos con distintos operadores y administraciones. A cierre del ejercicio, JCDecaux mantiene 97 contratos en los entornos de Mobiliario Urbano, Centros Comerciales y Transporte, y supera los 280 contratos en el segmento de Gran Formato.

multientorno y multiformato en las principales ciudades. Esta cobertura permite articular propuestas integradas y transversales para los clientes, combinando soportes y ubicaciones para generar sinergias y contribuir al cumplimiento de sus objetivos de marca.

Al estar presentes en distintos momentos y puntos de contacto del recorrido del consumidor (customer journey), las campañas pueden incrementar la frecuencia de impacto y reforzar la eficacia del mensaje.

JCDecaux mantiene presencia a nivel nacional en los principales segmentos de la comunicación exterior, con una oferta

JCDecaux está presente en 37 provincias y en más de 150 municipios. La Compañía dispone de un parque instalado de más de 45.000 caras, de las cuales aproximadamente 37.000 corresponden a soportes publicitarios, con un alcance estimado de más de 18 millones de individuos de audiencia semanal.

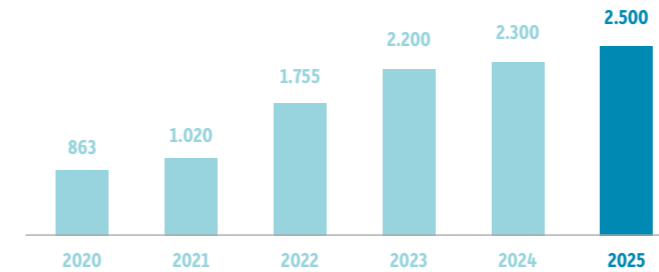


Digitalización

JCDecaux ha sido una de las compañías impulsoras de la digitalización en el mercado de la comunicación exterior en España. Este proceso se inició en 2011, con la instalación de 23 pantallas digitales en el Centro Comercial La Marineda, marcando un hito en la evolución del portfolio hacia soluciones de mayor valor añadido.

En los últimos años, la Compañía ha incrementado por más del doble su parque de soportes digitales, mediante la incorporación progresiva de mobiliario digital en los entornos de Mobiliario Urbano, Centros Comerciales y Metro, reforzando la capacidad de ofrecer campañas más dinámicas, segmentables y adaptadas a distintos contextos de movilidad.

A continuación, se presenta una gráfica de evolución del mobiliario digital en el territorio nacional, que refleja el crecimiento del parque instalado a lo largo de los años.



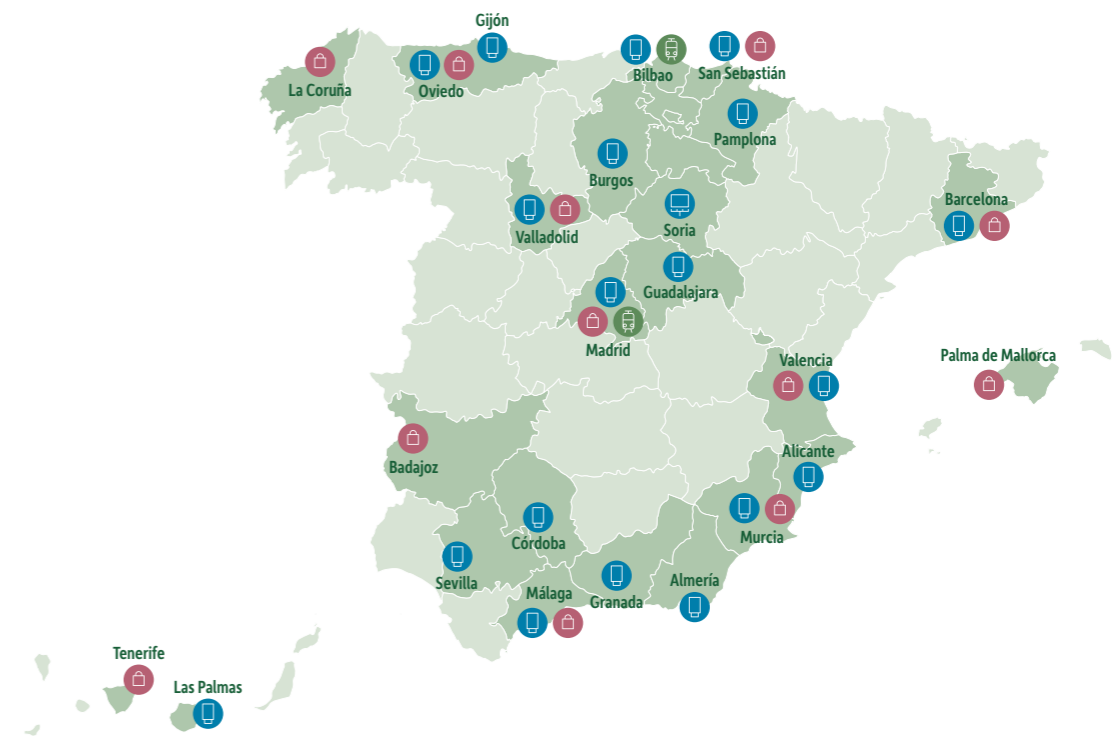
En 2025, el canal urbano digital de JCDecaux alcanzó +2.500 pantallas, 212 de ellas de Gran Formato, siendo la distribución por entornos operativos la que sigue:

- Mobiliario Urbano con +1.350 pantallas mupi DS y 23 pantallas de Gran Formato.
- Centros Comerciales con 502 pantallas mupi DS y 49 de Gran Formato.
- Metro, con 366 Mupis, 142 cinemas y 18 grandes formatos.

Presencia Digital JCDecaux 2025

La situación del mobiliario digital de JCDecaux en España refleja una presencia consolidada y en expansión, resultado de la evolución progresiva del parque hacia soluciones más innovadoras y adaptadas a los nuevos patrones de movilidad y consumo. En el ámbito nacional, esta red digital aporta cobertura en ciudades clave y refuerza la capacidad de la compañía para ofrecer campañas dinámicas y de alto impacto.

Para contextualizar esta situación, se incluye un mapa del territorio nacional que permite visualizar la distribución geográfica del mobiliario digital y su presencia según el medio (Mobiliario Urbano, Transporte y Centros Comerciales), proporcionando una visión integrada del alcance y la diversidad de la presencia digital de JCDecaux.



2.3. CONTEXTO ESG DE JCDECAUX

El enfoque transversal del Desarrollo Sostenible constituye un elemento estructural de la gestión de JCDecaux, al permitir anticipar cambios regulatorios, ambientales, sociales y de mercado que pueden incidir en su actividad, así como evaluar de forma sistemática los riesgos y oportunidades derivados de dicha evolución.

En el ámbito del Grupo JCDecaux, la integración del Desarrollo Sostenible en la estrategia corporativa refuerza la gestión de riesgos vinculados a los principales retos ambientales y sociales y, al mismo tiempo, impulsa la innovación en productos, servicios y procesos. Este enfoque se consolida como un factor relevante para sostener la competitividad y apoyar el crecimiento económico en el medio y largo plazo.



Crecimiento acelerado de la urbanización a escala global y expansión del transporte

CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

La evolución demográfica continúa reforzando el papel de las ciudades como principal espacio de actividad económica y social. Según las proyecciones de Naciones Unidas, la población urbana seguirá aumentando de forma sostenida y se estima que en 2050 alrededor del 68 % de la población mundial residirá en áreas urbanas, con un crecimiento especialmente relevante en regiones actualmente en desarrollo.

(Fuente: ONU – UN DESA, World Urbanization Prospects 2025, “Summary of results”)

Este proceso está dando lugar a ciudades cada vez más interconectadas y con mayores expectativas de servicio, donde ganan peso demandas como la accesibilidad, la movilidad y la conectividad, así como la provisión de información útil al ciudadano en el espacio público. En paralelo, esta concentración de población incrementa la relevancia de la comunicación exterior en los principales entornos urbanos y de transporte, al concentrar flujos de movilidad y puntos de contacto a lo largo del recorrido diario de los ciudadanos.

Desde una perspectiva ambiental: las ciudades concentran una parte mayoritaria del consumo energético y se asocian a aproximadamente el 70 % de las emisiones de CO₂ relacionadas con la energía, lo que convierte al entorno urbano en un ámbito prioritario para la descarbonización. En este marco, el transporte —y, en particular, la movilidad urbana— representa un componente relevante de dichas emisiones y un eje clave en la búsqueda de soluciones de bajas emisiones, tanto por su contribución climática como por su impacto en calidad del aire y salud urbana.

(Fuente: UN-Habitat, World Cities Report 2024)

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- La aceleración de la urbanización refuerza las oportunidades de crecimiento y consolidación en áreas metropolitanas y nuevos núcleos urbanos, especialmente en mercados en expansión.
- El aumento de las necesidades de servicio (información, conectividad, accesibilidad y movilidad) abre oportunidades para innovar en soluciones y servicios urbanos, alineándolos con objetivos de eficiencia y transición baja en carbono.
- El crecimiento de la población urbana y de los flujos de movilidad amplía el potencial de audiencia y permite articular propuestas de comunicación exterior con mayor alcance y frecuencia, combinando entornos urbanos y de transporte.
- De forma complementaria, el contexto urbano y regulatorio puede intensificar exigencias en materia de ocupación del espacio público, desempeño ambiental, eficiencia operativa y expectativas de calidad del servicio, lo que requiere una gestión activa de riesgos y adaptación continua.

Cambio climático

CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

De acuerdo con el IPCC (Sexto Informe de Evaluación, Synthesis Report, 2023), para mantener el objetivo de 1,5 °C es necesario reducir las emisiones globales de GEI en torno a un 43 % para 2030 y un 60 % para 2035 (en comparación con 2019), y avanzar hacia cero emisiones netas de CO₂ alrededor de 2050. Este marco refuerza la aceleración de políticas públicas, regulación y expectativas del mercado orientadas a la descarbonización de la economía, con especial foco en la energía y en los sectores intensivos en emisiones.

Fuente: IPCC – AR6 Synthesis Report (2023)

En paralelo, la transformación climática se produce en un contexto de mayor concentración de población y actividad en las ciudades. Las proyecciones de Naciones Unidas indican que la población urbana continuará creciendo y que en 2050 podría alcanzar aproximadamente el 68 % del total mundial. Este proceso incrementa la relevancia de la acción climática en el ámbito municipal y metropolitano, por su papel en la planificación, la movilidad, el diseño del espacio público y la gestión de infraestructuras.

Fuente: ONU – UN DESA, World Urbanization Prospects 2025 (Summary of results)

Las ciudades, además, concentran una parte significativa del consumo energético y de las emisiones asociadas. En este sentido, UN Habitat subraya la necesidad de impulsar una descarbonización urbana acelerada, incluyendo actuaciones sobre edificios, energía y movilidad, así como soluciones de resiliencia frente a eventos extremos. En consecuencia, la agenda climática urbana tiende a traducirse en mayores exigencias sobre el desempeño ambiental de las infraestructuras y servicios presentes en el espacio público.

Fuente: UN Habitat – World Cities Report (WCR)

En relación con los riesgos físicos, el IPCC concluye que el cambio climático ya está incrementando riesgos vinculados a fenómenos como olas de calor, precipitaciones intensas, sequías y otros eventos extremos, con impactos sobre infraestructuras y operación en entornos urbanos. Esto refuerza la necesidad de incorporar criterios de adaptación y resiliencia en el diseño, mantenimiento y gestión de activos.

Fuente: IPCC – AR6 Synthesis Report (2023)

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- Riesgos de transición: la alineación con trayectorias 1,5 °C puede implicar mayores exigencias en materia de eficiencia energética, uso de electricidad de origen renovable, compras y contratación, así como adaptación a nuevas obligaciones regulatorias y expectativas de clientes y administraciones.
- Riesgos físicos: el incremento de eventos meteorológicos extremos puede afectar a la disponibilidad, la durabilidad y los costes de mantenimiento del mobiliario y otros activos, haciendo más relevante la planificación preventiva y la resiliencia operativa.
- La reducción del consumo energético y la mejora del desempeño ambiental (por ejemplo, eficiencia, optimización operativa y soluciones de menor impacto) pueden reforzar la competitividad y la propuesta de valor en ciudades que aceleran su agenda climática.
- Innovación en servicios urbanos: la evolución del contexto urbano abre oportunidades para soluciones que aporten valor en la ciudad (información útil, funcionalidades asociadas a movilidad y resiliencia, y actuaciones que contribuyan a la calidad ambiental del entorno urbano, cuando aplique).

Digitalización

CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

La transformación digital sigue siendo un vector estructural para empresas y administraciones públicas en España, con impacto directo en la eficiencia operativa, la calidad del servicio y la relación con el usuario. En este marco, el seguimiento institucional de la Comisión Europea muestra un desempeño especialmente sólido en el ámbito de los servicios públicos digitales: el Digital Decade Country Report: Spain (2024) recoge indicadores de disponibilidad de servicios públicos digitales de 84 para ciudadanía y 91 para empresas (escala del informe).

Fuente: Comisión Europea, Digital Decade Country Report – Spain (2024)

En paralelo, la digitalización del tejido empresarial —en particular de pymes— continúa siendo una prioridad de política pública. En España, el SME Digitalization Plan 2021–2025 articula medidas para impulsar capacidades digitales, apoyar la adopción tecnológica y acelerar la modernización de procesos, contribuyendo a reducir brechas de digitalización y a mejorar la competitividad.

Fuente: Gobierno de España, España Digital 2026 – SME Digitalization Plan 2021–2025

En este contexto, la digitalización también está transformando los modelos de comunicación y la planificación de campañas, con un peso creciente de la gestión basada en datos, la automatización y la necesidad de integrar distintos puntos de contacto. Para el entorno urbano, estos cambios se traducen en una demanda creciente de soluciones que combinen calidad del servicio, capacidad tecnológica, seguridad y eficiencia.

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- Oportunidad de acelerar la propuesta de valor mediante la digitalización de soportes y el despliegue de soluciones que permitan campañas más dinámicas, con mayor capacidad de adaptación al contexto urbano y a los flujos de movilidad.
- Desarrollar nuevos servicios asociados al mobiliario (cuando aplique y conforme a los contratos): información útil, funcionalidades digitales y soluciones técnicas complementarias que aporten valor a ciudades, operadores de transporte, anunciantes y ciudadanía.
- Mejorar la eficiencia operativa (mantenimiento, incidencias, planificación) mediante herramientas digitales, contribuyendo a una operación más robusta y trazable.
- Riesgo de incremento de exigencias en ciberseguridad, continuidad operativa y control de accesos en activos digitales.
- Mayor sensibilidad regulatoria y social en materia de protección de datos, uso responsable de la tecnología y gobernanza de contenidos, especialmente en entornos urbanos y de alta afluencia.
- Necesidad de equilibrar la expansión digital con criterios de eficiencia energética y desempeño ambiental del parque instalado.

Transformación de los hábitos y tendencias de consumo

CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

Los hábitos de consumo y la manera de prestar servicios están cambiando a medida que se generaliza el uso de soluciones digitales en la nube y herramientas colaborativas. En España, esta tendencia se refleja en el incremento del uso empresarial de servicios cloud: según el INE, en 2024 el 44,3 % de las empresas utilizaba servicios de computación en la nube de pago, lo que supone un aumento de 5,6 puntos respecto al primer trimestre de 2024. Este avance impulsa nuevas formas de trabajar (más distribuidas y apoyadas en datos) y acelera la adopción de modelos de gestión más conectados y eficientes.

Fuente: INE – Survey on the Use of ICT and e-commerce in enterprises. Year 2024 (nota de prensa)

En paralelo, el uso de servicios cloud se consolida también en el conjunto de la Unión Europea, donde más de la mitad de las empresas declaran emplear servicios de nube de pago, principalmente para funciones como correo, ofimática y almacenamiento. Este contexto refuerza la transición hacia experiencias y servicios cada vez más digitales, con mayor expectativa de inmediatez, personalización y capacidad de medición.

Fuente: Eurostat – Cloud computing: statistics on the use by enterprises

A su vez, estos cambios conviven con una mayor atención social y regulatoria a modelos de consumo más sostenibles, impulsando criterios de eficiencia, reducción de residuos y extensión de vida útil de productos y servicios. En el ámbito urbano, ello se traduce en una demanda creciente de soluciones que aporten utilidad pública y rendimiento a lo largo del tiempo, con un enfoque de servicio y mantenimiento continuado.

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- La consolidación de hábitos digitales y el uso intensivo de datos favorecen el desarrollo de soluciones de comunicación exterior más integradas y medibles, especialmente a través del crecimiento del inventario digital y de la mejora de capacidades operativas asociadas.
- La evolución hacia modelos de consumo más eficientes refuerza el encaje de la economía de la funcionalidad, en la que JCDecaux mantiene la propiedad del mobiliario, lo gestiona, lo mantiene y lo renueva, maximizando su vida útil y su rendimiento.
- Los cambios en necesidades urbanas abren la puerta a servicios urbanos de mayor valor añadido (según el marco contractual y la viabilidad técnica), como soluciones multifuncionales e iniciativas ligadas a movilidad y servicios al ciudadano.
- Mayor exigencia en ciberseguridad, continuidad operativa y gobernanza tecnológica a medida que crece el peso de activos y procesos digitalizados.
- Incremento de expectativas de clientes, ciudades y usuarios en términos de calidad del servicio, disponibilidad y rapidez de respuesta, en un entorno donde la experiencia del ciudadano tiende a ser cada vez más “en tiempo real”.
- Necesidad de equilibrar la expansión digital con criterios de eficiencia (operativa y energética) y con una gestión responsable del ciclo de vida de los activos.

Evolución de las expectativas sobre la responsabilidad social corporativa

CONTEXTO Y PERSPECTIVAS

En los últimos años se ha intensificado, en el ámbito europeo e internacional, la exigencia de mayor transparencia corporativa y de una gestión más robusta de los impactos ambientales, sociales y de gobernanza. En la Unión Europea, la Directiva de información corporativa en materia de sostenibilidad (CSRD) refuerza las obligaciones de reporte, incluyendo el enfoque de doble materialidad y la necesidad de informar de forma más completa sobre políticas, riesgos, objetivos y avances, incorporando información relevante a lo largo de la cadena de valor.

Fuente: Directiva (UE) 2022/2464 (CSRD), EUR-Lex

De forma complementaria, la tendencia se dirige hacia una responsabilidad corporativa más amplia en relación con terceros. A nivel de la UE, la iniciativa de diligencia debida en sostenibilidad impulsa que las empresas gestionen riesgos e impactos no solo en sus operaciones, sino también en sus relaciones comerciales y cadenas de actividad, elevando el nivel de exigencia sobre filiales, socios comerciales, subcontratistas y proveedores.

Fuente: Comisión Europea – Corporate sustainability due diligence

En paralelo, marcos internacionales de referencia han consolidado la diligencia debida como expectativa de conducta empresarial responsable. Entre ellos destacan los Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos y las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales sobre Conducta Empresarial Responsable (edición 2023), que refuerzan la importancia de identificar, prevenir, mitigar y rendir cuentas sobre impactos adversos, incluyendo los vinculados a relaciones comerciales.

Fuentes: ONU (OHCHR) – UN Guiding Principles on Business and Human Rights. / OCDE – OECD Guidelines for Multinational Enterprises on Responsible Business Conduct (2023).

En cuanto a la comunicación comercial y la relación con el público, el marco normativo europeo también fija expectativas claras en materia de prácticas comerciales leales y protección de consumidores, lo que refuerza la necesidad de controles sobre mensajes y contenidos.

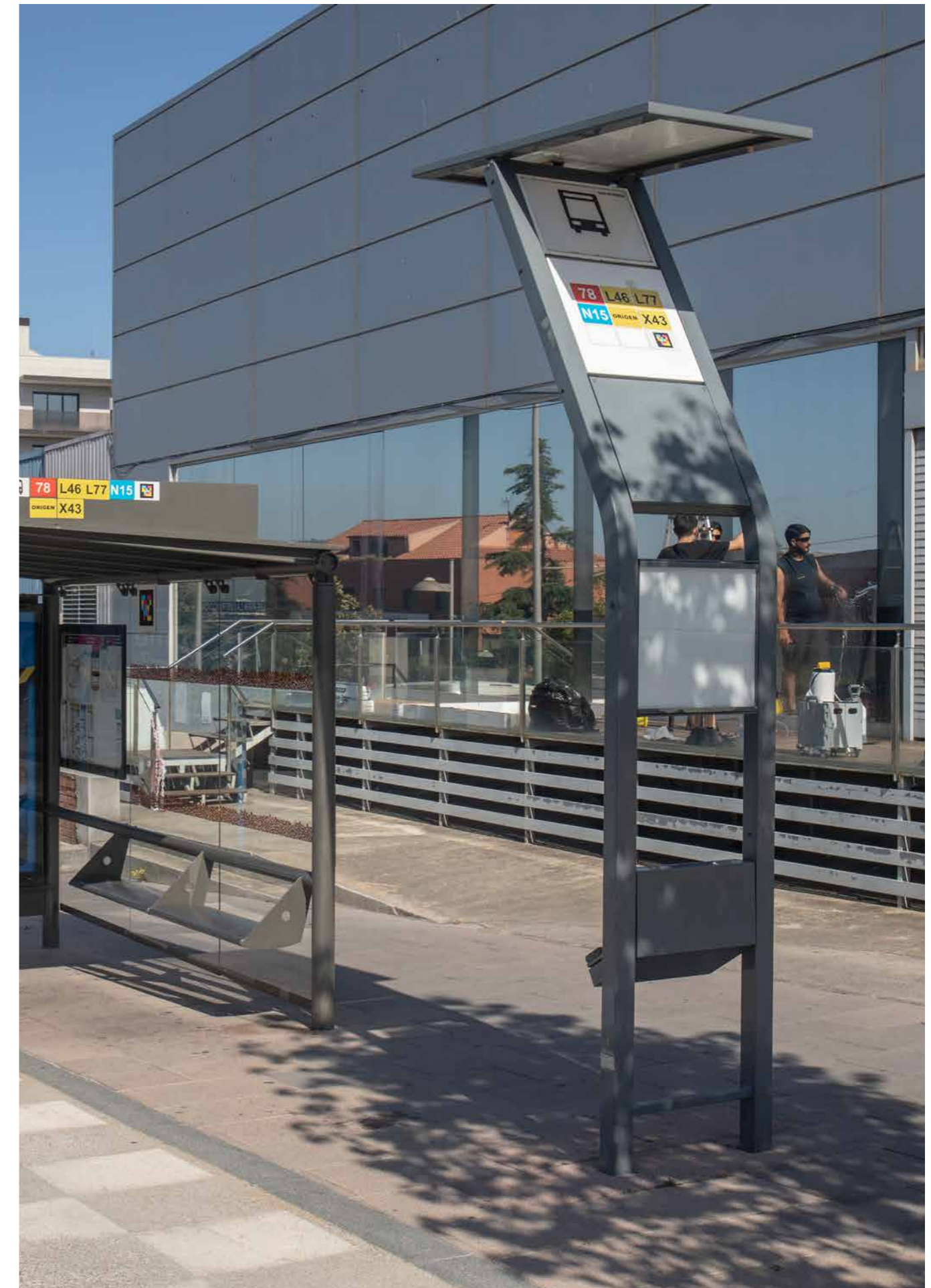
Fuente: Directiva 2005/29/CE (Unfair Commercial Practices Directive), EUR-Lex

Riesgos y oportunidades para JCDecaux

- Integrar estas tendencias en la gestión refuerza la diferenciación y la confianza con administraciones, clientes, socios y otros grupos de interés, y puede actuar como palanca para la innovación (ambiental, social y de negocio).
- La extensión de expectativas sobre la cadena de valor impulsa un enfoque de compras más estructurado, que puede mejorar la calidad, la continuidad del suministro y la trazabilidad de requisitos éticos y de sostenibilidad.
- Incremento de exigencias de reporte y de control sobre terceros, con posibles impactos en cargas de cumplimiento, homologación, auditorías y gestión contractual.
- Riesgo reputacional y de cumplimiento asociado a la gestión de contenidos publicitarios y a la necesidad de asegurar que los mensajes se ajustan a normativa aplicable y a estándares internos (p. ej., legalidad, veracidad, adecuación al público y sensibilidad social).

CONEXIÓN CON EL ANÁLISIS DE MATERIALIDAD DEL GRUPO

El seguimiento de las anteriores tendencias regulatorias y de expectativas internacionales —y su traducción a riesgos, oportunidades e impactos— alimenta el proceso de identificación y priorización de asuntos materiales. En este sentido, los resultados de dicho análisis se toman en cuenta junto con la matriz de materialidad del Grupo JCDecaux, que permite ordenar los temas relevantes en función de su importancia para el negocio y para los grupos de interés.



2.4. ESTRATEGIA Y OBJETIVOS

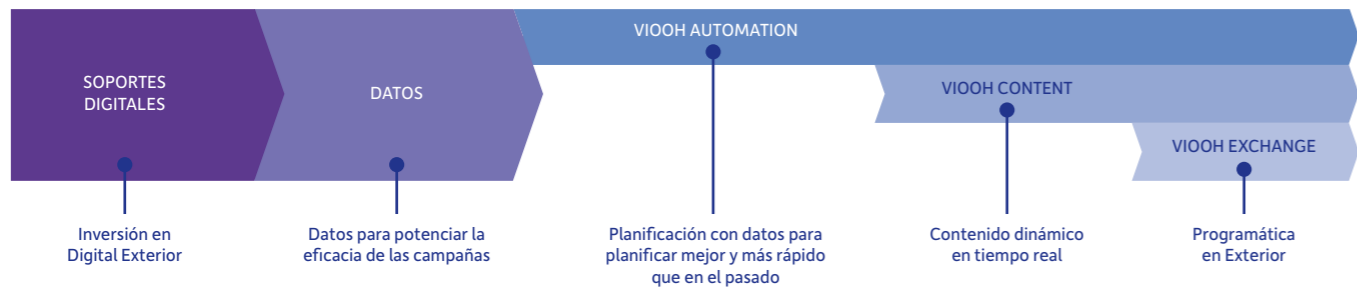
La estrategia de JCDecaux España se orienta a reforzar su actividad principal, consolidar los acuerdos comerciales vigentes y avanzar en la construcción del medio exterior del futuro. Este enfoque se articula sobre cinco ejes principales: la digitalización del soporte, la gestión del dato (data), el desarrollo de herramientas que mejoren los procesos de creatividad, planificación y medición de medios, la sostenibilidad como elemento transversal, y la innovación, incluyendo el impulso de acciones experienciales que aporten valor a marcas y audiencias.



1. Digitalización: JCDecaux sitúa la digitalización como un eje prioritario para impulsar la evolución del medio exterior y reforzar su propuesta de valor. A través del uso de datos y de herramientas específicas, la Compañía mejora la planificación, la gestión y la activación de campañas, contribuyendo a una ejecución más ágil y eficiente.

La incorporación de aspectos digitales permite potenciar los atributos tradicionales del medio exterior —notoriedad, impacto, cobertura y recuerdo— y, al mismo tiempo, añadir ventajas propias del entorno digital, como la inmediatez, la segmentación, la adaptación al contexto y una mayor interacción con las audiencias.

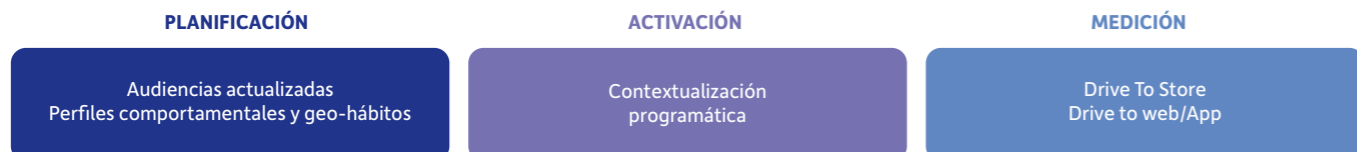
Para ello, JCDecaux cuenta con un conjunto de soluciones y herramientas que conforman una propuesta integral orientada a maximizar el rendimiento de las campañas y la experiencia del anunciante.



2. Data: El dato es un elemento central para entender las audiencias y mejorar la calidad de la planificación. Mediante el uso de tecnología y capacidades analíticas, JCDecaux profundiza en el conocimiento de los públicos y traduce esa información en propuestas más segmentadas, relevantes y eficaces.

Asimismo, la data refuerza la medición postcampaña en el medio exterior, al facilitar la evaluación del rendimiento y del impacto alcanzado. Esta capacidad de análisis permite ajustar estrategias con mayor precisión y contribuir a una toma de decisiones más informada.

Conocimiento de las audiencias para la optimización de campañas TRANSFORMACIÓN DIGITAL EXTERIOR: DATA MOBILE

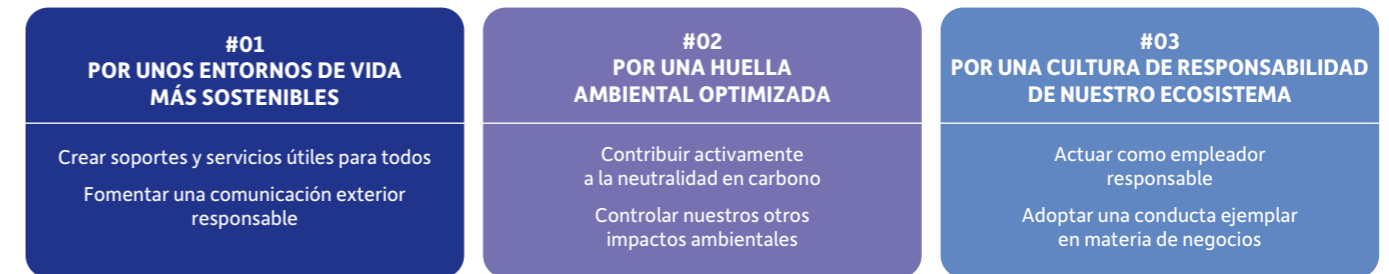


3. Brand Works: JCDecaux BrandWorks es la propuesta de servicio desarrollada para apoyar a clientes y partners, reuniendo herramientas y recursos orientados a mejorar el rendimiento de las campañas en Exterior. Se estructura como un conjunto de servicios de asesoría organizados en cuatro módulos, con el objetivo de optimizar la eficacia del medio en función de los objetivos de comunicación de cada marca.

- 1. STUDIOOH:** módulo centrado en creatividad y desarrollo de propuestas.
- 2. OPTIMIZE:** módulo orientado a la planificación optimizada de campañas.
- 3. ENGAGE:** catálogo de productos y soluciones para activar estrategias de comunicación.
- 4. EVALUATE:** módulo de medición, análisis y obtención de métricas de campaña.



4. Sostenibilidad: La sostenibilidad se integra como un eje clave para impulsar la innovación, reforzar la diferenciación y mejorar la competitividad de JCDecaux. En este sentido, la Compañía promueve una publicidad exterior cada vez más inclusiva, responsable y respetuosa con el entorno, en coherencia con las prioridades de la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).



5. Brand Experience: La innovación desempeña un papel determinante en el medio exterior al permitir construir experiencias diferenciales en el espacio público, donde el consumidor deja de ser un mero receptor y pasa a convertirse en parte activa de la campaña. En este ámbito, JCDecaux desarrolla acciones experienciales con un alto componente creativo que buscan generar un impacto visual relevante y una conexión más directa con las audiencias, a través de formatos y activaciones adaptadas a cada entorno.

Este enfoque se impulsa, además, de forma coherente con los compromisos de sostenibilidad, priorizando soluciones y activaciones que, en la medida de lo posible, incorporen criterios de menor impacto ambiental y promuevan prácticas responsables.

La Estrategia de Desarrollo Sostenible del Grupo se articula en seis prioridades, integradas en los tres pilares del desarrollo sostenible: espacios de vida más sostenibles, mejora de la huella ambiental y entorno empresarial responsable. Su finalidad es proporcionar un marco común que permita coordinar y orientar la actividad del Grupo en materia de sostenibilidad.

03

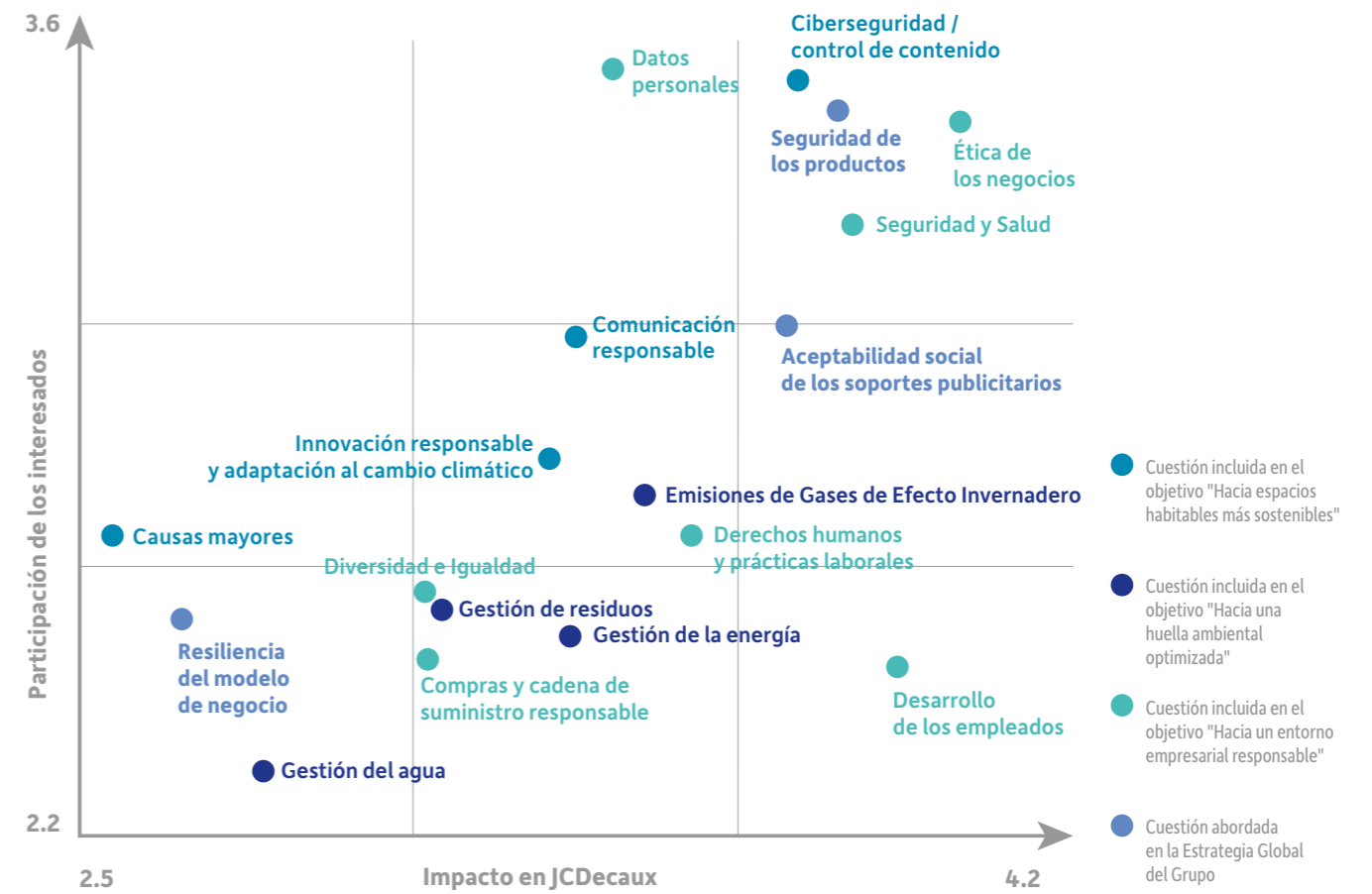
Matriz de materialidad de JCDecaux: la reflexión de las cuestiones a las que nos enfrentamos

En 2020, JCDecaux elaboró de forma interna su matriz de materialidad, incorporando los principales aspectos ambientales y sociales del Grupo, así como las inquietudes y expectativas trasladadas por sus terceros y grupos de interés. Con el fin de identificar y priorizar los asuntos más relevantes, tanto para la Compañía como para sus grupos de interés, se utilizaron distintas fuentes de información y dinámicas de contraste, entre las que se incluyen:

- **Entrevistas internas** con perfiles directivos y responsables con relación directa con grupos de interés, incluyendo áreas operativas y funcionales como Comercial, Finanzas, Relaciones con las Ciudades, Recursos Humanos y Marketing, entre otras.
- **Seguimiento de medios**, para incorporar tendencias, debates y percepciones relevantes del entorno.
- **Análisis de riesgos y oportunidades**, orientado a evaluar la exposición del Grupo y las posibles palancas de mejora asociadas a los temas identificados.
- **Maapeo interno de grupos de interés**, identificando y clasificando a los colectivos que influyen en JCDecaux o se ven influidos por su actividad, y recogiendo sus expectativas principales.

La información obtenida se consolidó en una matriz que permite visualizar y priorizar los temas materiales para JCDecaux y para sus grupos de interés. Asimismo, desde la formulación de la matriz de materialidad no se han producido cambios en el perímetro de trabajo, y tampoco se han identificado modificaciones en el contexto, el modelo de negocio o el mapa de grupos de interés.

Matriz de materialidad de JCDecaux:



Una vez identificados los principales desafíos estratégicos a través de la matriz de materialidad, JCDecaux definió su Estrategia de Desarrollo Sostenible, integrándola en la estrategia corporativa del Grupo y asegurando su coherencia con las operaciones de sus filiales y las expectativas de sus grupos de interés.

- Impulsar espacios públicos más sostenibles.
- Reducir el impacto medioambiental asociado a la actividad.
- Fomentar una cultura de responsabilidad en el conjunto del ecosistema (incluyendo terceros).
- Integrar estas ambiciones en la estrategia global del Grupo.

Esta estrategia establece líneas de actuación prioritarias, aplicables tanto a nivel de Grupo como en el ámbito de las filiales, con un enfoque eminentemente operativo. Su despliegue se articula en torno a cuatro ejes:

Cada uno de estos ejes se desarrolla mediante planes de acción específicos, acompañados de objetivos cuantitativos y cualitativos, que permiten orientar su ejecución y facilitar el seguimiento de su implantación.

Tabla resumen de las prioridades estratégicas, objetivos y resultados:

PRIORIDADES ESTRATÉGICAS	COMPROMISOS	FECHA LÍMITE	OBJETIVOS	RESULTADOS 2025
HACIA ESPACIOS DE VIDA MAS SOSTENIBLES	Promover nuestras innovaciones sostenibles & responsables	2030	Concienciación de los agentes de licitaciones para inclusión de requisitos ESG	Iniciado proceso de formación
CONTRIBUIR A LA NEUTRALIDAD DE CARBONO DEL PLANETA	Reducir las emisiones de carbono de los alcances 1 & 2 un 73 % con respecto a 2019	2030	Reducir emisiones de carbono del mobiliario	-56,20 %
			Reducir emisiones de carbono de nuestra flota de vehículos	-44,85 %
	Reducir las emisiones de carbono de alcance 3 un 46% con respecto a 2019	2030	Tasa de proveedores clave directos e indirectos evaluados durante el año (% del total)	100 %
			Establecimiento de un nuevo sistema de evaluación de la huella de carbono 3	Iniciado
	0% de residuos reciclables con destino a vertedero	2035	Sustitución de tratamientos de destrucción por reciclado o valorización	97,71 % Residuos reciclados
HACIA UN ENTORNO EMPRESARIAL RESPONSABLE	40 % de mujeres en nuestros comités de dirección ejecutiva para 2027	2030	100% de procesos de selección para puestos directivos en los que, durante la entrevista final, se recibió al menos una candidatura femenina o en los que fue nombrada una mujer	100 %
	Reducción de la tasa de frecuencia de accidentes en un 25 % (vs 2019)	2030	Reducción de la tasa de frecuencia de accidentes en un 25% (vs 2019)	-36 %
			Tasa de proveedores clave que firmaron el Código o cuentan con un equivalente validado (% del total)	100 %

Los objetivos establecidos reflejan el compromiso de JCDecaux con una revisión continua de su enfoque y con la adaptación a los retos que afectan a la actividad. En este sentido, la mejora continua y la evaluación de nuevas soluciones forman parte del modo de trabajo para avanzar de manera gradual y realista hacia las metas definidas, concretando una hoja de ruta operativa y pragmática



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 como elemento vertebrador entre la gestión diaria de la Compañía y los contenidos recogidos en el Estado de Información No Financiera (EINF). En la práctica, los sistemas de gestión certificados ISO 9001 e ISO 14001 constituyen el marco de control y seguimiento que JCDecaux España utiliza para gestionar, medir y mejorar los aspectos de calidad y medio ambiente identificados como relevantes (materiales), asegurando que los compromisos descritos en el EINF se traduzcan en procedimientos, responsables, objetivos y evidencias verificables.

A través de estos sistemas, el Departamento coordina la planificación y el despliegue de las acciones, el establecimiento de indicadores y objetivos (cuantitativos y cualitativos), el seguimiento del cumplimiento legal y de otros compromisos asumidos, y la incorporación de la mejora continua en los procesos. De este modo, los temas materiales vinculados a la calidad del servicio,

la prevención de impactos ambientales, la eficiencia en el uso de recursos, la gestión de residuos, o el control operacional en actividades de mantenimiento, encuentran su reflejo en mecanismos concretos de gestión: control documental, formación, comunicación interna, evaluación de riesgos y oportunidades, gestión de no conformidades, acciones correctivas y planes de mejora.

Asimismo, el Departamento mantiene un vínculo directo con la Junta Directiva, a la que reporta la evolución de los principales indicadores y el grado de avance de los planes, apoyándose en las herramientas propias de ISO 9001 e ISO 14001 (seguimiento periódico, auditorías internas/externas y revisiones del sistema). Este enfoque permite asegurar la coherencia entre lo reportado en el EINF y la gestión efectiva de los asuntos materiales, reforzando la trazabilidad, la consistencia de la información y la rendición de cuentas.

4.2. REDES DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En los centros de trabajo de JCDecaux España distribuidos por el territorio nacional se designan referentes locales de medio ambiente. Estas personas, debidamente formadas, actúan como punto de contacto en cada delegación y mantienen una coordinación directa con el Departamento de Calidad y Medio Ambiente.

Su función principal consiste en acompañar y supervisar la gestión ambiental a nivel local, realizando el seguimiento de las acti-

vidades y recopilando la información necesaria sobre los aspectos ambientales específicos de cada ubicación. Asimismo, desempeñan un papel esencial en la comunicación y coordinación entre las delegaciones y el departamento corporativo, favoreciendo la correcta circulación de información y la aplicación coherente de los criterios y directrices de la estrategia ambiental de la Compañía.

4.3. APLICACIÓN DE LA ESTRATEGIA DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En 2013 se inició en España la implantación de la Estrategia de Desarrollo Sostenible, promovida por el área corporativa de Desarrollo Sostenible y Calidad del Grupo. Posteriormente, en 2022, el Grupo actualizó su enfoque y presentó la Visión 2030, articulada en torno a tres ambiciones principales: crear espacios de vida más sostenibles, optimizar el impacto medioambiental y promover un entorno empresarial responsable.

El Grupo reforzó este marco de actuación con la publicación de una nueva estrategia climática, que incorpora el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2050.

En línea con estas directrices, durante 2025 la filial española continuó implementando diversas iniciativas como la sustitución

progresiva de vehículos convencionales por alternativas de menor impacto, mejora de los sistemas de iluminación de nuestros mobiliarios, inicio de implantación de nuestra herramienta 360 footprint para la medida del impacto ambiental de las campañas publicitarias y mejoras en nuestros sistemas de gestión de residuos entre otros.

La Junta Directiva realiza el seguimiento de la Estrategia y evalúa periódicamente su grado de avance. En estas revisiones se analizan prioridades, objetivos y líneas de actuación, y se introducen ajustes cuando procede en función de los resultados obtenidos, la evolución interna de la Compañía y el contexto externo.

4.4. NOTA METODOLÓGICA SOBRE EL ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

4.4.1. ÁMBITO DE APLICACIÓN DE LA INFORMACIÓN

El perímetro de información no financiera de JCDecaux España, S.L.U. abarca todos los grupos de actividad —mobiliario urbano, transporte y gran formato—, quedando fuera de dicho alcance las actividades desarrolladas por proveedores y subcontratistas.

4.4.2. PROCESO DE TRANSMISIÓN DE INFORMACIÓN

En 2023, el grupo JCDecaux implantó una aplicación web, diseñada para recopilar, analizar y procesar indicadores, generar informes y mantener la documentación de soporte necesaria para su control y verificación, a partir de esta herramienta, siguiendo un esquema de reporting trimestral se monitorizan todos los vectores relacionados con el desarrollo sostenible y desempeño en materia de sostenibilidad de la compañía.

La recogida de información se realiza con distinta periodicidad en función de la naturaleza del indicador. Los indicadores clave (por ejemplo, consumo energético, generación de residuos y tasas de reciclaje, entre otros) se reportan de forma trimestral, mientras que determinados indicadores de carácter estructural o de “valor” (como el desglose de plantilla o la información de seguridad y salud) se recogen con carácter anual. Esta dinámica de seguimiento contribuye a reforzar la fiabilidad de los datos, que se cierran, revisan y, en su caso, ajustan al cierre del ejercicio, el 31 de diciembre.

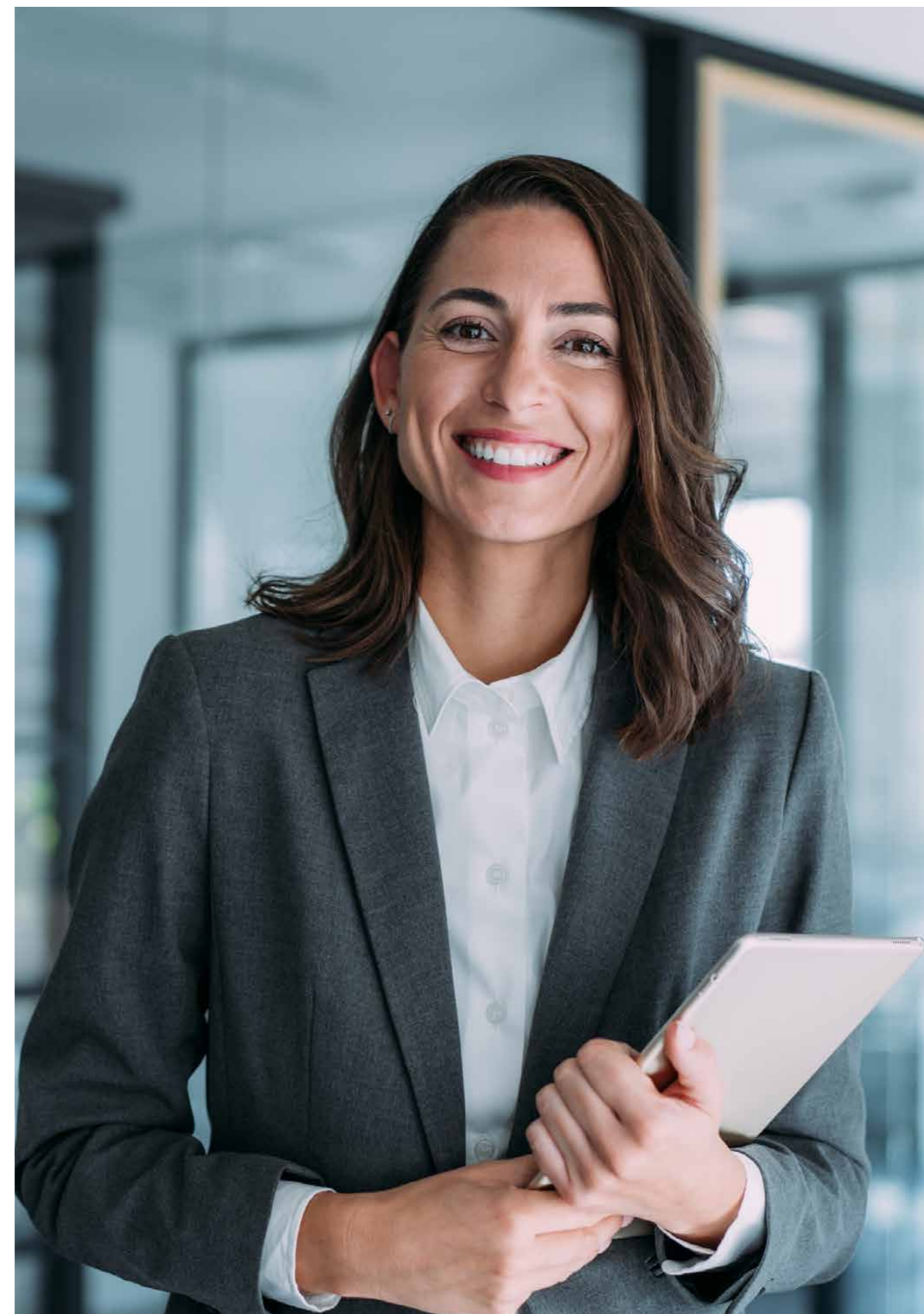
Una vez cargada la información en la aplicación, el área de Sostenibilidad del Grupo realiza una revisión y validación de los datos y gestiona la resolución de posibles discrepancias

4.4.3. SEGUIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE DATOS NO FINANCIEROS

La información recopilada por la filial española se revisa y analiza trimestralmente y se pone en conocimiento de la Dirección en el marco de una revisión anual, en la que se abordan los aspectos más relevantes, sus posibles implicaciones y las líneas de actuación a desplegar.

De forma complementaria, el Departamento de Desarrollo Sostenible y Calidad del Grupo realiza varias revisiones a lo largo del año sobre los datos reportados por las distintas filiales utilizando la herramienta del apartado anterior. Este trabajo permite disponer de una visión comparada del desempeño, visualizar la evolución de indicadores, y realizar el seguimiento de los planes de acción y de los resultados alcanzados por las principales filiales.

La información consolidada se incorpora asimismo al Documento de Registro del Grupo y sirve de base para dar respuesta a requerimientos de agencias de calificación ESG/no financiera y a las solicitudes de información de inversores con criterios de inversión responsable..



05

Compromiso medioambiental de JCDecaux

En 2025, JCDecaux mantiene su compromiso con la reducción del impacto ambiental asociado a su actividad. Para ello, la Compañía realiza análisis de riesgos ambientales que permiten identificar los principales focos de impacto vinculados a sus operaciones, entre los que se incluyen el consumo de energía derivado del funcionamiento del mobiliario y de la flota de vehículos, el uso de materiales asociados a campañas publicitarias y la gestión de residuos, entre otros.

En JCDecaux España, la gestión de estos riesgos se estructura a través del Sistema de Gestión Ambiental certificado conforme a ISO 14001, bajo la supervisión y coordinación del Departamento de Calidad, Medio Ambiente y Sostenibilidad. La Compañía cuenta con certificación por una entidad externa acreditada por ENAC desde 2004, lo que aporta un elevado nivel de consolidación y experiencia en su aplicación.

Las certificaciones de los sistemas de gestión conforme a ISO 9001 e ISO 14001 se mantienen vigentes, y se someten a las co-

respondientes auditorías anuales de seguimiento y/o recertificación por parte de la entidad certificadora, según proceda. Adicionalmente, la Junta Directiva revisa con periodicidad anual los compromisos medioambientales, evaluando el grado de avance de las prioridades establecidas y definiendo, en su caso, las actuaciones a impulsar.

En cuanto al perímetro de información, los datos relacionados con la estrategia de sostenibilidad consideran el conjunto de sociedades del Grupo JCDecaux en España; no obstante, los indicadores de desempeño incluidos en el presente informe corresponden, con carácter general, a JCDecaux España, S.L.U. Cuando no resulta posible efectuar el desglose, se indica expresamente.

Durante el ejercicio 2025, no se registraron expedientes, multas ni sanciones derivados de incumplimientos de normativa medioambiental.

5.1. IMPACTO DE NUESTRAS ACTIVIDADES EN EL MEDIO AMBIENTE

JCDecaux desarrolla su actividad en España desde 1982. La experiencia acumulada y el compromiso con la sostenibilidad se traducen en una forma de gestión orientada a anticipar y planificar los efectos de la actividad sobre el medio ambiente, la economía y la sociedad, incorporando estas consideraciones en la toma de decisiones.

En 2025, el contexto de creciente urgencia climática ha reforzado la relevancia de los impactos asociados a nuestras operaciones. Entre los aspectos más significativos destacan aquellos relacionados con la generación de residuos peligrosos electrónicos, baterías y pilas.

En el ámbito de la publicidad no digital, estos impactos se encuentran identificados y monitorizados de forma consolidada. No obstante, la transformación del parque de mobiliario en los últimos años —con una presencia cada vez mayor de soportes digitales— está modificando el perfil de impactos y su peso relativo va caracterizando estos impactos.

En términos generales, la gestión de soportes no digitales tiende a tener mayor incidencia en la generación de residuos. Por su parte,

los soportes digitales concentran de forma más relevante el impacto en el consumo eléctrico y en la generación de RAEE (Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos) y baterías, lo que exige medidas específicas de eficiencia, mantenimiento y fin de vida.

En materia de adaptación al cambio climático, los activos de JCDecaux cuentan con cobertura de aseguramiento frente a riesgos climáticos extremos.

Como parte de la adaptación al riesgo climático, JCDecaux está elaborando un procedimiento de respuesta ante emergencias climáticas que permita definir pautas de actuación y coordinación ante escenarios de estrés hídrico u otros episodios extremos.

Por último, los materiales utilizados en la fabricación de nuevos soportes, así como las buenas prácticas para la renovación de elementos existentes se alinean con los principios de economía circular, priorizando, cuando es posible, la reutilización de mobiliario, materias primas de menor impacto, como madera certificada y materiales reciclados.

5.2. EL PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN

En 2025, la matriz de análisis de riesgos medioambientales de JCDecaux incorpora las medidas de control y las acciones de mitigación asociadas a los riesgos identificados, con el objetivo de reforzar una gestión orientada al desarrollo sostenible a corto y largo plazo.

Este enfoque se complementa con la contratación de un Seguro de Responsabilidad Ambiental, que proporciona cobertura ante posibles contingencias y contribuye a una gestión responsable, preventiva y proactiva de los impactos ambientales.

5.3. INVERSIONES, GASTOS Y GARANTÍAS EN MATERIA MEDIOAMBIENTAL

JCDecaux mantiene su compromiso con la protección del medio ambiente. En 2025, la Compañía destinó aproximadamente 669.783,67 euros a actuaciones relacionadas con este ámbito, incluyendo, entre otros, costes de gestión externalizada de residuos, gastos asociados al Sistema de Gestión Ambiental, e inversiones vinculadas a la renovación de mobiliario e instalaciones orientadas a mejorar la eficiencia energética.

Por la naturaleza de sus operaciones, la Compañía no registra provisiones ambientales específicas. No obstante, desde 2007 dispone de un Seguro de Responsabilidad Medioambiental, que refuerza la capacidad de respuesta ante eventuales contingencias y contribuye a una gestión preventiva de los riesgos ambientales.

5.4. CONSUMO ENERGÉTICO – COMPROMISOS Y OBJETIVOS

El desempeño energético es un aspecto especialmente relevante para JCDecaux España por la propia naturaleza de sus operaciones y por su peso en la huella ambiental de la Compañía. En un contexto de transición climática y de volatilidad en los mercados energéticos de la Unión Europea, la gestión eficiente de la energía se mantiene como una prioridad, orientada tanto a la reducción de consumos como a la mejora continua de los procesos.

- **Mobiliario** (Mobiliario Urbano, Transporte y Gran Formato), que concentra el mayor componente de consumo por el suministro eléctrico asociado al funcionamiento de los soportes.
- **Flota de vehículos** (industriales y turismos), vinculada al uso de combustibles y electricidad.
- **Infraestructuras** (edificios y oficinas), asociadas al consumo de electricidad y gas.

En 2025, JCDecaux España reforzó su enfoque de eficiencia energética, incorporando nuevas medidas y actualizando sus líneas de actuación para responder a los desafíos actuales y anticipar los futuros en materia de sostenibilidad.

Para facilitar su seguimiento y control, el consumo se analiza por ámbitos de uso:

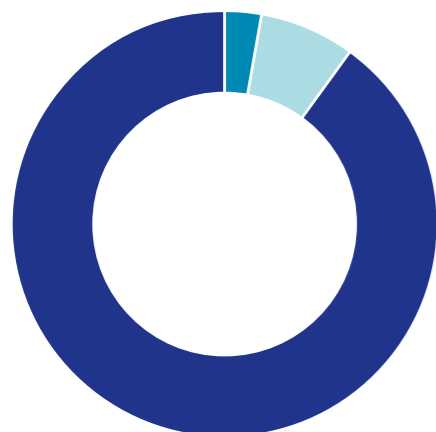
	2023		2024		2025	
	MWh ANUALES	% DEL TOTAL	MWh ANUALES	% DEL TOTAL	MWh ANUALES	% DEL TOTAL
Consumo vehículos (MWh)*	2.708	7 %	2.686	8 %	2.306	7 %
Consumo mobiliario (MWh)**	32.635	90 %	30.700	90 %	28.556	90 %
Consumo edificios (ELECT+GAS) (MWh)	810	2 %	719	2 %	960	3 %
TOTAL (MWh)	36.153	100 %	34.105	100 %	31.860	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 2025



- 3 % Consumo EDIFICIOS (MWh) (Electricidad+Gas) (MWh)
- 7 % Consumo VEHÍCULOS (MWh)*
- 90 % Consumo MOBILIARIO (MWh)**

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

El consumo total de energía en JCDecaux España durante el año 2025 fue de 31.860 MWh, resultando en una reducción de en torno al 6 % con respecto al año 2024.

JCDecaux España ha definido como uno de sus objetivos principales asegurar que el conjunto de sus consumos se abastezca con electricidad 100 % renovable. Este compromiso abarca también la electricidad vinculada al mobiliario urbano gestionado por la Compañía, incluso cuando dichos activos no son de su propiedad, siempre que estén bajo su gestión en materia de mantenimiento y explotación publicitaria.

Este compromiso se fijó en 2011, estableciendo como meta el año 2022 para lograr que todo el consumo eléctrico procediera íntegramente de fuentes renovables.

Como parte del compromiso y responsabilidad de JCDecaux y en línea con su estrategia de sostenibilidad y mitigación del impacto de la huella de carbono, desde 2022 el 100 % de la electricidad consumida por JCDecaux España procede de fuentes renovables, dando cumplimiento al objetivo definido. Por ello todo el consu-

mo eléctrico de la actividad de JCDecaux España en 2025 queda cubierto por certificados de origen.

En 2022, el Grupo JCDecaux introdujo una actualización en la metodología de cálculo de las emisiones de CO₂ asociadas a su actividad a nivel global. Bajo la coordinación corporativa, se definieron desde la empresa matriz en Francia tanto la metodología común como la plataforma de cálculo para estimar la huella de carbono en los tres alcances (1, 2 y 3), con aplicación homogénea en todos los países en los que el Grupo está presente.

Conforme a este enfoque, a continuación se presenta el impacto de la actividad de JCDecaux correspondiente al ejercicio 2025 mediante el desglose de la huella de carbono de la organización, estructurada conforme a los tres alcances de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) establecidos por el estándar internacional GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard.

Las emisiones se expresan en toneladas de CO₂ equivalente (tCO₂eq) para el conjunto de sociedades del Grupo JCDecaux en España en toneladas de CO₂eq:

	2023	2024	2025
Alcance 1	740,04	612,97	558,05
Alcance 2 (Enfoque de localización)	5281,89	4843,43	5092,67
Alcance 2 (Enfoque de mercado)	0	0	0
Alcance 3	14071,00	4868,72	8243,32

*Cálculo realizado con base en la metodología del GHG Protocol.

A continuación se realiza el desglose del Alcance 3 de nuestra huella de carbono, el cual recoge las emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (GEI) generadas en nuestra cadena de valor. Estas emisiones, aunque no son producidas directamente por la organización ni derivadas del consumo energético propio,

representan una parte significativa del impacto climático total asociado a nuestra actividad y, por ello, son objeto de seguimiento y reporte en el marco de nuestro compromiso con la transparencia y la lucha contra el cambio climático.

	2023	2024	2025
S3-1 Bienes y Servicios Adquiridos	2.397	1.824	1.909
S3-2 Activos fijos	8.367	1.040	2.696
S3-3 Emisiones Relacionadas con Combustibles y Energía	1.282	635	578
S3-4 Transporte y Distribución de Entrada (Aguas Arriba)	655	380	390
S3-5 Residuos Generados	60	35	361
S3-6 Viajes de Negocios	62	238	252
S3-7 Desplazamientos al Trabajo (Movilidad de Empleados)	1.888	717	2.058
S3-15 Inversiones	0	0	0

5.4.1. REDUCIR EL CONSUMO ELÉCTRICO DEL MOBILIARIO URBANO

El consumo eléctrico del total del parque de mobiliario gestionado por JCDecaux en 2025, representa el 90 % del consumo total de este recurso (28.556 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 como la instalación de paneles solares, sustitución paulatina de la luminaria convencional de los soportes por LED, así como un consumo neutralizado mediante la adquisición de garantías de origen.

Instalación de Paneles Solares en mobiliarios

Para avanzar en la reducción de consumos, JCDecaux incorpora de forma progresiva soluciones de autonomía energética en determinados soportes, mediante la instalación de SAE y sistemas de iluminación alimentados por energía solar con acumulación en baterías. Este esquema permite captar energía durante las horas de sol y mantener el funcionamiento día y noche, eliminando el consumo eléctrico asociado —estimado entre 50 W y 75 W— hasta cero en cada equipo solar instalado.

Esta línea de actuación se materializa, año tras año, en nuevas instalaciones de paneles solares, contribuyendo a la reducción del consumo eléctrico y, en consecuencia, de la huella de carbono. A cierre de 2025, JCDecaux contaba con 318 equipos con paneles solares, con una superficie instalada aproximada de 128 m².

La producción renovable asociada a estos paneles en el conjunto del territorio nacional se estima en 49 MW anuales.

Sustitución a LED de iluminación de mobiliarios

Durante el último ejercicio, JCDecaux España avanzó en la modernización de la iluminación de su mobiliario, sustituyendo sistemas convencionales por tecnología LED. En concreto, se renovaron los sistemas de iluminación de 76 mobiliarios, reemplazando tubos fluorescentes con un consumo medido de 200 W por soluciones LED de 45 W, con la consiguiente mejora en eficiencia.

Como resultado de este plan, en 2025 el 66 % del parque de mobiliario dispone de iluminación LED, frente al 62 % registrado en 2024. Estas sustituciones se programan procurando equilibrar la reducción del consumo energético con la minimización de residuos, priorizando el aprovechamiento de la vida útil de los equipos convencionales antes de su reemplazo.

5.4.2. OPTIMIZAR EL CONSUMO ENERGÉTICO DE LA FLOTA DE VEHÍCULOS

JCDecaux España gestiona la movilidad asociada a sus operaciones mediante el plan E-CAR, orientado a reducir la huella ambiental de la flota en las ciudades en las que presta servicio. Este plan agrupa distintas iniciativas dirigidas a minimizar el impacto derivado de los desplazamientos y de la operativa diaria.

A cierre de 2025, la flota activa estaba compuesta por 279 vehículos distribuidos en el conjunto del territorio nacional, lo que supone una reducción del 2,5 % respecto a los 286 vehículos registrados en 2024. La flota se compone, aproximadamente, de un 80 % de vehículos industriales y un 20 % de turismos. Los vehículos industriales se destinan principalmente a tareas de montaje, limpieza, colocación y mantenimiento del mobiliario urbano, mientras que los turismos se utilizan para funciones de supervisión y coordinación.

Durante el ejercicio, la Compañía mantuvo, además, dos certificaciones vinculadas a la gestión responsable de la movilidad:

- Certificado de Movilidad Sostenible (ECSM – European Certification for Sustainable Mobility), que avala la continuidad del enfoque de movilidad sostenible y el impulso de prácticas para reducir el impacto asociado a desplazamientos y operativa.
- Certificado de Flota Ecológica (AEGFA – Asociación Española de Gestores de Flotas de Automóviles), que reconoce la gestión de la flota bajo criterios de eficiencia, optimización del consumo y reducción de emisiones.

En conjunto, estas certificaciones refuerzan la orientación de JCDecaux España hacia una movilidad corporativa más sostenible, alineada con sus objetivos de reducción de emisiones y mejora del desempeño ambiental. En términos de consumo energético, el combustible representó en 2025 aproximadamente el 7 % del consumo energético total de la Compañía.

Nuestras acciones

En los procesos de renovación y ampliación de su flota, JCDecaux prioriza, siempre que sea viable, la incorporación de vehículos con menor impacto ambiental, valorando criterios como el consumo y las emisiones de CO₂, de acuerdo con las alternativas disponibles en el mercado y las necesidades operativas de cada actividad.

A efectos de seguimiento en el EINF, la flota se segmenta en dos grandes grupos:

- Vehículos de combustión (gasolina o diésel, 100 % combustibles fósiles).
- Vehículos medioambientalmente sostenibles (eléctricos, híbridos, microhíbridos, etc.).

En este marco, el número de vehículos medioambientalmente sostenibles pasó de 138 en 2024 a 156 en 2025, lo que supone un incremento de 18 unidades. Esta evolución refleja el avance del Plan de Renovación de Flota y la orientación de la Compañía hacia una movilidad más sostenible y con menores emisiones.

La actuación no se limita a la sustitución de vehículos. JCDecaux también interviene sobre los factores operativos que condicionan el consumo, especialmente mediante la optimización periódica de rutas utilizadas en labores de instalación, mantenimiento y colocación de publicidad, con el objetivo de reducir distancias, tiempos de desplazamiento y consumo de combustible.

Asimismo, se realiza un control preventivo y de seguimiento: los equipos llevan a cabo revisiones mensuales de puntos clave para asegurar que los vehículos se mantienen en condiciones adecuadas, combinando objetivos de seguridad y eficiencia. De forma complementaria, los supervisores efectúan un seguimiento mensual de consumos de la flota bajo su responsabilidad, verificando el cumplimiento de requisitos y objetivos y aplicando medidas correctivas cuando procede (por ejemplo, formación en conducción eficiente y segura o actuaciones de revisión y reparación mecánica).

Por último, JCDecaux España impulsa medidas para reducir desplazamientos innecesarios, como la formación del personal técnico en herramientas de monitorización y resolución de incidencias en remoto. Adicionalmente, en la entrega de cada vehículo se facilita a los conductores orientación sobre el uso más adecuado y eficiente del mismo.

5.4.3. OPTIMIZAR EL CONSUMO ENERGÉTICO DE LOS EDIFICIOS

Durante el ejercicio 2025, el consumo energético asociado a edificios supuso aproximadamente el 3 % del consumo energético total de JCDecaux España.

Dentro de este apartado, el mayor peso corresponde a la sede corporativa, que concentra en torno al 60 % del consumo de edificios, mientras que el 30 % se atribuye al conjunto de las 24 delegaciones distribuidas a nivel nacional.

En cuanto a los usos, el consumo se concentra principalmente en climatización (calefacción y aire acondicionado) e iluminación, que constituyen las partidas más relevantes. Por el contrario, otros consumos —como la ofimática o el agua caliente sanitaria (ACS)— tienen una contribución residual. Este patrón se mantuvo en 2025, orientando las principales medidas de eficiencia hacia la optimización de los sistemas de climatización e iluminación.

Nuestras acciones

La reducción del impacto ambiental de los edificios e instalaciones forma parte del enfoque de JCDecaux en materia de sostenibilidad. Para ello, la Compañía combina medidas de eficiencia energética, gestión y control del desempeño, con el objetivo de impulsar un uso responsable de los recursos y avanzar hacia un modelo de operación que no comprometa las necesidades futuras.

El seguimiento de las instalaciones se apoya en Planes de Mantenimiento Preventivo y Correctivo, con revisiones periódicas destinadas a asegurar el correcto funcionamiento de los equipos y a optimizar el consumo energético. Adicionalmente, para contrastar los avances y validar oportunidades de mejora, JCDecaux realiza auditorías de eficiencia energética conforme al RD 56/2016 y a la norma UNE EN 16247 1/2/3/4, efectuadas por una Entidad de Certificación Acreditada (ECA) y remitidas a los órganos competentes de las Comunidades Autónomas.

En el plano de las actuaciones técnicas, se han implantado soluciones orientadas a reducir consumos en los principales focos: instalación de sistemas de detección de presencia y regulación de luminosidad para ajustar el uso real de la iluminación; sustitución de luminarias convencionales por LED; y renovación de equipos de climatización por alternativas más eficientes.

Dentro de este conjunto de medidas, una de las iniciativas con mayor contribución fue la incorporación de energía renovable en la Sede Corporativa. En 2024 se finalizó la instalación de una planta fotovoltaica con capacidad de vertido a la red eléctrica, lo que permite inyectar energía renovable al sistema. Actualmente la planta cuenta con 346 paneles solares. En 2025 el consumo procedente de los paneles solares fue de 179.71 MWh. En términos de resultados, la producción anual asociada a la planta equivale aproximadamente al 33 % del consumo, mitigando de forma relevante el impacto ambiental derivado del uso de energía.

5.5. MINIMIZAR NUESTRO IMPACTO AMBIENTAL RESIDUAL

5.5.1. CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS & MATERIALES

JCDecaux desarrolla en España una actividad esencialmente de prestación de servicios, sin procesos de fabricación propios. En consecuencia, los materiales que utiliza en su operativa están ligados, principalmente, a las tareas de mantenimiento del mobiliario y de los equipos asociados a la movilidad, destacando el consumo de jabones, pinturas y disolventes, además del uso de papel.

Productos consumibles para el mantenimiento de los mobiliarios^{1y2}:

JABONES				
Año	LITROS	KG	% VARIACIÓN LITROS	% VARIACIÓN KG
2023	50.433	9.540		
2024	16.458	13.360	-67,37 %	40,04 %
2025	14.040	12.200	-14,69 %	-8,6

PINTURAS				
Año	LITROS	KG	% VARIACIÓN LITROS	% VARIACIÓN KG
2023	430	992		
2024	403	863	-6,16 %	-13,03 %
2025	549	109	36,33 %	-87,37 %

DISOLVENTES				
Año	LITROS	KG	% VARIACIÓN LITROS	% VARIACIÓN KG
2023	29.496	10		
2024	20.727	10	-29,73 %	0,00 %
2025	28.563	12	37,81 %	20,00 %

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. Los datos de periodos anteriores en este informe cambian con respecto a los reportes de años anteriores por mejora en el método de reporte, actualmente la cantidad se basa en los pesos y volúmenes reales en lugar de estimaciones.

El control y la mejora en el uso de estos recursos se canalizan a través del Sistema de Gestión Ambiental, que realiza un seguimiento continuado de los consumos. Cuando se detectan desviaciones o comportamientos no esperados, se activan procedimientos de análisis para identificar el origen de la variación y, en su caso, definir e implantar acciones correctivas que eviten su repetición.

La información que se presenta a continuación muestra la evolución del consumo de estos materiales durante el periodo analizado. Las variaciones más relevantes observadas se explican, en gran medida, por mejoras y ajustes en los procesos de recopilación y control de datos relativos al consumo de recursos.

Consumibles de oficina

Uno de los aspectos que JCDecaux monitoriza constantemente es el consumo de papel de uso de oficina. Este indicador es relevante para evaluar la eficiencia en la gestión de recursos y el compromiso con prácticas sostenibles. No obstante, es importante aclarar que los datos reportados en este período corresponden a las compras de material realizadas, y no al consumo real del papel utilizado.

Esta distinción es significativa, ya que las adquisiciones de papel pueden no coincidir temporalmente con su consumo efectivo. Las variaciones observadas en las compras responden a ciclos de aprovisionamiento, cambios en las necesidades operativas de la empresa, o ajustes en las políticas de gestión de inventarios, factores que no necesariamente reflejan cambios en los patrones de uso real.

Para evaluar adecuadamente el desempeño de la empresa en materia de consumo de papel, es esencial analizar estos datos en una perspectiva temporal más amplia. Solo mediante esta visión integral es posible identificar tendencias consolidadas, diferenciar fluctuaciones puntuales de patrones estructurales, y determinar si existen desviaciones significativas respecto a los niveles de consumo esperados. Por esta razón, la evolución del consumo de papel se presenta a través de series históricas que permiten contextualizar adecuadamente los datos del presente ejercicio.

Con el objetivo de mejorar la precisión en el monitoreo del consumo real de papel, JCDecaux se encuentra desarrollando un sistema de control en las zonas de impresión que entrará en funcionamiento durante el año 2026. Esta herramienta permitirá obtener datos más exactos sobre el consumo efectivo y contribuirá a una mejor gestión de este recurso.

SALIDAS PAPEL BLANCO					
AÑO	UDS.	Nº HOJAS	KG	% VARIACIÓN UDS	% VARIACIÓN KG
2023	93	46.500	262		
2024	115	57.500	347	23,66 %	32,38 %
2025	175	87.500	472	52,17 %	35,97 %

SALIDAS PAPEL BLANCO RECICLADO					
AÑO	UDS.	Nº HOJAS	KG	% VARIACIÓN UDS	% VARIACIÓN KG
2023	705	352.500	1771		
2024	673	336.500	1694	-4,54 %	-4,37 %
2025	776	388.000	1956	15,30 %	15,46 %

1. Los datos de periodos anteriores en este informe cambian con respecto a los reportes de años anteriores por mejora en el método de reporte, actualmente se incluyen todas las tipologías de papel que se adquieren.

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.

En relación con las operaciones de lavado de vehículos, a día de hoy la empresa ha externalizado esta actividad en prácticamente todas sus delegaciones. Los sistemas de lavado de vehículos de movilidad sostenible han sido optimizados priorizando la limpieza en seco.

En línea con su compromiso ambiental, JCDecaux continúa evaluando y sustituyendo los productos de mantenimiento que contengan componentes químicos perjudiciales para el medio ambiente, optando siempre por alternativas más sostenibles y respetuosas con los ecosistemas.

5.5.3. GENERACIÓN DE RUIDO

JCDecaux programa las actividades que generan mayores niveles de ruido exclusivamente en horario diurno. Este compromiso se extiende a todos sus procesos operativos y a los de sus proveedores, quienes utilizan equipos diseñados para minimizar la contaminación acústica. Por ejemplo, los camiones de recogida de vidrio están equipados con cajas forradas que reducen significativamente el ruido durante el vaciado de contenedores.

Para tareas más ruidosas como la limpieza de mobiliario, JCDecaux cuenta con un camión especializado para la limpieza de techos de marquesinas que, aunque opera principalmente en horario diurno, puede funcionar durante la noche si es necesario. Este vehículo cumple con las normativas españolas y europeas

sobre niveles de ruido, incorporando un habitáculo insonorizado para la bomba y la caldera, garantizando así el control de emisiones acústicas.

Los Mupi digitales ubicados en espacios exteriores emplean un sistema de refrigeración basado en ventilación forzada que optimiza tanto el consumo energético como los niveles de ruido. Este sistema logra reducir la contaminación acústica de forma notable: mientras que los compresores tradicionales de aire acondicionado generan aproximadamente 70 dB, la ventilación forzada reduce este nivel a 55 dB en su máxima capacidad, situación que además ocurre con poca frecuencia durante la operación normal del equipo.

5.5.4. IMPACTO LUMÍNICO

Las pantallas digitales de exterior incorporan células fotosensibles que regulan automáticamente la intensidad luminosa en función de las condiciones ambientales. Esta funcionalidad permite ajustar el brillo en periodos nocturnos o en entornos con baja luminosidad, reduciendo tanto el consumo energético como el impacto por contaminación lumínica. Gracias a esta tecnología, la intensidad puede disminuir hasta 250 lúmenes, un nivel especialmente reducido para pantallas LCD-LED de exterior, cuyo valor máximo puede alcanzar aproximadamente 3.500 lúmenes.

En el ámbito de JCDecaux Indoor —que comprende, entre otros, centros comerciales y estaciones de metro— la cuestión de la contaminación lumínica no se considera un aspecto material. No obstante, en el caso del mobiliario exterior instalado en la vía pública, se aplican medidas específicas para minimizar su contribución, como el apagado nocturno de determinados soportes iluminados de gran formato.

5.6. ECONOMÍA CIRCULAR: GESTIÓN Y RECICLAJE DE RESIDUOS

JCDecaux cuenta, con un sistema de gestión y manejo de residuos que garantiza que la totalidad de los residuos generados se entrega y gestiona a través de gestores autorizados. Los residuos derivados de la actividad de JCDecaux se clasifican por tipología y se distribuyen en el ejercicio de 2025 según se muestra a continuación:

Nombre del residuo	RESIDUOS NO PELIGROSOS			
	RECICLAJE		NO RECICLAJE	
	2025 (t)	% Total 25	2025 (t)	% Total 25
Vidrio y Cristales	112,957	15,03 %		
Residuos Voluminosos	66,34	8,83 %		
Policarbonatos	0,7	0,09 %		
Plástico doméstico	16,992	2,26 %		
Papel con cola	5,02	0,67 %		
Metacrilatos	0,082	0,01 %		
Lonas PVC	0,25	0,03 %		
Estructuras de hormigon	47,502	6,32 %		
Banal	9,86	1,31 %	0,7	0,093 %
Fibra de Vidrio	5,28	0,70 %		
RAEE No Peligroso	2,107	0,28 %		
Papel y Cartón	2,28	0,30 %	0,02	0,003 %
Papel de cartelería (MOBU)	261,622	34,82 %	6,295	0,838 %
Material Electrico y Electrónico	4,927	0,66 %		
Madera	12,52	1,67 %		
Luminarias	0,033	0,00 %		
Documentación confidencial	14,22	1,89 %		
Cubiertas bicicletas	2,336	0,31 %		
Chatarra	174,825	23,27 %	0,18	0,024 %
Cartuchos de tinta y toner	0,006	0,00 %		
Cartón	4,1	0,55 %		
Filtros aire acondicionado	0,2	0,03 %		
Luminarias LED	0,026	0,00 %		
	744,185	99,03 %	719,50 %	0,96 %

Nombre del residuo	RESIDUOS PELIGROSOS			
	RECICLAJE		NO RECICLAJE	
	2025 (t)	% Total 25	2025 (t)	% Total 25
Absorbentes contaminados	470	3,75 %	223	1,78 %
Aerosoles	102	0,81 %	15	0,12 %
Aguas con hidrocarburos	5	0,04 %	160	1,28 %
Baterías de Ni-Cd	5	0,04 %	0	0,00 %
Baterías de plomo	1619	12,93 %	0	0,00 %
Envases con restos de adhesivos y sellantes	29	0,23 %	0	0,00 %
Envases contaminados	94	0,75 %	0	0,00 %
Envases metálicos contaminados	278	2,22 %	7	0,06 %
Envases plásticos contaminados	595	4,75 %	104	0,83 %
Monitores - Pantallas digitales	5474	43,72 %	0	0,00 %
RAEE Peligrosos	1548	12,36 %	34	0,27 %
Residuos de toner y cartuchos	13	0,10 %	0	0,00 %
Restos de pinturas	30	0,24 %	5	0,04 %
Tubos fluorescentes	1461	11,67 %	250	2,00 %
	11723	93,61 %	798	6,38 %

*En 2025 se ha mejorado el sistema de clasificación de residuos, lo que ha permitido distinguir tipologías específicas que antes se agrupaban en la categoría de "residuos voluminosos". Como consecuencia de este cambio metodológico, los datos de 2025 no son directamente comparables con los del ejercicio 2024, por lo que no se incluye una comparativa interanual.

	2023	2024	2025	2025 VS 2024 (%)
RRPP (t)	9,65	10,17	12,521	23,15 %
RNP (t)	1016,88	947,38	751,381	-20,70 %
Total (t)	1026,53	957,55	763,902	-20,24 %

Durante el ejercicio 2025, la generación de residuos peligrosos se incrementó un 23,15 %, mientras que los residuos no peligrosos disminuyeron en un 20,7 % en comparación con los datos de 2024. Esto se traduce en una reducción global del 20 % en la generación total de residuos en 2025 frente al año anterior.

Estas variaciones en la cantidad de residuos no peligrosos son debidas principalmente a una mejor segregación de los residuos así como a medidas de economía circular como por ejemplo la utilización de los mobiliarios y soportes desmontados de Bilbao para los nuevos montajes de nuestros mobiliarios de Getafe reduciendo así la cantidad de residuos generados por estos desmontajes.

En el caso de los residuos peligrosos el aumento obedece a una mejor regularización de nuestros sistemas de almacenamiento resultando en recogidas en periodos más cortos para los residuos.

Por otro lado, todos estos aspectos son monitorizados a través de nuestro sistema de gestión ambiental certificado en base a la norma ISO 14001, lo que nos permite detectar cualquier desviación con respecto a la operación normal y los valores habituales y tomar las acciones correspondientes para optimizar nuestros procesos y minimizar nuestro impacto ambiental.

Los principales residuos generados se deben, mayoritariamente, a trabajos de renovación de mobiliario y a trabajos de reducción de stock en almacenes; así como por los propios residuos de cartelería, para los cuales se posee un sistema de reutilización cuya efectividad viene condicionada por la caducidad o no de las campañas publicitarias.

En 2025 la tasa de reciclaje ha aumentado considerablemente con respecto a 2024, pasando de un 82 % aproximadamente a un 99,04 %, esta variación es fruto de un trabajo continuado con nuestros gestores de residuos para garantizar el mejor tratamiento y el menor impacto de todos nuestros residuos.

	RESIDUOS NO PELIGROSOS		
	2023 (t)	2024 (t)	2025 (t)
No reciclaje	150,108	170,749	7,195
Reciclaje	866,769	776,789	744,186
Total	1016,877	947,538	751,381
% Reciclaje	85,24 %	81,98 %	99,04 %

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

En 2025 se generaron **267.917 kilogramos** de residuos de papel procedentes de la cartelería vinculada a la actividad de **mobiliario urbano**, lo que supuso el **35,65 %** del total de residuos clasificados por **JCDecaux**.

Una vez finalizada su vida útil, el **97,65 %** de estos carteles se **recicló** con la participación de **empresas colaboradoras**, mientras que el porcentaje restante fue **gestionado por empresas autorizadas** de tratamiento de residuos.

Nuestras acciones

En relación con la logística asociada a la cartelería, los embalajes de madera tipo Box se emplean bajo un esquema de reutilización

para el envío de carteles a las distintas delegaciones. Tras su utilización, dichos embalajes se retornan al taller central para su posterior uso en nuevos envíos, contribuyendo a la reducción de residuos y al fomento de un modelo de economía circular.

Asimismo, JCDecaux mantiene una política de conservación y reutilización de cartelería una vez finalizado su periodo de exhibición, siempre que sea viable. Esta práctica permite evitar reimpressiones en campañas posteriores, con la consiguiente optimización del consumo de materiales y la disminución del impacto ambiental asociado a la producción de nuevos soportes.

En 2025, la tasa de recuperación y de reciclaje se ha mantenido en niveles muy similares a los registrados en 2024, si bien se observa una ligera reducción, fruto de las variaciones en la caducidad y los plazos de finalización de las campañas publicitarias.

AÑO	CARTELES FIJADOS	CARTELES RECUPERADOS	% CARTELES RECUPERADOS	CARTELES REUTILIZADOS	% CARTELES REUTILIZADOS
2024	1.040.203	272.473	26,19 %	45.366	16,65 %
2025	1.047.714	281.855	26,90 %	39.946	14,17 %

* 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 incorpora medidas orientadas a minimizar los residuos derivados del desmontaje de mobiliario urbano asociado a contratos finalizados, siempre que los elementos mantengan condiciones adecuadas de uso. Por ello, en cada operación de retirada se realiza una evaluación técnica para determinar la posibilidad de reutilizar, adaptar o reacondicionar el mobiliario con vistas a su posterior reinstalación, teniendo en cuenta, entre otros factores, su estado, los requisitos de seguridad y los posibles cambios normativos aplicables.

Este enfoque favorece la extensión de la vida útil de los activos y contribuye a un uso más eficiente, sostenible y responsable de los recursos.

Nuestras acciones

Restauración y mantenimiento preventivo de mobiliario urbano y flota de actividad ciclo

Con el objetivo de prolongar la vida útil del mobiliario urbano y de los equipos asociados a la actividad, JCDecaux España desarrolla actuaciones de mantenimiento preventivo y correctivo que permiten conservar el estado de los activos, reducir la necesidad de sustituciones y optimizar el uso de recursos.

En el caso del mobiliario, estas labores incluyen, entre otras, la sustitución de luminarias por tecnología LED, la reparación de componentes eléctricos y electrónicos, la renovación de pintura para prevenir el envejecimiento y la corrosión de las estructuras, así como distintas intervenciones de reparación y renovación derivadas del uso y del desgaste.

De forma complementaria, para los equipos de la actividad Ciclo (bicicletas) se aplica un plan de mantenimiento preventivo, orientado a asegurar su disponibilidad, fiabilidad y durabilidad, y a maximizar el aprovechamiento de los equipos durante su ciclo de vida.

En 2025 el coste total asociado a estas actuaciones de mantenimiento y conservación ascendió a 174.634,01 euros.

5.6.3. DESPERDICIO DE ALIMENTOS

En el marco de la estrategia de sostenibilidad de JCDecaux España y de su enfoque de prevención de residuos, la Compañía incorpora criterios de eficiencia y consumo responsable también en aquellas actividades auxiliares que, aun no siendo materiales por volumen, forman parte de la operativa corporativa. En este sentido, el ámbito de la alimentación se circunscribe principalmente a la contratación puntual de servicios de catering, por lo que su impacto sobre la actividad no es representativo, si bien se aplican medidas para minimizar posibles efectos.

En este ámbito nuestros proveedores de catering trabajan exclusivamente bajo pedido, ajustando la preparación a la cantidad de personas solicitada y elaborando la comida en el momento de la solicitud. Este modelo contribuye a reducir excedentes y, en consecuencia, el consumo innecesario de alimentos y materiales asociados.

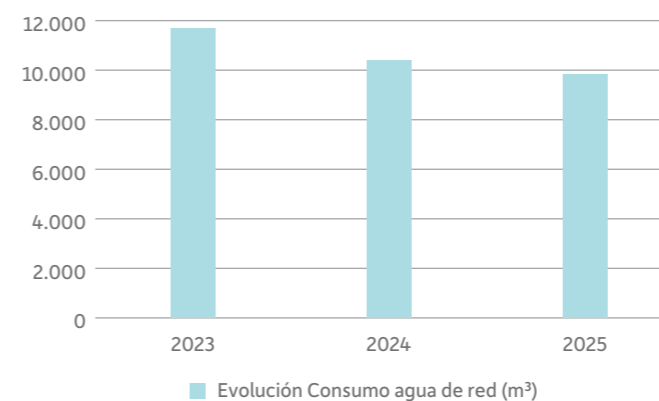
Asimismo, los residuos derivados del servicio se gestionan conforme a los sistemas de segregación y reciclaje implantados en las instalaciones de la Compañía. Adicionalmente, se dispone también de la posibilidad de solicitar al proveedor recipientes para facilitar que los empleados puedan llevarse las cantidades sobrantes, contribuyendo a la prevención del desperdicio alimentario.

5.7. GESTIÓN DEL AGUA

La gestión del agua es un asunto especialmente relevante para la compañía porque nuestra red de centros en España se distribuye en territorios con realidades hídricas diferentes. De forma general, en la zona norte y cornisa cantábrica predomina una menor presión hídrica (niveles de estrés entre medio-bajo y medio), mientras que en parte del interior se observan situaciones intermedias (medio-bajo a medio-alto). En cambio, una parte significativa de nuestra actividad se concentra en el sur y sureste, así como en parte del arco mediterráneo, donde el estrés hídrico identificado es más elevado (alto o incluso extremadamente alto). Este contexto refuerza la importancia de reducir consumos, evitar usos innecesarios y minimizar riesgos operativos asociados a episodios de sequía o posibles restricciones.

Para ello, aplicamos medidas orientadas a la eficiencia y la prevención, como el seguimiento interno de consumos para detectar desviaciones, el mantenimiento preventivo y la actuación ante fugas o incidencias, la incorporación progresiva de equipos e instalaciones de bajo consumo cuando procede y la sensibilización del personal en buenas prácticas. En conjunto, estas acciones contribuyen a una reducción continua del consumo de agua y a un uso más responsable del recurso en todas nuestras ubicaciones.

El agua es uno de los recursos más importantes empleados en los procesos de limpieza, tanto interior como exterior, del mobiliario. En 2025, el consumo total de agua de JCDecaux a nivel nacional fue de 9816,66m³; de los cuales 48,7 proceden de consumo de aguas pluviales. En la tabla de debajo puede apreciarse como ha ido descendiendo el consumo de agua en los últimos años:



5.8. PREVENCIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Las actividades de JCDecaux se desarrollan principalmente en entornos urbanos, por lo que no generan impactos directos sobre espacios naturales protegidos ni sobre hábitats sensibles que pudieran afectar de forma negativa a la flora y la fauna.

Este modelo operativo permite centrar la actuación de la compañía en la mejora del entorno urbano y de la calidad de vida en las ciudades, minimizando el riesgo de interferencia en áreas de alto valor ecológico o sujetas a protección ambiental.

El consumo de agua de la compañía se puede dividir en tres principales ámbitos:

- Limpieza y mantenimiento del mobiliario.
- Mantenimiento de infraestructuras.
- Usos sanitarios en instalaciones y oficinas.

Todo el agua utilizada procede del suministro de la compañía proveedora, y las aguas residuales generadas se gestionan a través de los sistemas integrales de saneamiento correspondientes.

Nuestras acciones

Para las labores de limpieza y mantenimiento del mobiliario, se utilizan equipos de difusión de baja presión y sistemas de limpieza mecánica (cepillos lanza), lo que permite ajustar al mínimo la cantidad de agua necesaria para realizar estas tareas, manteniendo los estándares de calidad del servicio.

Nuestra sede de Bilbao cuenta con un sistema de captación y aprovechamiento de aguas pluviales que permite disminuir el consumo de agua de red en esta ubicación. La implantación de esta solución ha contribuido, además, a reducir necesidades energéticas asociadas y a generar un ahorro aproximado de 220 m³ anuales.

En relación con el uso de agua, se realiza un seguimiento continuo de la calidad del agua en las distintas delegaciones para optimizar y, en su caso, limitar el empleo de procesos de ósmosis en aquellas ubicaciones donde no resulta necesario, con el objetivo de minimizar el consumo de agua y, al mismo tiempo, mantener los estándares de calidad del servicio.

En determinadas delegaciones en las que no es posible eliminar el proceso de ósmosis, dadas las particularidades del agua disponible, se mantiene el uso de agua osmotizada en los procesos de limpieza con el objetivo de minimizar el empleo de productos de limpieza de mayor impacto ambiental y optimizar el consumo de agua. Esta medida permite acortar los tiempos de limpieza y reducir el volumen de agua por unidad de mobiliario; junto con una planificación operativa eficiente, refuerza el compromiso con un uso responsable del recurso hídrico.

06

Nuestro compromiso social



El capital humano constituye uno de los ejes fundamentales de JCDecaux. La Compañía cuenta con un total de 576 personas trabajadoras a cierre del ejercicio 2025, y un promedio de 573,16 personas trabajadoras durante dicho ejercicio, de los cuales más del 98 % dispone de contrato fijo.

El compromiso social con su colectivo de personas trabajadoras es clave para el éxito empresarial, así durante el ejercicio 2025, además de los ejes vinculados con la Estrategia de Desarrollo Sostenible de JCDecaux, se han gestionado las siguientes líneas de trabajo: Igualdad, diversidad y no discriminación

- Certificación AENOR en el Sistema de Gestión de Igualdad de Género, integrando las directrices de la ISO 53800.
- Protocolo de acoso sexual, por razón de sexo y por conductas que atentan contra la diversidad sexual.
- Protocolo de violencia de género y medidas de apoyo a la víctima.
- Guía de comunicación incluyente y no sexista, orientada a promover un lenguaje respetuoso y libre de sesgos.
- Integración laboral de personas con capacidades diferentes, mediante contratación directa y colaboración a través de contratos de prestación de servicios con Centros Especiales de Empleo.
- Plan de Diversidad LGTBI
- Protocolo específico de acoso a personas LGTBI.

Salud, bienestar y apoyo psicoemocional

- Programa JCDecaux + Salud, reconocido como Buena Práctica en Promoción de la Salud en el Trabajo por el Instituto Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo (Ministerio de Trabajo).
- Programa de Ayuda a Empleados/as (PAE), que ofrece asistencia psicoemocional confidencial.
- Programa de bienestar emocional, orientado a la prevención, el acompañamiento y la mejora del bienestar integral de la plantilla.

Conciliación, corresponsabilidad y condiciones laborales

- Promoción e impulso de medidas de conciliación de la vida personal y profesional, así como de corresponsabilidad.
- Plataforma de retribución flexible, con opciones ampliadas para personalizar beneficios y facilitar su gestión.

Desarrollo organizativo y mejores prácticas

- Participación en el grupo de trabajo internacional de mejores prácticas en RR. HH., con el objetivo de avanzar hacia una política común y homogénea en el conjunto del Grupo JCDecaux.
- Acuerdos corporativos en materia de compromiso social, alineados con las políticas globales del Grupo.

6.1. JCDECAUX COMO ORGANIZACIÓN RESPONSABLE (DISTRIBUCIÓN EMPLEADOS)

En los apartados siguientes se presentan, a través de distintos indicadores, las políticas de gestión de personal de JCDecaux. Los datos no incluyen a los tres consejeros de la sociedad, dado que no forman parte del colectivo laboral analizado.

6.1.1. DISTRIBUCIÓN DE LOS TRABAJADORES POR GÉNERO Y EDAD

Los datos relativos al número de personas trabajadoras y su distribución porcentual, desglosados por género y por tramo de edad, tanto en promedio del año 2025, como a cierre de este, se recogen en las siguientes tablas:

Distribución por género:

Género	PROMEDIO 2023		PROMEDIO 2024		PROMEDIO 2025	
	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	171,46	29,68 %	177,47	31,17 %	182,01	31,76 %
Hombres	406,31	70,32 %	391,89	68,83 %	391,15	68,24 %
Total	577,77		569,36		573,16	

Género	DATOS A FECHA 31/12/2023		DATOS A FECHA 31/12/2024		DATOS A FECHA 31/12/2025	
	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	175	30,33 %	182	31,93 %	182	31,60 %
Hombres	402	69,67 %	388	68,07 %	394	68,40 %
Total	577		570		576	

Respecto a la distribución por género, se observa una infrarrepresentación femenina en el colectivo operacional, compuesto en un 98,29 % por hombres. No obstante, la evolución durante el ejercicio 2025 ha sido positiva: el promedio anual de mujeres en el colectivo operacional aumentó en 0,15 % respecto al ejercicio anterior. JCDecaux mantiene un firme compromiso con la igualdad y continúa trabajando para incrementar la presencia femenina en este ámbito.

En el resto de la plantilla —excluyendo el colectivo operacional— la distribución está equilibrada, correspondiendo el 52,05 % a mujeres.

A 31 de diciembre de 2025, el colectivo operacional contaba con 4 mujeres, lo que representa un 1,71 % del total de hombres. El promedio anual de mujeres en terreno fue de 4,75, equivalente al 2,05 %.

Durante 2025 se publicaron 43 ofertas para puestos de terreno. En los procesos de selección se registraron 11.770 candidaturas, de las cuales 968 fueron de mujeres (8,22 %). Las mujeres representaron el 4,81 % de las personas que avanzaron en el proceso y el 9,30 % de las contrataciones finales (4 mujeres).

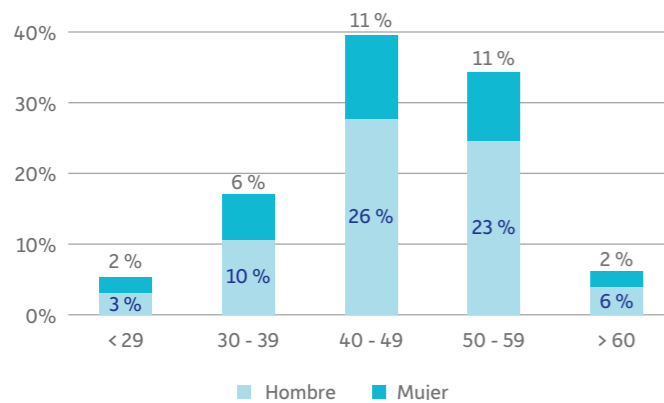
Estos datos muestran que, aunque la atracción de candidatas continúa siendo el principal reto, las mujeres que se postulan alcanzan tasas de contratación iguales o superiores a las de los hombres, lo que evidencia procesos de selección equitativos y una actitud abierta hacia su incorporación.

La estabilidad en el número de mujeres en el colectivo operacional confirma que se siguen dando pasos hacia el objetivo de aumentar su presencia.

Distribución por Edad:

Edad	PROMEDIO 2023		PROMEDIO 2024		PROMEDIO 2025	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
< 29	19,58	7,08	15,89	10,93	18,18	13,39
30 - 39	77,69	40,21	66,78	35,97	56,83	33,24
40 - 49	156,5	68,94	153,51	65,11	149,78	60,35
50 - 59	130,12	46,24	130,74	56,98	134,03	64,03
> 60	22,42	9	24,97	8,48	32,33	11
Total	406,31	171,46	391,89	177,47	391,15	182,01

Edad	DATOS A FECHA 31/12/2023		DATOS A FECHA 31/12/2024		DATOS A FECHA 31/12/2025	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
< 29	20	10	19	13	21	13
30 - 39	79	39	67	38	58	33
40 - 49	157	69	151	68	149	60
50 - 59	125	48	128	55	134	65
> 60	21	9	23	8	32	11
Total	402	175	388	182	394	182



Respecto a la situación demográfica de la empresa, se observa un equilibrio intergeneracional razonable, con presencia de personas trabajadoras en todos los tramos de edad, lo que favorece la combinación de perfiles junior, sénior y expertos.

Asimismo, la concentración mayoritaria en los tramos centrales de edad pone de manifiesto la estabilidad de la plantilla y la retención del talento, asociadas a carreras de larga duración y a un elevado nivel de fidelización.

Además, se constata la presencia de mujeres y hombres en todos los rangos de edad, lo que contribuye a la diversidad de género en la organización.

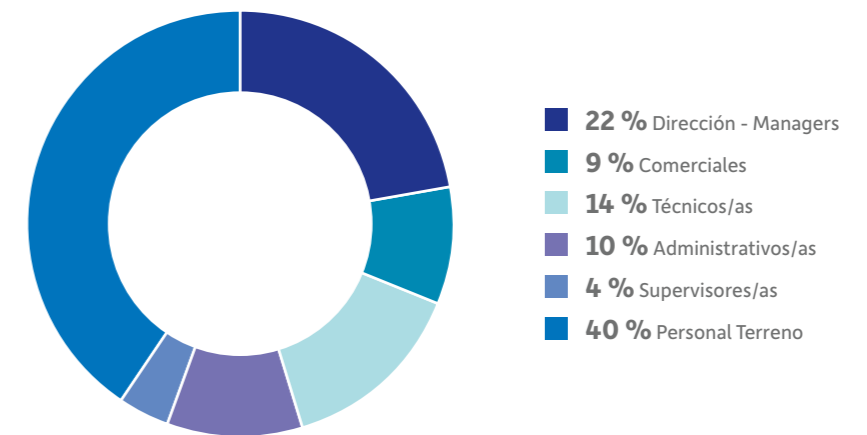
La edad media de la plantilla se sitúa en 46,55 años, con una diferencia de un año entre el promedio de hombres y el de mujeres, lo que refleja una distribución homogénea por género en términos de edad.

6.1.2. CLASIFICACIÓN PROFESIONAL

Existen seis agrupaciones de puestos de trabajo dentro de la estructura organizativa de JCDecaux España. Las cifras de representación de las personas trabajadoras en cada una de estas agrupaciones, a cierre del ejercicio 2025, se detallan a continuación:

Distribución por clasificación profesional:

COLECTIVOS	DATOS A FECHA 31/12/2023	DATOS A FECHA 31/12/2024	DATOS A FECHA 31/12/2025
Dirección - Managers	120	121	124
Comerciales	51	54	54
Técnicos/as	71	79	80
Administrativos/as	62	59	60
Supervisores/as	26	26	24
Personal Terreno	247	231	234
Total general	577	570	576



6.1.3. CONTRATACIÓN

Con relación a los modelos de contrato, los datos a cierre del ejercicio 2025 son los siguientes:

DURACIÓN CONTRATO	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
CDD	22,68	14,31	10,82
CDI	555,09	555,05	562,33
Total general	577,78	569,37	573,16

DURACIÓN CONTRATO	DATOS A FECHA 31/12/2023	DATOS A FECHA 31/12/2024	DATOS A FECHA 31/12/2025
CDD	23	8	11
CDI	554	562	565
Total general	577	570	576

CDD: Contrato de Duración Determinada (Los contratos de interinidad representan más del 93 % en el dato promedio y más del 90 % en el dato a 31/12/2025)

CDI: Contrato de Duración Indefinida.

Todas las personas trabajadoras de JCDecaux España desarrollan su actividad en el territorio nacional.

El número promedio de contrataciones temporales ha disminuido respecto al ejercicio 2024. La mayoría de estas contrataciones corresponde a sustituciones derivadas de situaciones de maternidad, paternidad, incapacidad temporal o periodos vacacionales, lo que refleja un uso responsable y justificado de la temporalidad.

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 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Género	555,09	555,05	562,33
Mujeres	167,79	173,11	178,69
Hombres	387,31	381,94	383,64

CDI	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025
Género	554	562	565
Mujeres	170	180	179
Hombres	384	382	386

Distribución de contratos indefinidos por edad:

CDI	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Edad	555,09	555,05	562,33
< 29	19,84	24,45	27,38
30 - 39	107,84	96,26	87,02
40 - 49	221,93	214,77	207,46
50 - 59	175,32	186,26	197,14
> 60	30,16	33,32	43,33

CDI	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025
Edad	554	562	565
< 29	24	31	29
30 - 39	108	101	89
40 - 49	223	217	206
50 - 59	171	182	198
> 60	28	31	43

Distribución de contratos indefinidos por colectivo:

CDI	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Colectivos	555,09	555,05	562,33
Dirección - Managers	119,36	122,42	123,29
Comerciales	49,78	52,08	53,73
Técnicos/as	70,52	75,53	79,31
Administrativos/as	60,29	57,27	59,2
Supervisores	26,02	25,93	24,53
Personal Terreno	229,02	221,82	222,27

CDI	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025
Colectivos	554	562	565
Dirección - Managers	120	121	124
Comerciales	51	54	54
Técnicos/as	70	79	78
Administrativos/as	60	59	60
Supervisores	26	26	24
Personal Terreno	227	223	225

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 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Género	22,68	14,31	10,82
Mujeres	3,67	4,36	3,32
Hombres	19,01	9,95	7,5

CDD	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025
Género	23	8	11
Mujeres	5	2	3
Hombres	18	6	8

Distribución de contratos temporales por edad:

CDD	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Edad	22,68	14,31	10,82
< 29	6,82	2,37	4,19
30 - 39	10,06	6,49	3,04
40 - 49	3,51	3,86	2,67
50 - 59	1,04	1,46	0,92
> 60	1,25	0,13	-

CDD	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025
Edad	23	8	11
< 29	6	1	5
30 - 39	10	4	2
40 - 49	3	2	3
50 - 59	2	1	1
> 60	2	-	-

Distribución de contratos temporales por colectivo:

CDD	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Colectivos	22,68	14,31	10,82
Dirección - Managers	0,48	-	-
Comerciales	-	-	-
Técnicos/as	1,49	0,47	1,31
Administrativos/as	1,67	1,44	0,59
Supervisores	-	-	-
Personal Terreno	19,05	12,41	8,93

CDD	31/12/2022	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025
Colectivos	27	23	8	11
Dirección - Managers	3	-	-	-
Comerciales	-	-	-	-
Técnicos/as	1	1	-	2
Administrativos/as	5	2	-	-
Supervisores	-	-	-	-
Personal Terreno	18	20	8	9

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 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Género	12,26	13,93	16,92
Mujeres	4,49	7,33	8,37
Hombres	7,77	6,61	8,55

TIEMPO PARCIAL	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2024
Género	14	14	20
Mujeres	7	8	8
Hombres	7	6	12

Distribución de contratos a tiempo parcial por edad:

TIEMPO PARCIAL	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Edad	12,26	13,93	16,92
< 29	0,04	1	0,75
30 - 39	0,58	1	1
40 - 49	2,75	2	2
50 - 59	1	2	2
> 60	7,9	7,93	11,17

TIEMPO PARCIAL	31/12/2023	31/12/2024	31/12/2025
Edad	14	14	20
< 29	1	1	-
30 - 39	1	1	1
40 - 49	3	2	2
50 - 59	1	2	2
> 60	8	8	15

Distribución de contratos a tiempo parcial por colectivo:

TIEMPO PARCIAL	PROMEDIO 2023	PROMEDIO 2024	PROMEDIO 2025
Colectivos	12,26	13,93	16,92
Dirección - Managers	3,31	2,75	2,5
Técnicos/as	-	-	0,18
Administrativos/as	5,58	7,33	8,37
Supervisores	-	-	1,52
Personal Terreno	3,37	3,86	4,34

TIEMPO PARCIAL	31/12/2024	31/12/2024	31/12/2025
Colectivos	14	14	20
Dirección - Managers	3	2	2
Técnicos/as	-	-	1
Administrativos/as	7	8	8
Supervisores	-	-	4
Personal Terreno	4	4	5

6.1.7. DESVINCULACIONES

La información relativa al número de desvinculaciones en JCDecaux España se presenta a continuación, desglosada por género, edad y clasificación profesional.

A efectos de este informe, el concepto de desvinculaciones incluye las siguientes casuísticas: extinciones por mutuo acuerdo, despidos disciplinarios y despidos por causas objetivas, con independencia de su calificación posterior.

Distribución de las desvinculaciones por género:

GÉNERO	2023	2024	2025
Mujeres	3	2	1
Hombres	16	7	12
Total	19	9	13

Distribución de las desvinculaciones por edad:

EDAD	2023	2024	2025
< 29	1	1	1
30 - 39	3	2	3
40 - 49	7	2	5
50 - 59	8	4	2
>60	-	-	2
Total	19	9	13

Distribución de las desvinculaciones por colectivos:

COLECTIVOS	2023	2024	2025
Dirección - Managers	1	-	1
Comerciales	2	2	1
Técnicos	2	-	3
Administrativos/as	1	1	-
Supervisores/as	1	1	1
Personal de Terreno	12	5	7
Total	19	9	13

6.1.8. PLAN DE DESARROLLO DEL TALENTO

JCDecaux España promueve el desarrollo profesional de sus colaboradores, impulsando la promoción interna en los procesos de selección de nuevas vacantes. Esta práctica refuerza el compromiso de las personas trabajadoras, contribuye a la mejora de la productividad y fortalece el employer branding de la organización.

Como parte de estas acciones, el área de Recursos Humanos publica las nuevas vacantes en la Intranet corporativa y en los tablores de anuncios de las distintas Delegaciones, garantizando así la transparencia y el acceso equitativo a las oportunidades internas.

En el ámbito de la atracción de talento, el programa de prácticas constituye una fuente clave de reclutamiento, permitiendo identificar perfiles con alto potencial y facilitando su incorporación futura a la organización.

Distribución de promociones internas por género:

GÉNERO	2023	2024	2025
Mujeres	3	4	2
Hombres	13	8	4
Total	16	12	6

6.1.9. IGUALDAD RETRIBUTIVA

La brecha salarial, a 31/12/2025, es -4,62 % considerando la media, y -6,31 % considerando la mediana.

BRECHA SALARIAL	2023	2024	2025
Media	-1,56 %	-0,37 %	-4,62 %
Mediana	-11,76 %	-7,12 %	-6,31 %

A continuación se desglosan también los datos de brecha salarial por categorías profesionales:

VALORACIÓN DEL PUESTO	MEDIA
Dirección general	10,13 %
Direcciones adjuntas	-1,31 %
Jefaturas y responsables de áreas estratégicas	-12,66 %
Responsables de área funcional	-12,57 %
Perfiles técnicos senior y gestión de proyectos	5,91 %
Perfiles comerciales de desarrollo de negocio y gestión de clientes	-9,24 %
Perfiles de soporte, técnicos y coordinadores funcionales	3,20 %

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. Excluida alta dirección datos 2025.

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 2023	PROMEDIO SBA 2024	PROMEDIO SBA 2025
Mujeres	32.932,29	34.216,74	35.405,36
Hombres	32.425,12	34.091,59	33.841,71

Distribución de la remuneración salarial y evolución por edad:

EDAD	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024	PROMEDIO SBA 2025
20 - 29	23.094,28	24.008,23	24.745,76
30 - 39	28.206,81	29.418,43	29.728,09
40 - 49	33.006,08	34.070,68	36.058,00
50 - 59	59.948,20	36.224,08	36.836,27
> 60	42.380,18	48.622,53	46.502,12

Distribución de la remuneración salarial y evolución por colectivo:

COLECTIVOS	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024	PROMEDIO SBA 2025
Dirección - Managers	56.068,14	60.445,87	57.524,45
Comerciales	31.053,67	32.733,93	34.272,96
Técnicos	28.865,79	29.891,27	31.259,76
Administrativos	23.442,20	24.231,91	25.279,21
Supervisores	31.933,44	32.804,06	34.577,14
Personal Terreno	23.643,54	24.802,61	25.279,21

En las tablas anteriores se está considerando el promedio de la retribución bruta fija anual de las personas trabajadoras a cierre del ejercicio. Excluida alta dirección en datos 2025.

Administradores y alta dirección: Los miembros del Consejo de Administración, con excepción del Presidente (varón), no perciben retribución alguna por el desempeño de sus cargos, de acuerdo con lo establecido en los estatutos de la Sociedad. La remuneración del Presidente ascendió a 149,29 miles de euros en el ejercicio 2025.

Adicionalmente, existen dos varones que ostentan la condición de alta dirección, cuyas retribuciones ascendieron a 1.694,15 miles de euros en 2025, incluyendo retribución fija, retribución variable y retribución en especie.

Durante los ejercicios 2022 a 2025, los Administradores no han devengado retribución alguna por otros conceptos.

Distribución de la remuneración media del Comité de Dirección:

COLECTIVOS	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024	PROMEDIO SBA 2025
Comité de Dirección	117.900,00	123.291,67	129.709,17

*Excluida Alta Dirección. Incluidos conceptos de retribución fija.

GÉNERO	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024	PROMEDIO SBA 2025
Mujeres	122.850,00	128.352,50	132.590,00
Hombres	115.425,00	120.761,25	128.268,75

*Excluida Alta Dirección. Incluidos conceptos de retribución fija.

GÉNERO	PROMEDIO SBA 2023	PROMEDIO SBA 2024	PROMEDIO SBA 2025
Mujeres	122.850,00	128.352,50	132.590,00
Hombres	115.425,00	120.761,25	128.268,75

6.1.11. POLÍTICAS DE DESCONEXIÓN LABORAL

El Protocolo de Desconexión Digital de JCDecaux España fue aprobado mediante pacto entre la Dirección de la Compañía y la Representación Legal de las Personas Trabajadoras (Comisión Paritaria). Este protocolo, vigente desde hace varios ejercicios, tiene como objetivo garantizar una adecuada ordenación del tiempo de trabajo, favorecer el respeto a la vida privada y familiar, mejorar la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, y contribuir a la protección de la salud laboral del conjunto de la plantilla.

6.1.12. PERSONAS TRABAJADORAS CON DISCAPACIDAD

JCDecaux España asegura el cumplimiento de la Ley General de Derechos de las Personas con Discapacidad (LGD) mediante la cobertura directa del 2 % de personas trabajadoras con certificado de discapacidad.

Adicionalmente, la compañía complementa este cumplimiento a través de medidas alternativas, formalizando contratos de prestación de servicios con los Centros Especiales de Empleo Servei Especial Laboral Integració Discapacitats e Integraia IAV.

PERSONAS TRABAJADORAS CON DISCAPACIDAD	2023	2024	2025
Nº personas trabajadoras con discapacidad	14	12	16
Promedio 12 meses anteriores	2,21 %	2,09 %	2,76 %

CENTROS ESPECIALES DE EMPLEO	FACTURACIÓN 2023	FACTURACIÓN 2024	FACTURACIÓN 2025
Servei Especial Laboral Integració Discapacitats, S.L.	107.585,73 €	112.148,92 €	116.559,40 €
Integraiaiv, S.L.	335.986,12 €	357.993,43 €	367.672,91 €

La suma de ambas cantidades de facturación (484.232,31 €) supone prácticamente 67 veces el indicador público de renta de efectos públicos (IPREM 2025), 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 22 personas trabajadoras discapacitadas. (3,89 %).

6.2. ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

El Convenio Colectivo de JCDecaux España establece para 2025 una jornada laboral de 1.750 horas efectivas anuales, cuya distribución mensual y semanal se regula en los artículos 20º a 24º del propio Convenio. Cada año, la Comisión Paritaria acuerda el calendario laboral anual, que se publica para toda la plantilla, incorporando los acuerdos asociados en materia de flexibilidad laboral y conciliación.

En relación con el Registro de Jornada, se han implantado diversas disposiciones destinadas a garantizar el cumplimiento de los límites legales en materia de tiempo de trabajo y a proporcionar un marco de seguridad jurídica. JCDecaux dispone de un Sistema Telemático de Registro de Jornada, que permite un control adecuado y transparente del tiempo de trabajo de toda la plantilla.

6.2.1. TASA DE ABSENTISMO

JCDecaux España realiza un seguimiento sistemático del índice de absentismo, desglosado por causa, para asegurar la adecuada implantación de las prioridades de Seguridad y Salud y de los compromisos Sociales establecidos en la Estrategia de Desarrollo Sostenible.

En 2025, la tasa media de absentismo fue:

ABSENTISMO	2023	2024	2025
Nº Horas	58.440,28	53.055,67	61.436,76
% Absentismo promedio	4,88 %	4,38 %	5,13 %

*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 garantizar un salario digno que cubra, como mínimo, las necesidades básicas de las personas trabajadoras en aquellos contextos donde no exista un salario mínimo legal o donde este resulte insuficiente.

En España, la compañía aplica rigurosamente los distintos Convenios y Acuerdos Corporativos del Grupo a nivel mundial, lo que contribuye a que seamos un referente en estas materias. Entre ellos destacan el Código Ético, la Carta de Valores Sociales Fundamentales y el Protocolo frente a cualquier forma de acoso en el ámbito laboral. Toda esta información se facilita a las nuevas incorporaciones a través del manual digital del empleado.

El conjunto de estos acuerdos garantiza el respeto estricto de los derechos fundamentales de las personas, así como de los principios sociales y de la normativa aplicable en materia laboral y de derechos humanos.

Conciliación de la vida personal y profesional

Las personas trabajadoras de JCDecaux pueden adaptar la duración y distribución de su jornada de trabajo para hacer efectivo su derecho a la conciliación de la vida personal, familiar y laboral, dentro de las posibilidades organizativas de la Empresa y siempre que se respete la jornada anual establecida. Todas estas medidas se aplican conforme a lo previsto en el Convenio Colectivo y en la normativa laboral vigente.

En 2025, JCDecaux España continuó impulsando diversas iniciativas orientadas a favorecer la conciliación y la flexibilidad laboral. Entre las principales medidas destacan:

1. Teletrabajo un día a la semana (eWorking)
Modalidad de teletrabajo general para personas trabajadoras que prestan servicios en oficina y cuyas funciones permiten compatibilizar la presencialidad con el trabajo remoto.
2. Jornada intensiva en los meses de verano
Aplicada de manera general del 1 de julio al 31 de agosto, de lunes a viernes, en horario de 08:00 a 15:00 horas.
3. Flexibilidad horaria de una hora diaria
Posibilidad de adelantar o retrasar la entrada y salida hasta una hora respecto al horario oficial.
4. Teletrabajo por conciliación durante las tardes
Dirigido a madres y padres con hijos/as menores de 14 años, permitiendo teletrabajar en horario de tarde.
5. Teletrabajo especial autorizado
Modalidad excepcional concedida por circunstancias personales sobrevenidas, evaluadas individualmente.
6. Reducción de jornada por cuidado de menor hasta los 14 años.
7. Complemento al salario bruto anual durante permisos por nacimiento de hijo/a.
8. Otras medidas de conciliación vigentes.
9. Licencias retribuidas ampliadas, superiores a los mínimos legales, recogidas en el Convenio Colectivo.
10. Formación en horario laboral, facilitando el desarrollo profesional sin impacto en la vida personal.
11. Jornadas especiales no laborables incluidas en el Convenio Colectivo (24 y 31 de diciembre y el Día de la Publicidad).

6.3. SEGURIDAD Y SALUD

6.3.1. POLÍTICA DE SEGURIDAD Y SALUD

La Dirección General afianza su compromiso con la SST a través de la Política de Seguridad y Salud en el Trabajo, estando vigente desde febrero de 2024 la versión 4, en consonancia 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 2025, motivada por la ampliación del alcance de la certificación, y obteniendo un resultado favorable en el mantenimiento de la certificación del SGSST en base a la norma ISO 45001 en julio 2025. La validez de la certificación continúa hasta julio de 2028.

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:

- Visita operaciones terreno/taller ciclo en el centro de trabajo de Valencia, se han revisado 6 operaciones diferentes (mayo 2025).
- Comunicación a través de correo electrónico a toda la plantilla sobre los meses sin accidentes en jornada (junio 2025).

Durante el mes de octubre 2025 se ha realizado la formación de Liderazgo en seguridad Grupo a un total de 69 personas (Managers de Operaciones).

6.3.4. ACCIONES FORMATIVAS

Con contenido específico en Seguridad y Salud:

	2023	2024	2025
Acciones formativas	963	712	719
Personas formadas	498	570	618
Horas formativas	2.924	2.680	4.007

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 2025.

Todos los accidentes que han tenido lugar durante el 2025 han sido calificados como leves.

	2023		2024		2025	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Accidentes Totales	2	26	3	27	3	18
Sin Baja	2	9	3	9	2	6
Con Baja	0	17	0	18	1	12
De ellos, in itinere	2	1	1	4	2	4

TASA DE FRECUENCIA	2023	2024	2025
Mujeres	0,00	0,00	0,00
Hombres	23,58	20,88	10,84
Tasa de frecuencia	16,49	14,31	7,41

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

TASA DE GRAVEDAD	2023	2024	2025
Mujeres	0,00	0,00	0,00
Hombres	0,49	0,54	0,52
Total	0,34	0,37	0,36

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

TASA DE INCIDENCIA	2023	2024	2025
Mujeres	0,00	0,00	0,00
Hombres	3,94	3,83	2,05
Total	2,77	2,63	1,40

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

ENFERMEDADES PROFESIONALES	2023	2024	2025
Mujeres	0	0	0
Hombres	0	0	1
Total	0	0	1

*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

Muestra del compromiso de JCDecaux con la salud mental y tras la realización de la Evaluación de Riesgos Psicosociales a toda la plantilla en 2023, se ha programado un Plan de actuación frente a los Riesgos Psicosociales para actualizar en diferentes fases la Evaluación de Riesgos Psicosociales (ERP) desde 2025 a 2028.

En 2025 se ha llevado a cabo la 1ª fase del Plan de actuación en la que se ha actualizado la ERP de las siguientes unidades de análisis:

- Operaciones terreno Delegación Levante.
- Operaciones terreno Delegación Norte.
- Operaciones terreno Delegación Centro.

La plantilla que ha sido objeto de evaluación supone más del 17 % de la plantilla total de JCDecaux España.

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

Mantenimiento 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

	2023	2024	2025
Reconocimientos médicos realizados	624	565	572
% Plantilla de se realiza el reconocimiento médico	97 %	90 %	90 %

6.3.9. ELECCIÓN LEMA PREVENTIVO 2025

Concurso interno anual entre empleados para fomentar la concienciación en la prevención de riesgos laborales. La temática ha sido "IA COMO ALIADA EN LA SEGURIDAD LABORAL". 32 personas presentaron propuesta de lema preventivo.

6.3.10. JCDECAUX + SALUD

En 2025 damos continuidad al proyecto JCDecaux + Salud con las siguientes 4 líneas de actuación. Algunas de las actividades realizadas:

- Seguridad y salud: formaciones específicas (ej. plataforma elevadora, trabajos explotación y técnico, liderazgo en seguridad para mandos intermedios, etc.). Mejoras en las pruebas realizadas en reconocimientos médicos: se incluye el índice de hígado graso, proteína en suero (enfermedad renal, etc.), colesterol (diferenciando del colesterol "bueno" y "malo"), índice antero-génico en suero (riesgo de trombos), etc.
- Bienestar físico: desayunos saludables, participación en carreras populares, rutas de senderismo, torneo de pádel, talleres de espalda, reto caminar 6000 pasos/día durante 2 meses, etc.
- Bienestar emocional: talleres (mindfulness: gestión del estrés y control emocional, aprendiendo a ser felices, etc.).

Disponibilidad del 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.

Participación social: campañas donación sangre, compra de obsequios a Fundaciones, etc.

En cuanto a la participación voluntaria en programas JCDecaux + Salud: El 32 % de la plantilla ha participado en alguna actividad de las propuestas.

En el último trimestre de 2025 se ha presentado la Memoria de Sostenibilidad en Promoción de la Salud en el Trabajo (PST) en el Instituto de Seguridad y Salud en el Trabajo con el objetivo de renovar el Reconocimiento de Buenas Prácticas en PST concedido por dicho Organismo en el año 2022. Esta memoria recoge toda la información sobre las actuaciones desarrolladas durante el período 2022-2024, así como las realizadas en 2025 hasta la fecha de su presentación.

El resultado de la renovación se conocerá en el primer trimestre de 2026.

6.4. RELACIÓN CON LAS PERSONAS TRABAJADORAS

JCDecaux España garantiza el respeto a los Convenios Fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y a las Directrices para Empresas Multinacionales de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Asimismo, aplica los distintos Convenios y Acuerdos Corporativos del Grupo a nivel mundial, lo que contribuye a que la compañía sea un referente en materia laboral y social. Entre estos instrumentos destacan el Código Ético, la Carta de Valores Sociales Fundamentales y el Protocolo frente a cualquier forma de acoso en el ámbito laboral.

El diálogo social en JCDecaux España se articula principalmente a través del Convenio Colectivo de empresa, complementado con reuniones y contactos regulares con la Representación Legal de las Personas Trabajadoras en los distintos centros de trabajo. Este diálogo se desarrolla bajo principios de respeto, transparencia y confianza mutua. Los grandes acuerdos en materia laboral y social se formalizan mediante 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 la Dirección General.

La compañía mantiene un diálogo continuo con los delegados y delegadas de prevención en el ámbito de la Seguridad y Salud, una materia considerada prioritaria y plenamente integrada en la gestión diaria de los proyectos. En este sentido, el Convenio Co-

lectivo dedica el Capítulo XI (artículos 54º a 59º) a la regulación específica de esta área.

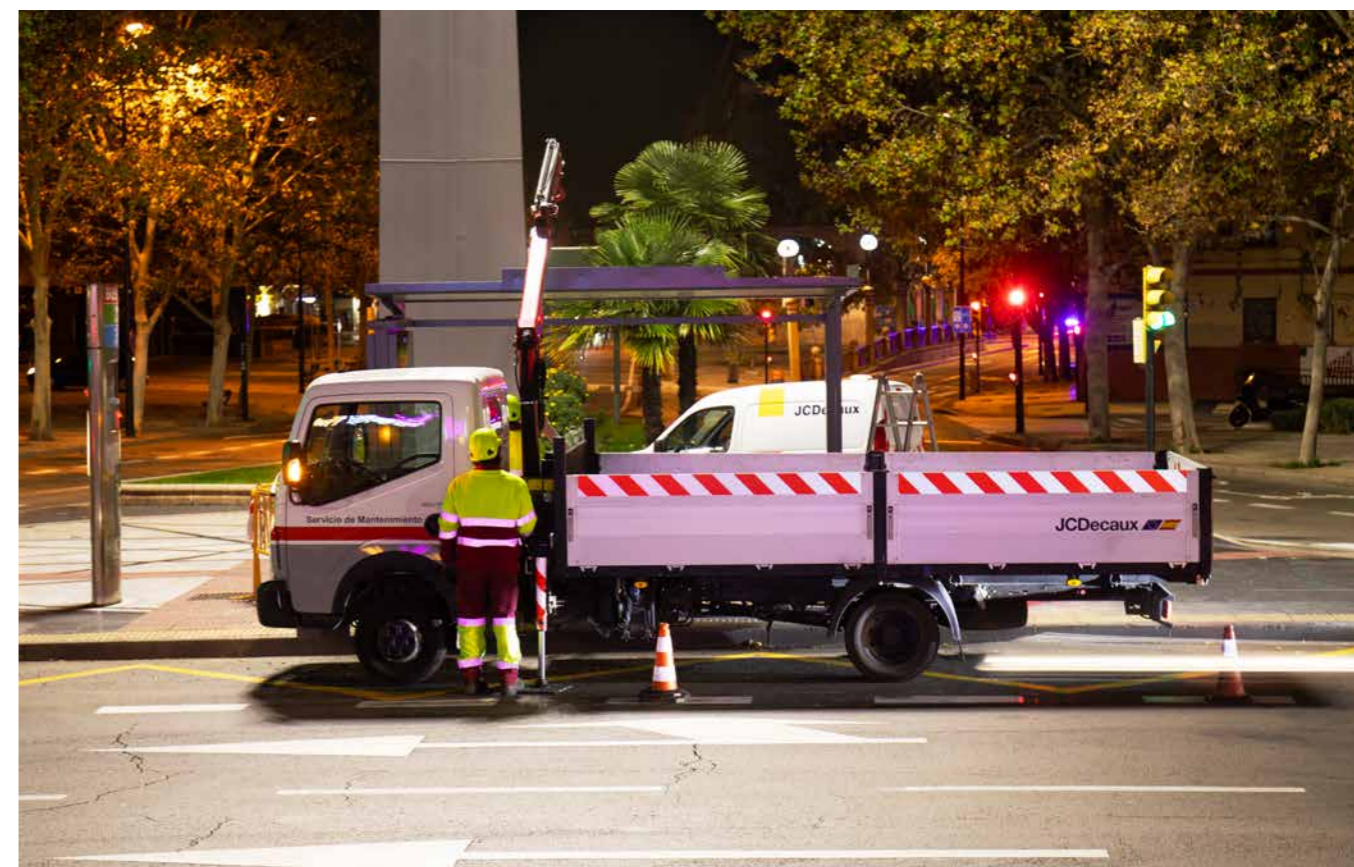
Como empresa de comunicación exterior, JCDecaux considera que la comunicación interna es esencial para el buen funcionamiento de la organización. Para ello, utiliza diversos canales como la Intranet —actualizada de forma continua con noticias, resultados, estado de contratos, acciones destacadas y documentación relevante—, el correo electrónico, formaciones y eventos específicos, tablones de anuncios y grupos de Teams, entre otros.

JCDecaux España fomenta la participación activa de sus empleados y empleadas mediante distintos mecanismos, entre los que destacan:

Buzones online y físicos accesibles a toda la plantilla (Canal de denuncias, Igualdad, Seguridad y Salud).

Consultas y encuestas internas, como la evaluación de riesgos psicosociales, la encuesta de satisfacción del programa eWorking o la encuesta anual sobre promoción de la salud.

Órganos de representación y participación, tales como la Representación Legal de las Personas Trabajadoras, la Comisión Paritaria, la Comisión de Igualdad, los Comités de Seguridad y Salud y los delegados y delegadas de Prevención de Riesgos Laborales.



6.5. FORMACIÓN Y DESARROLLO PROFESIONAL

6.5.1. DESARROLLO DE LAS PERSONAS TRABAJADORAS

En 2025 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.
- Continuar con el desarrollo de habilidades ligadas a bienestar psicoemocional.
- Formentar el desarrollo de soft skills, impartiendo talleres para el desarrollo de habilidades de comunicación, gestión del tiempo, negociación, etc.
- Comenzar proyecto formativo en Inteligencia artificial para todos los departamentos, de forma que creemos transmisores y divulgadores de IA en todas las áreas.
- 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 legal en materia de Igualdad, Compliance penal, Protección de datos personales y riesgos aplicados al uso de IA para las nuevas incorporaciones.

- Impartición de formación en materia de Sensibilización sobre diversidad e inclusión del colectivo LGTBI para el colectivo de oficinas.
- Formaciones técnicas específicas de los diferentes puestos de trabajo para la profesionalización y actualización de los mismos.

Por otro lado, con respecto a la modalidad en la que se realizaron las formaciones durante 2025, 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 2025 son los siguientes:

- Formación Técnica: Ofimática (Excel, Power BI, etc.), Idiomas, Python avanzado, Microsoft Platform, Fotografía, Desing thinking, Compensación y beneficios,, SAP, Linux, Gestión de proyectos, Inteligencia artificial, etc.
- Formación en Habilidades: Coachin para Managers, Proyecto cultura y liderazgo, , Gestión del tiempo, Comunicación, Negociación, Calidad y excelencia, 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, Plataforma elevadora, etc.), Sensibilización en materia de Igualdad, Compliance Penal, Riesgos al aplicar la IA, rotección de datos personales, y Diversidad e inclusión LGTBI.

Indicadores

	2023	2024	2025
Horas totales de formación	15.662	13.865	16.581
Total personas formadas	601	585	569
Horas de formación por persona	26,05	23,7	29,14

HORAS DE FORMACIÓN	2023	2024	2025
Dirección - Managers	4.634	5.025	5.572
Comerciales	1.017	828	1.495
Técnicos	3.321	3.601	3.549
Administrativos	2.179	1.140	1.453
Supervisores	604	207	536
Personal Terreno	3.907	3.066	3.978
Total	15.662	13.865	16.581

*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 diversidad —de culturas, idiomas y cualquier otra forma de pluralidad— como una oportunidad. Constituye un motor para el buen desempeño y la innovación, además de un elemento esencial para atraer y retener talento. El respeto a los principios de no discriminación forma parte integral de la Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales de JCDecaux.

En este marco, JCDecaux España orienta sus esfuerzos a garantizar condiciones laborales en las que todas las personas trabajadoras puedan prosperar y desarrollar plenamente su potencial. Esto se traduce en una política activa de no discriminación en todas las fases de la relación laboral: procesos de selección, compensación, acceso a la formación, desarrollo profesional y gestión de la carrera.

Nuestras acciones

JCDecaux se ha comprometido a garantizar la igualdad de trato y de oportunidades profesionales entre mujeres y hombres en todos los procesos laborales, incluidos la contratación, la remuneración, el desarrollo profesional y la promoción interna.

En esta línea, la compañía continúa avanzando en la implantación y seguimiento del vigente Plan de Igualdad, elaborado conforme a los principios de la Ley Orgánica. Durante 2025 se ha informado oficialmente a la Representación Legal de las Personas Trabajadoras sobre los progresos alcanzados, que han sido valorados de manera satisfactoria. A nivel internacional, JCDecaux reafirmó su compromiso con la diversidad al firmar en Francia la Carta de la Diversidad en 2008. Con esta adhesión, la compañía asumió el compromiso de favorecer la igualdad de oportunidades para las mujeres, las personas con discapacidad, las personas mayores y las minorías, así como de sensibilizar y formar a su plantilla en materia de diversidad, promover el principio de no discriminación y comunicar los avances logrados.

JCDecaux mantiene una política activa de igualdad de oportunidades en la contratación, apoyando la integración cultural y garantizando un salario igual por un trabajo de igual valor. La compañía asegura un trato equitativo a todas las personas trabajadoras, actuales y potenciales, sin discriminación por motivos de discapacidad, raza, color, religión, género, estado civil, opiniones políticas, orientación sexual, origen social, nacionalidad o cualquier otra condición protegida por la legislación vigente.

Asimismo, JCDecaux dispone y difunde el Código para la prevención y tratamiento del acoso en el trabajo, cuyo objetivo es prevenir y mantener entornos laborales libres de acoso, así como asegurar la existencia de procedimientos adecuados para la detección, gestión y resolución de cualquier situación que pudiera producirse.

6.7.2. IGUALDAD DE GÉNERO

JCDecaux es una empresa comprometida con la sociedad cuyos valores primordiales, más allá de la sostenibilidad y la 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 de 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.

Tras la aprobación de la norma no certificable ISO 53800 en materia de igualdad de género, la Especificación Privada de AENOR fue modificada, de modo que las certificaciones que JCDecaux España, S.L.U. venía ostentando en Sistema de Gestión de Igualdad de Género (SGIG) e Igualdad Retributiva pasan a integrarse en una única certificación, conforme a la Especificación Privada AENOR EP 20101:2020 de Sistema de Gestión de Igualdad de Género según ISO 53800.

Después de llevar a cabo la auditoría externa de seguimiento del Sistema de Gestión de Igualdad de Género de JCDecaux España, S.L.U., se emitió la correspondiente recertificación en el mes de septiembre de 2025, lo que representa un reconocimiento a la labor desarrollada en este ámbito y avala que se está trabajando en el camino hacia una mayor igualdad de género basada en datos y análisis correctos, otorgando mayor visibilidad al compromiso en pro de la igualdad de género y del talento femenino y masculino.

6.7.3. EMPLEO DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

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 la organización.

En el ejercicio 2024, la Dirección General del Servicio Público de Empleo Estatal estimó la solicitud de declaración de excepcionalidad presentada por JCDecaux España y autorizó la adopción de medidas alternativas, en particular la celebración de contratos de prestación de servicios con Centros Especiales de Empleo.

Durante el ejercicio 2025, la Compañía ha certificado una facturación con dichos Centros Especiales de Empleo equivalente a 22 personas con discapacidad, lo que, unido a la contratación directa en plantilla, sitúa la tasa de empleo de personas con discapacidad en JCDecaux España en un 6,65 %, muy por encima de lo establecido en la normativa legal vigente.

6.7.4. POLÍTICAS CONTRA LA DISCRIMINACIÓN

JCDecaux concibe la mezcla de culturas, idiomas y cualquier otra forma de diversidad como una oportunidad. Esta diversidad actúa como palanca para el buen desempeño y la innovación, además de ser un requisito para atraer y retener talento.

El respeto a los principios de no discriminación forma parte esencial de la Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales del Grupo JCDecaux, concretándose en una Política de no discriminación aplicada a procesos clave como la contratación, la compensación, el acceso a la formación y la gestión de la carrera profesional.

En el ejercicio 2025 se ha negociado y publicado el I Plan de Diversidad LGTBI de JCDecaux España S.L.U., como reflejo del firme compromiso de la Compañía con la diversidad y con la creación

de un entorno en el que todas las personas, independientemente de su identidad u orientación sexual, se sientan respetadas, seguras y valoradas.

Este compromiso se articula a través del Plan de Diversidad LGTBI y del Protocolo de Prevención y Actuación, que persiguen avanzar en la igualdad real e implementar las medidas necesarias para lograrla, entre otras:

- Igualdad real: promoción de un entorno de trabajo libre de discriminación por orientación sexual o identidad de género, garantizando un trato equitativo en procesos como selección, promoción profesional y acceso a beneficios.
- Tolerancia cero frente al acoso: rechazo expreso de cualquier forma de acoso por razón de género, identidad, orientación sexual u otros motivos, disponiendo de canales confidenciales de comunicación que protegen tanto a la persona afectada como a quien informa de buena fe, evitando cualquier tipo de represalia.
- Comunicación clara y cercana: difusión de las políticas de la Compañía, de los recursos disponibles y de los canales de apoyo para que toda la plantilla los conozca y pueda utilizarlos.
- Lenguaje inclusivo y cultura de respeto: fomento de una comunicación inclusiva que represente a todas las personas, dentro y fuera de la Empresa, mediante el uso de lenguaje inclusivo y la promoción de un entorno de respeto.
- Formación y sensibilización continua: desarrollo de acciones formativas para comprender mejor la diversidad, prevenir sesgos inconscientes y actuar frente a conductas inapropiadas.
- Participación activa: habilitación de vías para que las personas empleadas puedan trasladar propuestas y sugerencias en materia de diversidad e inclusión.
- Visibilidad de la diversidad: realización de acciones y campañas internas de sensibilización que contribuyan a hacer visible la diversidad y reforzar la cultura inclusiva.

6.8. IMPLEMENTAR UNA POLÍTICA SOCIAL AMBICIOSA

6.8.1. IMPLEMENTAR CARTAS PROPIAS DE JCDECAUX

JCDecaux España mantiene tolerancia cero frente a cualquier forma de corrupción y reafirma su compromiso con el respeto y la protección de los derechos fundamentales de las personas trabajadoras.

Nuestras acciones

Desde el Grupo, JCDecaux estableció una base social común para todas las personas colaboradoras, que se formalizó mediante las Cartas del Grupo, en las que se fijan los derechos y obligaciones de las personas trabajadoras en todo el mundo.

La Carta Ética del Grupo JCDecaux, aprobada en 2001 y actualizada por última vez en 2018, determina las normas que deben respetar obligatoriamente todas las sociedades del Grupo y todas las personas trabajadoras, tanto en su conducta interna como en sus relaciones profesionales con personas y empresas. Esta Carta se estructura en:

- Reglas de Ética Fundamentales: prohíben cualquier forma de corrupción activa o pasiva y el tráfico de influencias, y exigen el cumplimiento de las normas de libre competencia, así como de las reglas relativas a la información financiera y contable.
- Principios de Comportamiento Ético: establecen cómo deben relacionarse las personas trabajadoras del Grupo JCDecaux con las autoridades, proveedores y clientes, y también concretan los derechos y responsabilidades de las personas trabajadoras del Grupo.

Este documento vuelve a subrayar el compromiso del Grupo de rechazar cualquier forma de corrupción y tráfico de influencias, y busca servir como herramienta de apoyo para la toma de decisiones en determinadas situaciones.

La Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales del Grupo JCDecaux, elaborada y difundida en 2012 y actualizada en 2020, expone el compromiso del Grupo con el respeto de los derechos humanos y refuerza la protección de los derechos sociales

fundamentales de todas las personas trabajadoras. En particular, aborda la Salud y la Seguridad, la duración de la jornada laboral y las vacaciones pagadas, así como la condena de cualquier forma de trabajo forzoso u obligatorio, trabajo infantil, discriminación laboral, acoso o violencia. Para formalizar este compromiso, JCDecaux tomó como referencia estándares internacionales: 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.

Las personas integrantes de la Junta Directiva del Grupo JCDecaux asumen la responsabilidad directa de comunicar a todas las filiales las Cartas citadas y los valores sociales que contienen.

Cuando una persona trabajadora se incorpora a JCDecaux España, dentro del proceso de acogida se le entrega una copia de las Cartas del Grupo. Estas Cartas también están disponibles en la Intranet y en la página web de JCDecaux España.

Con el fin de facilitar la comprensión de los principios recogidos en ambas Cartas, JCDecaux elaboró guías prácticas con conceptos clave, mejores prácticas vinculadas a dichos principios y ejemplos concretos.

Además, en 2019 se implementó una formación online sobre prevención de la corrupción para la totalidad de la plantilla conectada. Actualmente, la realización de esta acción formativa está incorporada al proceso de acogida de las nuevas incorporaciones.

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

En 2025 no se ha registrado ninguna reclamación relativa a la Carta Internacional de Valores Sociales Fundamentales a través del Sistema Interno de Información Whispli.



6.9. CULTURA DE CUMPLIMIENTO

6.9.1. CUMPLIMIENTO DESDE CADA FILIAL

JCDecaux mantiene un firme compromiso con el cumplimiento de la legalidad. Con este fin, promueve una cultura de cumplimiento y dispone de mecanismos orientados a prevenir y, en su caso, minimizar el riesgo de que se cometan delitos en el ámbito de la organización en su beneficio, especialmente aquellos relacionados con la actividad económica.

Nuestras acciones

Con el fin de dar cumplimiento a las exigencias de las leyes francesas Sapin II y Deber de Vigilancia, el Grupo JCDecaux ha establecido un conjunto de mecanismos de supervisión y control de alcance global, aplicables tanto a la matriz como a sus filiales.

Este marco incorpora, por un lado, modelos y procedimientos de prevención de la corrupción y, por otro, procesos de debida diligencia orientados a identificar y gestionar riesgos con el objetivo de prevenir impactos graves sobre los derechos humanos y libertades fundamentales, la salud y la seguridad, así como sobre el medio ambiente. De forma complementaria, el Grupo ha habilitado un mecanismo de alerta que permite a las personas trabajadoras y a otros grupos de interés comunicar posibles

Principales Medidas

- Política interna de firma de contratos cualificados y no cualificados:** Con el objetivo de reforzar la prevención del blanqueo de capitales, JCDecaux España dispone de una política interna que regula la formalización de contratos. Esta política establece la firma mancomunada (dos firmantes de la filial) y determina, en función de la tipología contractual, las personas autorizadas para su aprobación y firma. La política se publicó en la Intranet en marzo de 2019 y su última actualización se realizó en agosto de 2025.
- Manual de Control Interno:** El Grupo JCDecaux cuenta con un Manual de Control Interno que recoge el marco de procedimientos contables y financieros. En él se describen los procesos aplicables, entre otros, a pedidos y órdenes de compra, inventario, activos fijos, recursos humanos, tesorería, licitaciones, patrimonio, tecnología de la información, y reporting financiero y presupuestario.
- Protocolo de Gestión de Campañas Publicitarias:** JCDecaux España ha definido un procedimiento específico para la gestión de campañas publicitarias sensibles. El protocolo detalla las verificaciones, evaluaciones y niveles de aprobación por la Dirección requeridos para este tipo de campañas. Se publicó en la Intranet en octubre de 2022 y su última actualización corresponde a julio de 2025.
- Formación virtual:** Como parte del proceso de incorporación, todas las nuevas altas deben completar la formación online "Principios éticos, sociales y relación con los proveedores", disponible en la plataforma corporativa JCDecaux Academy.
- Referentes de Compliance:** A nivel global, se comunicó la creación de una red de Referentes de Compliance con el fin

de reforzar la organización y asegurar el cumplimiento de las obligaciones en materia de anticorrupción y Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

- Procedimiento interno cuestionarios de compliance:** El Grupo JCDecaux ha establecido un procedimiento que fija las reglas para la recogida y tratamiento de cuestionarios de compliance remitidos por terceros (clientes, proveedores, socios, etc.). Este procedimiento se publicó en la Intranet de JCDecaux España en enero de 2025.
- Procedimiento Grupo para la Contratación y Gestión de Lobistas:** El Grupo JCDecaux dispone de un procedimiento específico que define las pautas y pasos para la contratación y gestión de intermediarios (lobistas). El documento se publicó en la Intranet del Grupo en abril de 2024.

Sistema Interno de Información

La filial española ha implantado la plataforma de notificación de irregularidades "Whispli" (en adelante, "Whispli" o la "Plataforma") como canal para comunicar informaciones en los términos previstos en la 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 (en adelante, "Ley 2/2023"). A través de esta Plataforma también pueden comunicarse posibles vulneraciones de las Reglas Éticas Fundamentales recogidas en la Carta de Ética del Grupo JCDecaux en España, en particular aquellas relacionadas con hechos de corrupción o tráfico de influencias.

JCDecaux garantiza que la recepción y el tratamiento de las comunicaciones se realicen bajo criterios de independencia y autonomía, asegurando asimismo la exhaustividad, integridad y confidencialidad de la información. Con el fin de evitar accesos no autorizados, se establecen controles que limitan el acceso exclusivamente al personal autorizado, y se asegura un almacenamiento duradero conforme a los requisitos legales, respetando en todo momento las obligaciones en materia de protección de datos personales, de acuerdo con lo dispuesto en la Ley 2/2023.

Adicionalmente, y para dar cumplimiento a lo previsto en la Ley 2/2023 en relación con la centralización de buzones, se ha habilitado el correo electrónico quejasyreclamaciones@jcdecaux.com, destinado a la recepción y gestión de quejas y reclamaciones presentadas por terceros en el marco de la operativa habitual del negocio.

En 2025, JCDecaux España recibió tres comunicaciones: dos relativas a supuestas conductas de acoso laboral y una sobre supuestas irregularidades en una de las delegaciones. De estas comunicaciones, dos fueron admitidas e investigadas conforme a la Ley 2/2023, y una de ellas derivó en la imposición de una sanción disciplinaria muy grave a la persona trabajadora responsable de la conducta comunicada. A la fecha de este informe, las tres comunicaciones se encuentran cerradas.

6.9.2. SISTEMA DE GESTIÓN DE COMPLIANCE PENAL

La Ley Orgánica 5/2010, por la que se modificó la Ley Orgánica 10/1995 del Código Penal, incorporó por primera vez el régimen de responsabilidad penal de las personas jurídicas y los requisitos asociados. Posteriormente, la Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo, volvió a reformar el Código Penal y reforzó la necesidad de contar con medidas de vigilancia y control orientadas a prevenir y detectar posibles infracciones, configurándose como un elemento relevante a efectos de atenuación de la responsabilidad penal.

En este marco normativo, y desde la entrada en vigor de estas disposiciones, JCDecaux en España decidió, de forma voluntaria, implantar un Modelo de Prevención de Delitos, con el propósito de consolidar una cultura de cumplimiento basada en la identificación y la gestión proactiva de los riesgos penales.

Con el objetivo de seguir reforzando este enfoque, la filial española ha adoptado la norma UNE 19601:2017 para el diseño y evaluación de su Sistema de Gestión de Compliance Penal (SGCP). En 2024, dicho sistema fue certificado por una entidad certificadora externa.

Principales medidas

- Matriz de Riesgos Penales:** JCDecaux España dispone de una matriz en la que se recogen e identifican los delitos a los que la Compañía, como persona jurídica, podría estar expuesta. Este documento se revisa y actualiza de forma periódica, habiéndose realizado la última actualización en diciembre de 2025.
- Política de Compliance Penal:** Esta política se orienta a consolidar una cultura de cumplimiento en JCDecaux España, reflejando los principios de ética corporativa, reforzando los mecanismos de control y dejando establecido que no se tolerarán conductas ilícitas de carácter penal, ya sean directas o indirectas, por parte de empleados o de cualquier persona vinculada a la empresa. Se publicó en la Intranet en abril de 2023 y su última actualización corresponde a mayo de 2025.
- Política Anticorrupción:** Mediante esta política, JCDecaux España define las normas y directrices aplicables a representantes, empleados y socios comerciales en el desarrollo de sus actividades, con el propósito de promover los principios de la Carta Ética del Grupo JCDecaux y asegurar el

cumplimiento de la normativa de prevención y lucha contra la corrupción. Fue publicada en la Intranet en enero de 2024 y su actualización más reciente se realizó en octubre de 2024.

- Política de Regalos, Donaciones e Invitaciones:** Esta política desarrolla aspectos concretos de la Carta Ética del Grupo, estableciendo criterios sobre donaciones, regalos e invitaciones a funcionarios públicos, clientes y proveedores, así como sobre el patrocinio de eventos. Se publicó en la Intranet de JCDecaux España en octubre de 2023.
- Política de Conflicto de Interés:** Su finalidad es evitar que los intereses personales de los empleados interfieran en su desempeño profesional, previniendo que se obtengan beneficios personales, profesionales o políticos que puedan perjudicar a la empresa. La política se publicó en la Intranet en enero de 2023.
- Comité de Cumplimiento:** En línea con lo previsto en el artículo 31 bis de la Ley Orgánica 1/2015, y atendiendo a la actividad y estructura de JCDecaux, se ha designado un Comité de Cumplimiento como órgano supervisor en España (Órgano de Compliance Penal), con funciones de supervisión de la eficacia de los controles internos y del Modelo de Prevención y Detección de Delitos.
- Política Gestión Sistema Interno de Información:** JCDecaux ha puesto a disposición de todas las personas trabajadoras la política que regula la gestión del Sistema Interno de Información, estableciendo criterios, procedimientos y responsabilidades ante hechos comunicados por los canales internos. Se publicó en la Intranet en abril de 2024 y su última actualización se realizó en abril de 2025.
- Procedimiento Gestión Sistema Interno de Información:** Este procedimiento define de forma expresa cómo debe gestionarse la información recibida, qué decisiones adoptar y el proceso de investigación a seguir ante la eventualidad de un procedimiento penal dirigido contra la Compañía o contra alguno de sus representantes. Se publicó en la Intranet en abril de 2024 y su última actualización corresponde a abril de 2025.
- Procedimiento Investigaciones Internas:** Mediante este procedimiento se regulan los órganos internos que pueden llevar a cabo una investigación, así como los derechos, garantías y obligaciones de las personas investigadas y las pautas generales para su tramitación. El procedimiento fue aprobado en abril de 2023 y su actualización más reciente se realizó en abril de 2025.

07

Nuestro compromiso con los grupos de interés



El Grupo JCDecaux desarrolla su actividad en un entorno relacional amplio, en el que interactúa con múltiples grupos de interés: el público en general y los usuarios del mobiliario urbano, las autoridades locales y ayuntamientos, las empresas de transporte, los anunciantes y las agencias de medios, así como proveedores, subcontratistas y asociaciones, entre otros. Dado que cada uno de estos colectivos presenta prioridades y necesidades distintas, sus expectativas son diversas. En este contexto, el Grupo orienta su actuación a atenderlas de la mejor manera posible, manteniendo como referencia el respeto a los principios de ética empresarial.

La relación y el diálogo con los grupos de interés se gestionan principalmente a nivel local, a través de los responsables de contrato y del equipo directivo y responsables del Departamento de Desarrollo y Relaciones Institucionales. Este enfoque de proximidad facilita un conocimiento más directo del entorno y permite identificar con mayor precisión las expectativas y necesidades de cada colectivo.

El modelo económico del Grupo JCDecaux se basa en ofrecer a las ciudades y a las empresas de transporte productos y servicios ajustados a sus requerimientos, financiados mediante la creación y comercialización de espacios publicitarios. De esta forma, ayuntamientos, operadores de transporte y ciudadanía pueden beneficiarse de determinadas infraestructuras sin impacto directo en la economía pública, mientras que los anunciantes disponen de un canal de comunicación singular para conectar con sus consumidores, incorporando mensajes con enfoque de concienciación social cuando procede.

La cadena de valor que se presenta a continuación refleja esta orientación a la cercanía con los grupos de interés. JCDecaux integra capacidades diversas —desde el marketing y la gestión de espacios publicitarios hasta el mantenimiento y conservación del mobiliario— y el control de las distintas etapas contribuye a asegurar, en el largo plazo, niveles óptimos de calidad en los productos y servicios ofrecidos.

GESTIÓN DE LA CADENA DE VALOR

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

7.1. PROVEEDORES - FOMENTAR EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LA POLÍTICA DE COMPRAS

Los proveedores desempeñan un papel esencial en la calidad de los productos y servicios de JCDecaux, al materializar el mobiliario concebido por los equipos de ingeniería y aportar servicios directamente vinculados al desarrollo de la actividad.

En España, JCDecaux colabora con más de 700 proveedores y subcontratistas, de los cuales 41 se consideran "proveedores clave". Esta categoría se determina a partir de criterios previamente definidos, como el volumen de facturación, el grado de especialización, el nivel de competencia, entre otros.

La política de compras incorpora, además, un enfoque orientado a promover el desarrollo sostenible, integrando medidas que contribuyan a mejorar el desempeño social y ambiental en la operativa diaria.

Con el fin de reforzar el seguimiento en este ámbito, se ha desarrollado un cuestionario específico para los proveedores clave, que actúa como mecanismo de monitorización de criterios de sostenibilidad. La información obtenida se valora de forma ponderada y se incorpora a las tabulaciones de nuevos trabajos o proyectos como parte del criterio de selección final.

Nuestras acciones

La gestión de proveedores en JCDecaux España se basa en construir relaciones sólidas y duraderas, apoyadas en la confianza y en la alineación con los valores de la Compañía. Este enfoque busca que nuestros proveedores compartan el compromiso con el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa, lo que, a su vez, contribuye a un mejor control de riesgos, al fortalecimiento de las relaciones y a favorecer el intercambio de mejoras e innovaciones.

Con ese objetivo, durante el último año se han impulsado actuaciones dirigidas a reforzar la integración de criterios de sostenibilidad en las políticas de compras, entre ellas:

- Definición de objetivos y criterios de sostenibilidad: a nivel de Grupo se establecen objetivos y criterios que incorporan consideraciones sociales y ambientales en la política de compras, compromiso que se formaliza mediante la firma del Código de Ética.
- Formación y capacitación: el personal del área de compras recibe formación de manera continuada para aplicar criterios de

sostenibilidad en los procesos de compra y subcontratación, incluyendo la participación en congresos, seminarios y formaciones específicas que facilitan la identificación de proveedores más sostenibles.

- Seguimiento y evaluación del desempeño: se realiza anualmente una evaluación del desempeño del 100 % de nuestros proveedores clave, incorporando criterios de sostenibilidad en los formularios de evaluación.
- Atención a necesidades y preocupaciones: se identifican y atienden necesidades, preocupaciones y expectativas de los proveedores implicados en procesos de producción, promoviendo prácticas de colaboración.
- Control a través del Sistema de Gestión Ambiental: mediante el Sistema de Gestión Ambiental se identifican y monitorizan los aspectos ambientales vinculados a proveedores; cuando se detectan aspectos o riesgos relevantes, se definen acciones para corregir desviaciones o mitigar riesgos.

Siempre que resulta posible, JCDecaux apuesta por proveedores locales y regionales, lo que contribuye a reducir la huella de carbono asociada a compras y logística y a mejorar el control sobre el origen de materiales y los procesos de producción.

La gestión de compras, tanto a nivel de Grupo como de filiales, se enmarca en un proceso definido por el Departamento de Compras del Grupo, que identifica a los principales proveedores, aplica el Código de Conducta de Proveedores e implementa una metodología de homologación y evaluación de dichos proveedores.

El Código de Conducta de Proveedores está vigente desde 2014 y ha sido objeto de revisiones y actualizaciones en años posteriores. Con carácter general, todos los proveedores deben firmarlo y comprometerse a su cumplimiento, salvo que dispongan de un código propio equivalente. La firma del Código (o la existencia de uno equivalente) constituye un requisito indispensable para la homologación. El documento establece las expectativas de JCDecaux en materia social, ética, de seguridad y salud, y medioambiental, y se basa en referencias internacionales como las directrices de la OCDE, la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU y los ocho Convenios Fundamentales de la OIT. Para asegurar su conocimiento y aplicación, la recepción del Código firmado se integra en el proceso de homologación de proveedores.

7.2. RELACIONES CON LAS CIUDADES, EMPRESAS DE TRANSPORTE Y OTROS ACTORES LOCALES

El desempeño de JCDecaux se apoya en la calidad de sus productos y servicios y en su capacidad para comprender las necesidades de ayuntamientos, autoridades locales y empresas de transporte, incorporando una visión de largo plazo. La Compañía trabaja para ofrecer soluciones innovadoras y de alto nivel que acompañen las estrategias de desarrollo sostenible y resiliencia de sus socios. En 2024, este enfoque se mantiene como una prioridad, con el objetivo de que la propuesta de valor siga alineada con las demandas presentes y futuras.

La mejora de la calidad de vida en la ciudad y en el transporte público es una aspiración compartida por quienes utilizan el espacio público, por las administraciones, por los operadores de transporte

y por el tejido económico. Este propósito forma parte del compromiso de JCDecaux a largo plazo y constituye el núcleo de su modelo: diseñar soluciones duraderas y adaptables a la evolución urbana. Desde marquesinas de autobús hasta sistemas de bicicletas de libre acceso, pasando por aseos públicos automatizados y el mantenimiento inteligente de dispositivos conectados, la Compañía analiza y anticipa nuevas funcionalidades que contribuyan a espacios urbanos más abiertos, conectados e inteligentes.

En 2025, el Grupo JCDecaux mantiene su orientación hacia ciudades más sostenibles e inteligentes y de los servicios de movilidad, con el objetivo de contribuir activamente mediante sus soluciones y operaciones a:



DESARROLLAR HERRAMIENTAS Y SERVICIOS INNOVADORES PARA LAS CIUDADES Y SUS HABITANTES

NUESTROS COMPROMISOS

- Poner a disposición de las ciudades servicios publicitarios que aporten valor también a la ciudadanía, reservando espacios específicos del mobiliario urbano para atender necesidades de comunicación municipal:
 - Difusión de información pública (p. ej., mapas y comunicaciones oficiales).
 - Emisión de información en tiempo real a través de soportes digitales (p. ej., horarios de transporte público).
- Dar visibilidad a eventos municipales y culturales, tanto en la ciudad como en su entorno, a través de los soportes publicitarios.



HACER LAS CIUDADES MÁS AGRADABLES

NUESTROS COMPROMISOS

- Desarrollar mobiliario urbano innovador y con calidad estética, en colaboración con diseñadores como Marc Aurel, Philippe Starck, Patrick Jouin y Norman Foster.
- Reducir la saturación visual mediante una implantación selectiva del mobiliario (ubicaciones estratégicas y limitadas) y el uso de paneles deslizantes y pantallas digitales para optimizar el espacio.
- Ofrecer un servicio de movilidad sostenible en las ciudades.

RESPUESTA

- Despliegue de medidas de prevención del vandalismo, como barnices protectores, decoraciones en relieve y láminas resistentes a actos vandálicos.



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

NUESTROS COMPROMISOS

- Diseñar mobiliario urbano universal y adaptado, de forma que productos y servicios sean accesibles para personas con discapacidad.
- Contribuir a un entorno más cómodo y acogedor, incorporando asientos en el mobiliario siempre que sea posible.

RESPUESTA

- Instalación de Small Cells y puntos de conexión wifi para mejorar acceso a Internet e inclusión digital.
- Facilitar el acceso a nuevos servicios locales a través de las marquesinas.
- Instalación de “marquesinas refrescantes”, la primera marquesina que integra un sistema de refrigeración para el bienestar de los viajeros en periodos de intenso calor.
- Incorporación de soluciones tecnológicas útiles e innovadoras, como antenas y sensores medioambientales.
- Implantación de servicios específicos para personas con discapacidad:
 - Avisos orales activados por voz y etiquetas en relieve para apoyar a personas con discapacidad visual.



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

NUESTROS COMPROMISOS

- Favorecer el uso del transporte público mediante la instalación de marquesinas de autobús que sean funcionales y atractivas.

RESPUESTA

- Incorporación de mobiliario urbano orientado a la recogida selectiva de residuos (por ejemplo, pilas, vidrio o papel).
- Desarrollo de mobiliario con huella de carbono reducida, apoyándose en el uso de materiales naturales y en la optimización del consumo eléctrico.



DISMINUIR LA HUELLA AMBIENTAL DE NUESTROS PRODUCTOS Y SERVICIOS

NUESTROS COMPROMISOS

- Establecer la iluminación LED como estándar en el mobiliario urbano analógico, tanto en nuevos contratos como en renovaciones.
- Reducir la obsolescencia mediante mobiliario duradero, reutilizable en múltiples ocasiones y con una vida útil que puede alcanzar hasta 30 años, gracias a la calidad de los materiales empleados.
- Aplicar criterios de ecodiseño y economía circular en el desarrollo de los distintos modelos de mobiliario urbano.

RESPUESTA

- Implantación de sistemas de apagado nocturno o regulación de intensidad en mobiliario urbano para disminuir el consumo energético.
- Incorporación de sistemas de regulación de brillo en pantallas digitales, ajustando la luminosidad a la luz ambiental para reducir de forma significativa el consumo de energía.
- Desarrollo de soluciones con energía solar, integrando paneles fotovoltaicos en mobiliario urbano, como ya se ha implantado en ciudades como Murcia y Bilbao.
- Aplicación de producto fotocatalítico en techos y/o cristales de marquesinas, que aprovecha la luz para purificar el aire y contribuir a la reducción de la contaminación.

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

JCDecaux participa en el dinamismo de las ciudades y, en el marco de la industria publicitaria, contribuye al desarrollo económico en los ámbitos local, nacional e internacional. La publicidad exterior, por su visibilidad y capacidad de impacto, facilita la difusión de los mensajes de marca necesarios para alcanzar objetivos comerciales, favoreciendo la actividad económica en los distintos mercados.

7.3. RELACIONES CON LOS USUARIOS

JCDecaux orienta su actividad a ofrecer a las ciudades soportes publicitarios que aporten valor al entorno urbano y resulten útiles para la ciudadanía. Dado que el uso y la interacción de los usuarios con estos soportes es un elemento central, la Compañía considera prioritario garantizar el cumplimiento de la normativa aplicable, tanto en materia de seguridad de las instalaciones como en lo relativo a los contenidos publicitarios difundidos.

En relación con la publicidad exhibida, JCDecaux cuenta con un procedimiento de control y revisión de cada pieza, en el que intervienen distintas áreas de la organización. Este proceso permite verificar que la comunicación de los anunciantes se ajusta a las exigencias legales aplicables en cada ciudad y a los requisitos específicos de cada sector o categoría de producto, contribuyendo a un entorno de comunicación seguro y conforme a la normativa.

7.3.1. SEGURIDAD Y SALUD DE LOS USUARIOS

En el diseño de productos y servicios, JCDecaux sitúa la seguridad y la salud como criterio prioritario en todas las fases, tanto para las personas trabajadoras como para los usuarios finales. Un ejemplo de ello es el empleo de vidrio laminado en los soportes publicitarios, que reduce el riesgo de daños a terceros en caso de rotura, al evitar la proyección de fragmentos.

Esta orientación se traslada también a las características constructivas del mobiliario. En el diseño se incorporan elementos que refuerzan la seguridad, como el uso de materiales resistentes y no cortantes, la presencia de bordes redondeados para minimizar posibles lesiones, y sistemas de fijación robustos que evitan desprendimientos o movimientos inesperados de componentes.

La reputación de JCDecaux se apoya en la calidad de sus equipos y servicios, un valor esencial para el Grupo. Para respaldar este nivel de exigencia, la Compañía cuenta con certificaciones ISO 9001 e ISO 14001, que contribuyen a asegurar que los productos y procesos se gestionan con estándares elevados y con las autorizaciones necesarias. Tras la instalación de cualquier elemento de mobiliario, se realizan inspecciones periódicas in situ, complementadas con controles más exhaustivos y sistemáticos de las instalaciones eléctricas en intervalos definidos.

En el caso de los sistemas de bicicletas de libre acceso, se aplica un programa integral de mantenimiento preventivo y correctivo orientado a garantizar la operatividad, la durabilidad y la seguridad, al tiempo que se maximiza la vida útil de los equi-

Entre las fortalezas del medio exterior destaca su aportación a las economías locales en los territorios donde está presente. La amplitud y granularidad de la oferta permiten dar respuesta tanto a necesidades muy concretas —por ejemplo, un soporte direccional— como a campañas de mayor alcance con cobertura en una ciudad, a escala regional o incluso nacional. Esta flexibilidad lo consolida como un recurso relevante para la dinamización y el crecimiento económico.

pos y se minimiza la generación de residuos. Las bicicletas se inspeccionan, limpian y revisan diariamente. Cuando requieren reparación, se trasladan a talleres especializados para realizar las intervenciones necesarias. Componentes críticos —como frenos, cables y fundas— se sustituyen de manera sistemática cada 24 meses, reduciendo el riesgo de incidencias. Adicionalmente, todo vehículo que entra en taller recibe un mantenimiento completo (incluyendo reset, mantenimiento de frenado y revisión de cubiertas y cables), efectuado por técnicos del taller Cyclocity de JCDecaux. De forma complementaria, la Compañía impulsa campañas periódicas de concienciación sobre seguridad vial y movilidad sostenible.

- Por último, las Condiciones Generales de Contratación, aceptadas por los usuarios para utilizar el servicio, recogen obligaciones orientadas a un uso adecuado y seguro, entre ellas:
- Circular respetando la normativa vigente, incluyendo la prohibición expresa de conducción bajo los efectos del alcohol u otras sustancias.
- Utilizar la bicicleta de forma responsable, evitando manipulaciones, terrenos inadecuados o actuaciones que comprometan la integridad del vehículo o la seguridad propia y de terceros.
- Recomendación de uso de casco y chaleco reflectante homologados.
- En el servicio de Sevilla se ofrece la posibilidad de contratar un seguro de Responsabilidad Civil y Accidentes, mientras que en Valencia dicho seguro se incluye automáticamente con el registro de usuario.

7.3.2. CONTROL DEL CONTENIDO PUBLICITARIO

JCDecaux, en su condición de compañía líder en publicidad exterior, asume la responsabilidad de velar por que las creatividades y anuncios difundidos en sus soportes —convencionales o digitales, con independencia del formato— se ajusten a la legislación publicitaria y al resto de normativa aplicable, ya sea de ámbito nacional, autonómico o local.

Para reforzar este marco, en septiembre de 2023 el Grupo JCDecaux publicó el “Código de Conducta de Comunicación Exterior”, que establece directrices generales y los principios que deben respetarse durante la exhibición de campañas en todos los soportes de JCDecaux a nivel internacional.

En España, este enfoque se concreta mediante el *"Protocolo de Gestión de Campañas Publicitarias"*, disponible en la Intranet de JCDecaux España y actualizado por última vez en julio de 2025. El Protocolo define criterios, procedimientos y responsabilidades para la aprobación, modificación o rechazo de campañas que, por su contenido, puedan contravenir la normativa aplicable o los valores y principios recogidos en la Carta Ética del Grupo JCDecaux. Asimismo, se aplica a campañas no comerciales de carácter social o ideológico que puedan considerarse sensibles.

En el marco de este Protocolo, JCDecaux ha constituido un Comité integrado por la Dirección General, la Dirección Comercial/Marketing, la Dirección de Desarrollo y Relaciones Institucionales y el Área Jurídica, encargado de revisar y validar aquellas campañas sensibles —por ejemplo, con mensajes sociales o ideológicos u otros no claramente delimitados en la Ley General de Publicidad (LGP)— que pudieran estar amparadas por el derecho a la libertad de expresión reconocido en el artículo 20.1 de la Constitución Española. Este Comité determina la viabilidad de su exhibición. En 2025, en España se analizaron 300 creatividades con contenidos diversos (entre otros: bebidas alcohólicas, productos relacionados con tabaco o vapeadores, servicios financieros, juego/apuestas/loterías, publicidad política, electoral y sindical, ocio, películas y series, e igualdad de género y discriminación de la mujer).

Adicionalmente, para reforzar la legalidad de las creatividades, JCDecaux en España es miembro de AUTOCONTROL (Organismo de Control de la Publicidad) y se apoya en su valoración experta. La misión de AUTOCONTROL es promover una publicidad legal, veraz, honesta y respetuosa, y contribuye a ello mediante la emisión de informes o *copy advice*.

Por su parte, desde el departamento de Cyclocity se gestionan dos tipologías de campañas:

- Campañas de mantenimiento del servicio Cyclocity: campañas propias para promocionar el servicio entre los usuarios, coordinadas internamente por Operaciones, Jurídico y Relaciones Institucionales, y ejecutadas externamente con apoyo de una agencia.
- Campañas comerciales: iniciativas promovidas por anunciantes, gestionadas conjuntamente por el Departamento Comercial, Operaciones (Acciones Especiales), Relaciones Institucionales y Jurídico.

Todas las acciones dirigidas a usuarios se rigen por un protocolo interno que exige validación previa del Departamento Jurídico. Además, estas acciones deben comunicarse a la Municipalidad correspondiente para su conocimiento y aprobación antes del inicio de cada campaña.

7.3.3. GESTIÓN DE QUEJAS Y RECLAMACIONES

Desde el inicio de su actividad, JCDecaux ha dispuesto de equipos y canales específicos para la gestión de reclamaciones formuladas por cualquiera de sus grupos de interés. Las reclamaciones se registran, se documentan y se tramitan por las personas responsables asignadas en función del colectivo correspondiente (por ejemplo, usuarios del servicio, ayuntamientos u otros organismos oficiales).

Hasta la fecha, JCDecaux no ha recibido reclamaciones relacionadas con incumplimientos de normativa medioambiental, de seguridad y salud, ni por vulneración de la privacidad de sus clientes.

En el caso de Cyclocity, las reclamaciones de usuarios pueden presentarse a través de distintas vías: aplicación móvil, servicio de atención al cliente (oficinas presenciales y call center), plataforma web, bornas disponibles en Valencia, redes sociales (Instagram, Facebook y Twitter) y hojas oficiales de reclamaciones disponibles en oficinas y ayuntamientos.

Durante 2025 se gestionaron 52 reclamaciones oficiales (37 en Sevilla y 15 en Valencia), todas ellas atendidas de manera personalizada por el departamento de atención al cliente. Tras un primer contacto para recabar y concretar la información de la incidencia, la reclamación se registra en el sistema interno con el detalle disponible. El conjunto de incidencias se resolvió de forma satisfactoria: la mayoría se solucionan de manera inmediata y, cuando se requiere verificación sobre el terreno, el plazo máximo de resolución es de 10 días.

Asimismo, la aplicación de Cyclocity incorpora una funcionalidad de autoayuda (Selfcare) que permite a los usuarios gestionar dudas e incidencias sin necesidad de contactar con atención al cliente. Entre otras utilidades, esta funcionalidad permite:

- Recibir alertas en tiempo real sobre aperturas y cierres de estaciones.
- Consultar disponibilidad y ocupación de estaciones.
- Acceder al historial de movimientos, estadísticas de uso e importes generados.
- Marcar estaciones como favoritas.
- Consultar valoraciones sobre el estado de las bicicletas antes de su uso y valorar su condición tras utilizarlas.
- Reportar bicicletas abandonadas.
- Realizar alquileres de forma rápida mediante deslizamiento en pantalla.
- Obtener 15 minutos adicionales si la estación de destino está completa.
- Acceder a distintas opciones de pago (en Valencia: tarjeta de transporte, borna o app).
- Consultar rutas históricas y número total de viajes realizados.
- Gestionar comprobantes de transacciones.
- Visualizar impacto ambiental: calorías consumidas y emisiones de CO₂ evitadas.
- Utilizar la opción "Necesito ayuda" para resolver problemas de forma autónoma.

7.4. PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y RESPETO A LA PRIVACIDAD

En un entorno cada vez más digital y conectado, la gestión de datos ocupa un lugar relevante en la evolución del modelo de negocio de JCDecaux. Por este motivo, el Grupo considera prioritario establecer directrices éticas para la obtención y el tratamiento de la información, con especial atención a los datos personales.

En el desarrollo de su actividad, JCDecaux puede tratar datos personales de personas trabajadoras, clientes, socios, proveedores y usuarios, con la finalidad de gestionar relaciones contractuales y garantizar la adecuada prestación de los servicios. Este tratamiento puede estar vinculado, entre otros, a la gestión de sistemas de bicicletas de libre acceso, relaciones comerciales, conexiones wifi, procesos de licitación u otros eventos.

En todos los casos, JCDecaux manifiesta su compromiso de actuar conforme a los principios y obligaciones establecidos en el Reglamento (UE) 2016/679 (Reglamento General de Protección de Datos, RGPD) y en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Nuestras acciones

En los últimos años, JCDecaux ha impulsado distintas actuaciones para reforzar y evidenciar su compromiso con la protección de los datos personales. Entre ellas, destaca:

1. Adhesión al Código de Conducta de Tratamiento en la Actividad Publicitaria de AUTOCONTROL: JCDecaux se ha adherido a este código, que actúa como un instrumento de autorregulación del sector publicitario y refleja el compromiso con el cumplimiento de principios y normas específicas. El propio código contempla, además, un procedimiento para la resolución de posibles controversias derivadas de su incumplimiento mediante la intervención de un tercero independiente. Con carácter anual, AUTOCONTROL emite el correspondiente certificado anual de Responsabilidad Social, en el que se acredita el compromiso con el cumplimiento del Código de Conducta Publicitaria y el sometimiento al Jurado de la Publicidad.
2. Formación: Los nuevos empleados que se unen a JCDecaux reciben formación virtual en "Misión RGPD" y "Ciberseguridad", programas desarrollados por el Grupo.

De forma complementaria, JCDecaux ha revisado y actualizado distintas políticas y procedimientos con el fin de reforzar el control interno y ampliar el grado de conocimiento y detalle en materia de protección de datos. Entre las principales actuaciones se incluyen:

1. **Política sobre la Conservación y Destrucción de Datos:** implantada en 2022, establece las reglas que deben seguir todas las personas trabajadoras en relación con la conservación y eliminación de datos, con el objetivo de dar cumplimiento a lo previsto en el artículo 5 e) del RGPD.
2. **Procedimiento Privacidad desde el Diseño y por Defecto:** implantado en 2022 y actualizado en 2024, define las pautas aplicables al tratamiento de datos para asegurar el cumplimiento del artículo 25 del RGPD.
3. **Designación de Representantes RGPD por Departamento:** se han designado interlocutores por área para facilitar la coordinación entre cada departamento y la Delegada de Protección de Datos, comunicando de forma recurrente los proyectos y/o acciones que puedan implicar tratamiento de datos personales antes de su puesta en marcha.
4. **Procedimiento Tratamiento de Datos Personales Delegaciones:** implantado en 2023 y actualizado en 2025, detalla los pasos que deben seguir las personas trabajadoras cuando tratan datos personales de terceros interesados y de otros colaboradores/as, tanto en formato digital como físico, en supuestos como siniestros, vandalismos, reclamaciones patrimoniales o gestiones de recursos humanos.
5. **Política Tratamiento Datos Personales Personas Trabajadoras:** implantada en 2021 y actualizada en 2025, regula el tratamiento de datos en el marco de la relación contractual de las filiales del Grupo JCDecaux en España con las nuevas incorporaciones a la plantilla, de conformidad con los artículos 6, 7, 13 y siguientes del RGPD.

Para ampliar la información sobre el tratamiento de datos realizado por JCDecaux, la Política de Privacidad está disponible en: [Política de privacidad | JCDecaux España](#).

Asimismo, la información sobre cookies se encuentra en: [Información sobre nuestra política de cookies | JCDecaux España](#).

7.5. CONTRIBUCIÓN DE JCDECAUX A LAS COMUNIDADES LOCALES

7.5.1. IMPACTO LOCAL Y ECONÓMICO

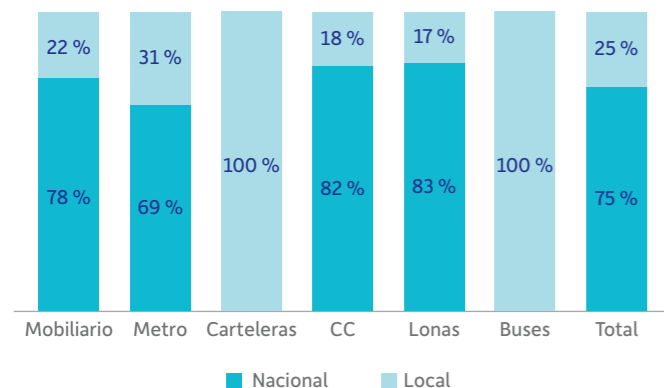
Tal y como se ha indicado, la granularidad del medio exterior permite dar respuesta a necesidades muy distintas de los anunciantes. Esta capacidad se aprecia especialmente en el ámbito local, donde es posible contratar desde un único soporte hasta varios que, en conjunto, conformen un circuito adaptado a un área concreta.

En este contexto, se observa una evolución relevante del mercado local en la cifra de negocio del Grupo en España. La apuesta de JCDecaux por el cliente local se ha apoyado en el desarrollo de una red de delegaciones comerciales distribuida por el territorio, lo que ha permitido mantener una presencia sostenida en los mercados locales a lo largo del tiempo. Este tipo de clientela se caracteriza por su continuidad y por demandar soluciones ajustadas a necesidades de largo plazo, diferenciándose de campañas puntuales tradicionales; un ejemplo de ello son los soportes direccionales, que facilitan visibilidad a negocios de menor tamaño.

Tal y como se refleja en el gráfico posterior, los clientes locales han alcanzado un peso significativo en las distintas unidades de negocio. Apoyados en productos que se ajustan a sus requisitos de presupuesto, presencia y visibilidad, estos porcentajes han aumentado con el tiempo, pasando de niveles en torno al 15 % a nivel general a los valores actuales.

La evolución de estos pesos está condicionada por las políticas comerciales y por la adaptación de los formatos. La digitalización ha favorecido un crecimiento más dinámico en el segmento nacional, si bien en los últimos años se ha observado también la incorporación gradual de clientes locales a soportes digitales. De manera similar, modelos como la venta programática, con un sesgo históricamente más nacional, están ampliando progresivamente su acceso al mercado local.

En línea con ello, JCDecaux impulsa el apoyo al tejido empresarial local a través de sus políticas ESG, respaldadas por una estrategia definida y orientada a resultados. Las pymes pueden sumarse mediante productos y servicios que van desde mobiliario convencional hasta soluciones específicamente diseñadas para alinearse con criterios ESG dentro de su ámbito. En este enfoque, los sistemas de bicicletas —como ejemplo de movilidad sostenible— también tienen un papel destacado: en las ciudades donde está implantado el modelo, las empresas interesadas en promover su uso pueden vincularse mediante el patrocinio de la red y de sus infraestructuras.



7.5.2. ACCIONES DE APOYO A LAS PRINCIPALES CAUSAS

La publicidad exterior constituye un medio de comunicación con capacidad para alcanzar a millones de personas a escala global y, por ello, una herramienta especialmente útil para el desarrollo de campañas de sensibilización. En este marco, desde sus inicios JCDecaux ha participado en iniciativas de apoyo a distintas causas de interés general, como la lucha contra enfermedades, la atención a colectivos desfavorecidos, la protección del medio ambiente y la seguridad vial.

En línea con este compromiso, JCDecaux impulsa y mantiene acciones de colaboración con entidades y fundaciones sociales sin ánimo de lucro, incluyendo organizaciones vinculadas al entorno local. En este sentido, destacan las colaboraciones existentes con:

- INTEGRÁ 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 2025, JCDecaux España ha realizado las donaciones a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro que figuran en la siguiente tabla:

BENEFICIARIO	2025
Menudos corazones	5.000
Aldeas Infantiles	5.000
Cris contra el cáncer	5.000
Manos Ayuda Social	5.000
CorAll Family	5.000
Total	25.000

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.

7.6. 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.

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.

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 "Ideales que curan", en castellano, catalán, y vasco, en Mobiliario Urbano (papel).

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 factores 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.

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.

Colaboramos con campañas varias, como la "Campaña del agua", que recuerda que la falta de acceso al agua potable es un obstáculo que hace inviable la prosperidad compartida. Se trata de un bien esencial para el desarrollo, la erradicación de la pobreza y la lucha contra el hambre, por lo que millones de personas que no puedan acceder a este recurso vital se ven condenados una vida de privaciones.

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 de sensibilización "Atlas de las emociones adolescentes", dedicada a sensibilizar sobre la importancia de cuidar el bienestar emocional en etapas vitales tan cruciales como la adolescencia y la juventud (4.000 carteles).

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 "Dónde firmo" pensada para ir informando sobre el legado solidario, porque al incluir a la Naturaleza en el testamento ayudamos a seguir trabajando en defensa de los océanos, los bosques, los animales, una alimentación sana, de cercanía, energías renovables y sostenibles, el agua limpia de los ríos, etc. 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.

PALLAPUPAS

ONG de payasos de hospital que trabaja creando un espacio para el humor en el proceso de enfermedad. Su objetivo es humanizar la salud a través de actuaciones artísticas, utilizando un método propio, dirigidas tanto a pacientes pediátricos como adultos. Los pallapupas trabajan codo con codo con el personal médico. Llegan a más de 63.000 personas en todo Cataluña a partir de su trabajo en 8 hospitales del territorio. Campaña digital "Riures Descontrolats" en Cataluña.

CRIS CONTRA EL CÁNCER

Fundación CRIS de investigación para vencer el cáncer es una institución que tiene como objeto: Información, promoción, realización y desarrollo de proyectos de investigación científica en áreas relacionadas con cáncer, así como el apoyo a otras instituciones nacionales e internacionales para conseguir la misma finalidad. Campaña "Concierto solidario" en Madrid.

OSCAR CONTIGO

Fundación OC Contra el Cáncer es una institución que tiene como objeto impulsar y promover la investigación contra el cáncer infantil. Campaña digital "Carrera solidaria, niños sin cáncer", en Madrid. Varias campañas en Madrid: "Musical benéfico Mamma Mía", "Torneo solidario de pádel" y "Carrera solidaria"

- Organización de dos jornadas de donación de sangre en la sede de Madrid, en junio y diciembre, mediante una unidad móvil de la Cruz Roja, facilitando la participación de personal de JCDecaux en una acción de salud y solidaridad comunitaria.
- Celebración de un mercadillo solidario navideño el 1 de diciembre, con la participación de la Fundación Prodis y la Fundación Talismán, que incluyó adicionalmente una campaña de recogida de juguetes destinados a niños y niñas hospitalizados, canalizada a través de la Fundación Oscar Contigo.



08

Información fiscal

8.1. BENEFICIOS OBTENIDOS

JCDecaux España, tiene todas sus filiales en España. El resultado de JCDecaux España, es 7.836.315,39 euros.

AÑO	BENEFICIOS OBTENIDOS
2023	2.444.900,96 €
2024	80.399,72 €
2025	7.836.315,39 €

8.2. IMPUESTO SOBRE BENEFICIOS PAGADOS

JCDecaux España tributa en régimen de consolidación fiscal para el 2025. Los pagos a cuenta del 2025 y la liquidación del Impuesto de Sociedades de 2025, junto con ejercicios anteriores se indican a continuación:

	2023	2024	2025
1er pago a cuenta	0€	0€	63.760,15 €
2º pago a cuenta	0€	0€	385.801,11 €
3er pago a cuenta	0€	0€	1.000.707,27 €
Liquidación IS	0€	0€	0 €

8.3. SUBVENCIONES PÚBLICAS RECIBIDAS

JCDecaux España ha recibido subvenciones por valor de 6.012,75 euros por la instalación de postes eléctricos adscritos al Plan Moves III en el ejercicio 2025.

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, a 9.707,04€ en 2023 y a 25.434,34 € en 2024 por el mismo concepto de postes eléctricos adscritos al Plan Moves III, en 2024 también se recibieron ayudas directas por los efectos causados por la Dana de Valencia por un importe de 165.000 euros.



09

JCDecaux en los índices internacionales ESG

Desde 2011, JCDecaux está presente en varios de los principales índices internacionales de sostenibilidad, referentes en el ámbito de la inversión responsable. Estos índices analizan el desempeño de las empresas a partir de exigentes criterios de responsabilidad social corporativa, en los que JCDecaux ha mejorado de forma constante a lo largo de los años.

En 2025, las calificaciones obtenidas por JCDecaux en estos índices ponen de manifiesto la solidez de su compromiso con la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa. A continuación, se presentan las puntuaciones alcanzadas en cada uno de ellos.

ECOVDIS



SCORE: 78/100

El Grupo reportó a EcoVadis por sexto año consecutivo. En 2025, obtuvo la calificación Silver, con una puntuación global de 78/100, lo que lo situó entre el 15% de las mejores empresas de las más de 155.000 compañías evaluadas.

MSCI



SCORE: AAA

JCDecaux forma parte de la evaluación de MSCI desde 2013 y, en 2024, obtuvo la calificación AAA, posicionándose entre las empresas líderes del sector de los medios de comunicación.

CDP



SCORE: A

JCDecaux reporta su desempeño al CDP (Climate) desde 2011. Además, ha sido incluida en la A-List por tercer año consecutivo, en una evaluación que abarca a cerca de 28.000 empresas.

SUSTAINANALYTICS



SCORE: 11,1

El Grupo se situó en el puesto 33 de 270 empresas evaluadas en el sector de los medios de comunicación y obtuvo una calificación de riesgo bajo en 2025.

010

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

Declaración de uso	La Entidad ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el ejercicio 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

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Número de página
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

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

Requisito Ley 11/18	Estándar GRI relacionado	Número de página
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



Si más ojos miran tu móvil



BBVA

Si más ojos miran tu móvil



BBVA

JCDecaux

Si más ojos miran tu móvil



BBVA

Salida Exit

C. Mayor

C. Arenal

3

El Casar

Momplaz

2025

ESTADO DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA

MEMORIA ANUAL