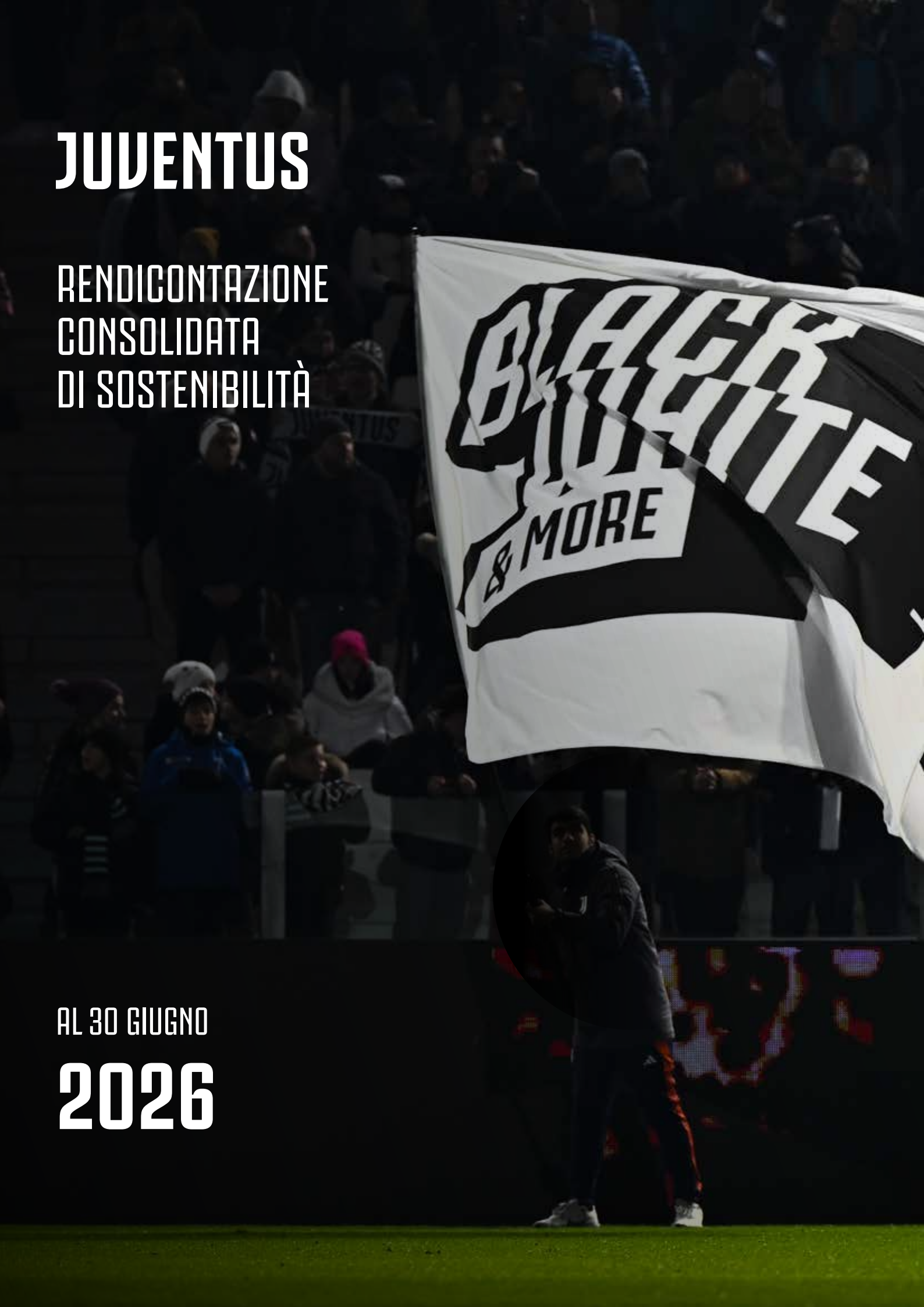
JUVENTUS

RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ



AL 30 GIUGNO

2026

JUVENTUS

RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ

AL 30 GIUGNO

2026

SEDE SOCIALE

Via Druento 175, 10151 Torino
Contact Center 011 45 30 486

CAPITALE SOCIALE INTERAMENTE VERSATO

€ 16.731.359,80

ISCRITTA AL REGISTRO DELLE IMPRESE

N. 00470470014 - REA N. 394963

INDICE

RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ

INFORMAZIONI GENERALI **(P. 11)**

TASSONOMIA EUROPEA **(P. 60)**

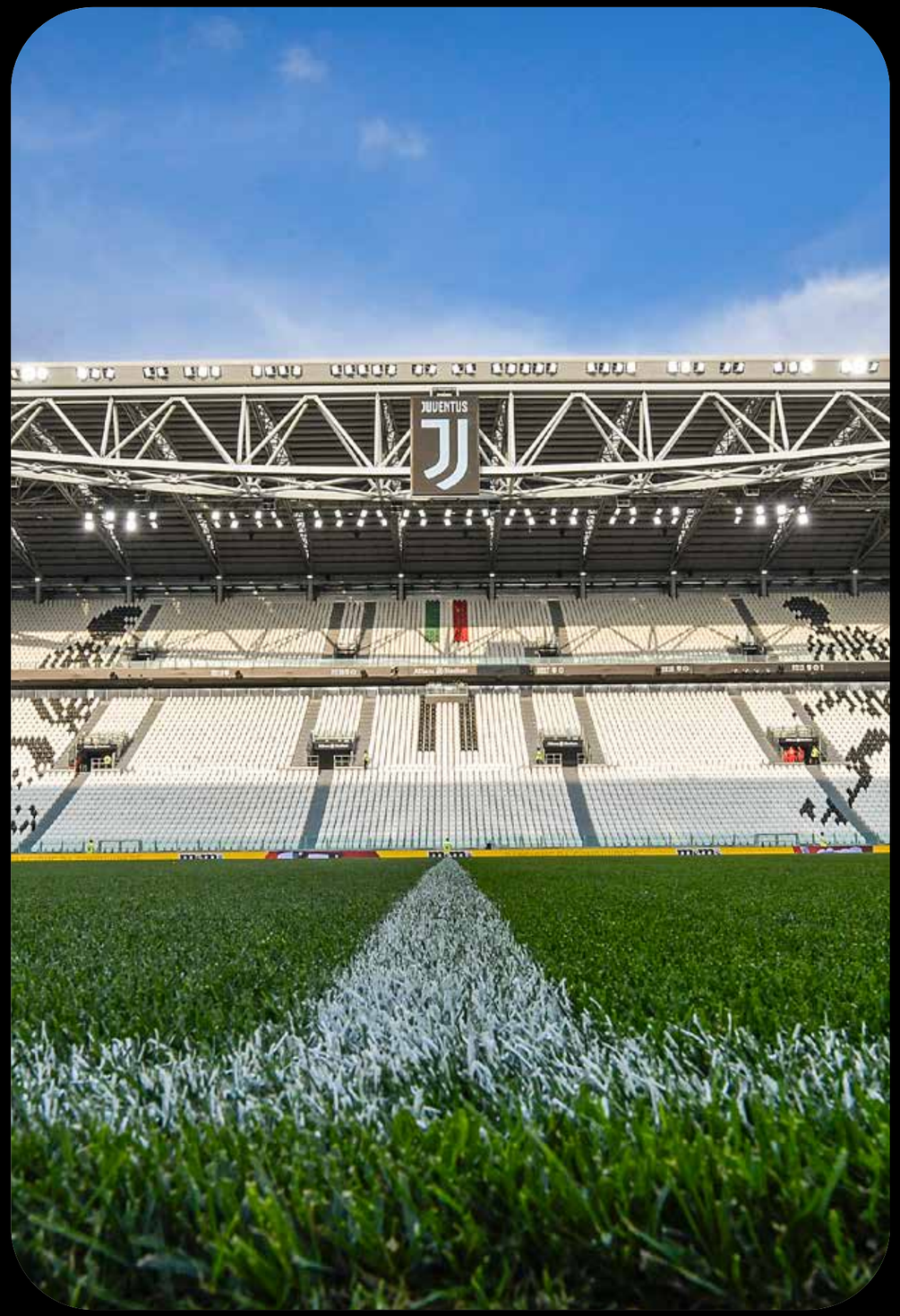
INFORMAZIONI AMBIENTALI **(P. 69)**

INFORMAZIONI SOCIALI (S1) **(P. 101)**

INFORMAZIONI DI *GOVERNANCE* **(P. 217)**

ATTESTAZIONE DELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ AI SENSI DELL'ART. 81 - *TER* DEL REGOLAMENTO CONSOB N. 11971 DEL 14 MAGGIO 1999
E SUCCESSIVE MODIFICHE ED INTEGRAZIONI **(P. 226)**

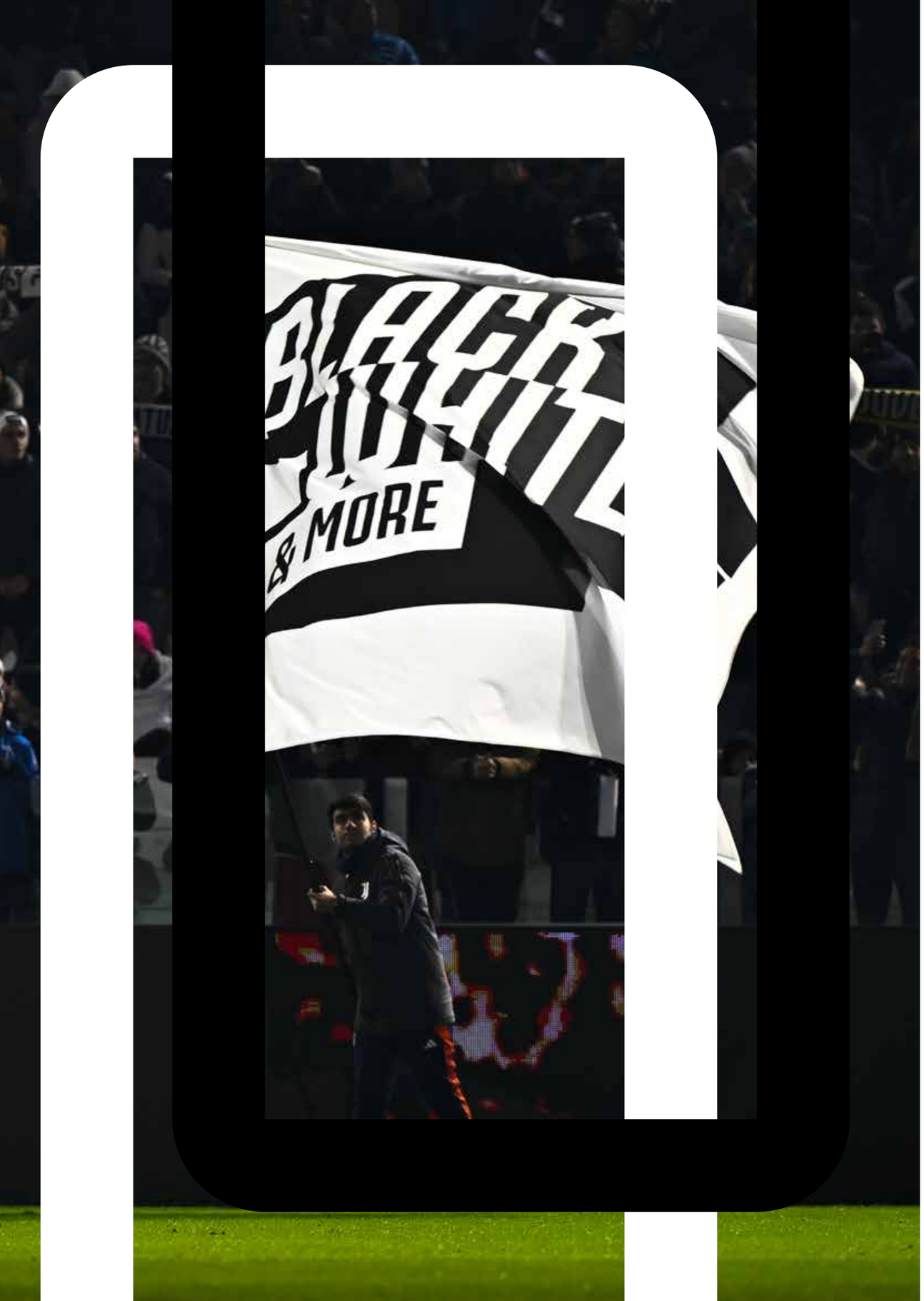
RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE **(P. 227)**



BLACK, WHITE &

M RE

RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ



INFORMAZIONI GENERALI

La presente rendicontazione consolidata di sostenibilità (di seguito anche “Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità”) è pubblicata da Juventus Football Club S.p.A. (di seguito “Juventus” o “Club” o la “Società”) ai sensi del Decreto Legislativo 6 settembre 2024, n. 125 (di recepimento della Direttiva 2022/2464/UE riguardante la rendicontazione societaria di sostenibilità (Corporate Sustainability Reporting Directive - CSRD) e redatta secondo una procedura interna che assicura la tracciabilità, la governance e la qualità dell’informativa di sostenibilità. Per i dettagli sulla procedura, sui ruoli e sulla governance della rendicontazione, si rimanda alle sezioni dedicate del presente documento.

LA PRESENTE RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ È OGGETTO DI ATTESTAZIONE SULLA CONFORMITÀ DA PARTE DI DELOITTE & TOUCHE S.P.A.,

alla quale è stato conferito l’incarico dall’assemblea degli azionisti (*“Assemblea degli Azionisti”*) del 15 ottobre 2020.

PERIODO DI RENDICONTAZIONE

Esercizio 2025 – 2026 (dal 1° luglio 2025 al 30 giugno 2026).

PERIMETRO DI RENDICONTAZIONE

IL REPORTING INTEGRATO DI JUVENTUS CONSENTE UN APPROCCIO SISTEMICO TRA STRATEGIA, GOVERNANCE, ATTIVITÀ CORE, PERFORMANCE FINANZIARIA E INTERAZIONI CON IL CONTESTO SOCIALE, AMBIENTALE ED ECONOMICO.

Integrare la Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità e il Bilancio Annuale ha per il Club un significato strategico, oltre che di compliance essendo un obbligo di legge, che consiste nel poter spiegare in maniera coerente, rigorosa e allo stesso tempo coinvolgente, perché la sostenibilità è importante per Juventus. La relazione finanziaria annuale, approvata dal Consiglio di Amministrazione il 29 settembre 2026, si compone – infatti – della Relazione sulla gestione (integrata sia dell'informativa finanziaria che della Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità, che include anche l'informativa sulla Tassonomia dell'Unione Europea come prevista dal nuovo Regolamento (UE) 2020/852), del bilancio consolidato ("Bilancio Consolidato") e del progetto di bilancio d'esercizio ("Bilancio d'esercizio") di Juventus. Per tale motivo, il perimetro delle informazioni e dei dati contenuti all'interno della Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità risulta essere composto dalle Società consolidate con il metodo integrale[1] all'interno del Bilancio Consolidato di Juventus (il "Gruppo" o "Gruppo Juventus"). Durante l'esercizio 2025-26 Juventus ha completato l'acquisto del J Hotel, che entra di conseguenza nel perimetro degli asset del Gruppo. La presente Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità copre la catena del valore a monte e a valle del Club, la quale è stata considerata nella valutazione della materialità per identificare impatti, rischi e opportunità ("IROs") materiali. Inoltre, le politiche, le azioni e gli obiettivi si estendono quando possibile alla catena del valore. Per maggiori informazioni si rinvia alle sezioni di dettaglio contenute nel documento.

ORIZZONTI TEMPORALI

Salvo diversamente specificato nella sezione pertinente, gli orizzonti temporali utilizzati nel presente documento sono: (i) Breve termine: entro 1 anno; (ii) Medio termine: entro 3 anni; (iii) Lungo termine: maggiore di 3 anni. Gli orizzonti temporali sono stati definiti considerando la strategia aziendale, le valutazioni di IROs, fornendo costantemente una rappresentazione coerente delle prospettive future.

METRICHE SOGGETTE A ELEVATO LIVELLO DI INCERTEZZA

Si segnala che i dati potrebbero presentare in taluni casi arrotondamenti dovuti alla rappresentazione in migliaia/milioni. Inoltre, si specifica che le metriche quantitative delle emissioni di gas serra di Scope 3 e della quantità di acqua raccolta e immagazzinata, riferite alle metriche E1-6 ed E3-5, si basano su stime e proxy soggette a un elevato livello di incertezza.

Con riferimento alla quantificazione delle emissioni di Scope 3 sono stati utilizzati come dati di input per il calcolo: dati primari (categorie 1 "Beni e servizi acquistati", categoria 3 "Estrazione di carburante ed energia", categoria 6 "Viaggi di lavoro" e categoria 15 "Investimenti") e proxy calcolate a partire da un campione di dati primari (categoria 4 "Trasporto e distribuzione a monte", categorie 5 "Scarti di produzione e rifiuti", categoria 7 "Commuting del personale", categoria 11 "Utilizzo e fruizione del servizio/prodotto"). Non sono presenti dati quantitativi di input basati su fonti indirette. Con riferimento ai dati relativi al quantitativo di acqua immagazzinata (ref. E3-5), questi sono stati stimati sulla base della capienza della vasca di raccolta (e del laghetto artificiale) e del consumo idrico proveniente dalle stesse.

Per migliorare la precisione di queste metriche, il Club prevede di implementare azioni volte a raccogliere dati primari direttamente dai fornitori, aggiornare le metodologie di calcolo con modelli più avanzati e sviluppare sistemi di monitoraggio e tracciabilità per ridurre la dipendenza da stime indirette.

QUESTO APPROCCIO MIRA A GARANTIRE UNA MAGGIORE TRASPARENZA E AFFIDABILITÀ DELLE INFORMAZIONI RIPORTATE, IN CONFORMITÀ CON I REQUISITI NORMATIVI.

[1] Come riportato all'interno della sezione "Area di consolidamento" della Nota illustrativa 5 – Principi contabili significativi del Bilancio Consolidato, l'area di consolidamento include la capogruppo Juventus e la controllata (100%) B&W Nest S.r.l. ("B&W Nest"), società che gestisce il J Hotel.

MODIFICHE NELLA RENDICONTAZIONE E NELLA PRESENTAZIONE DELLE INFORMAZIONI ED ERRORI DI RENDICONTAZIONE IN PERIODI PRECEDENTI

IL PRESENTE DOCUMENTO È STATO REDATTO PER LA SECONDA VOLTA SECONDO GLI STANDARD DI RENDICONTAZIONE EUROPEI ESRS.

Si segnala che le variazioni e le incidenze percentuali sono calcolate sui dati puntuali. Eventuali modifiche e informazioni rilevanti sui dati riportati sono debitamente segnalate all'interno della rendicontazione.

INFORMATIVE RICHIESTE DA ALTRE NORMATIVE O DA DISPOSIZIONI IN MATERIA DI RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ GENERALMENTE ACCETTATE

La presente Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità non include informazioni aggiuntive derivanti dalle legislazioni applicabili, ad eccezione delle informazioni del Regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento Europeo incluse nel paragrafo “La Tassonomia Europea”.

Policy e/o posizionamenti	*Capitoli tematici*
Policy e altri documenti	
Politica per l'ambiente	E1 Cambiamenti climatici E3 Acqua e risorse marine E5 Uso delle risorse ed economia circolare
Politica per la gestione degli eventi sostenibili	E1 Cambiamenti climatici E5 Uso delle risorse ed economia circolare
Codice Etico	E1 Cambiamenti climatici G1 Governance
Policy People First	S1 Forza lavoro propria S4 Consumatori e utilizzatori finali (Relazione con i tifosi)
Recruitment & Onboarding Policy	S1 Forza lavoro propria
Politica di Remunerazione	GOV 3 Integrazione delle prestazioni di sostenibilità nei sistemi di incentivazione S1 Forza lavoro propria
Linee guida di comunicazione esterna	S1 Forza lavoro propria
Social Media Guidelines	S1 Forza lavoro propria
Politica per la salute e la sicurezza	S1 Forza lavoro propria
Politica per la qualità del settore medico	S1 Forza lavoro propria
Safeguarding Policy	S1 Forza lavoro propria S3 Comunità interessate G1 Governance
Procedura "Gestione e comunicazione di informazioni privilegiate e rilevanti"	S3 Comunità interessate
Procedura per la "Gestione delle operazioni con parti correlate"	S3 Comunità interessate
Privacy Policy	S4 Consumatori e utilizzatori finali (Relazione con i tifosi)
Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs 231/01	G1 Governance
Modello di Prevenzione	G1 Governance
Procedura "Gestione delle Segnalazioni"	G1 Governance
Data Protection	G1 Governance

MODELLO DI GOVERNANCE E STRATEGIA

Juventus è consapevole dell’importanza di un **sistema di corporate governance efficace** per conseguire gli obiettivi strategici e creare valore sostenibile

IL CLUB MANTIENE IL PROPRIO SISTEMA DI GOVERNANCE COSTANTEMENTE IN LINEA CON LE MIGLIORI PRATICHE NAZIONALI E INTERNAZIONALI, ASSICURANDO EFFICACIA, EFFICIENZA E TRASPARENZA IN TUTTE LE OPERAZIONI.

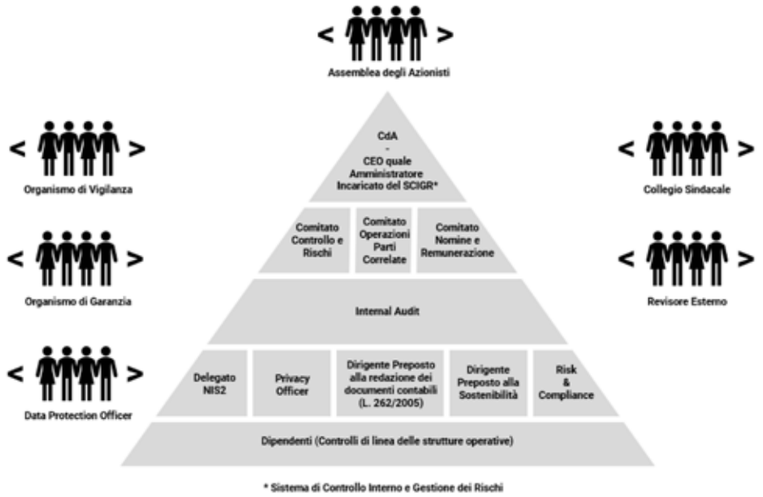
Per la descrizione strutturale degli organi di governance, si rimanda alla sezione GOV-1.

GOV-1 – RUOLO DEGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DIREZIONE E CONTROLLO

Il sistema di governo societario di Juventus, quale insieme di regole e metodologie di pianificazione, gestione e controllo necessarie al funzionamento della Società, è stato delineato dal Consiglio di Amministrazione nel rispetto della normativa cui la Società è soggetta in quanto emittente quotato, nonché in adesione al Codice di Corporate Governance e alle best practice nazionali e internazionali con cui la Società si confronta.

La Società adotta un **sistema di amministrazione e controllo di tipo tradizionale** che prevede una ripartizione di competenze tra **l’Assemblea degli Azionisti, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale.** Il Consiglio nominato dall’Assemblea del 7 novembre 2025 ha costituito, con delibera dell’11 novembre 2025, tre comitati con funzioni consultive e propositive nei confronti del Consiglio stesso: il Comitato Controllo e Rischi (al quale, non essendo costituito un apposito comitato in materia di sostenibilità, sono altresì attribuite, a seguito dell’aggiornamento del relativo regolamento approvato il 23 febbraio 2026, specifiche competenze in materia di sostenibilità), il Comitato per le Nomine e la Remunerazione e il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate, quest’ultimo di nuova costituzione.





CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il Consiglio di Amministrazione è investito, ai sensi dell'art. 17 dello Statuto Sociale, dei **più ampi poteri per l'amministrazione ordinaria e straordinaria.** Esso ha pertanto la facoltà di compiere tutti gli atti, anche di disposizione, che ritiene necessari od opportuni per il conseguimento dell'oggetto sociale, senza alcuna eccezione, esclusi soltanto quelli che la legge espressamente riserva all'Assemblea degli Azionisti.

Inoltre, il Consiglio di Amministrazione è competente, oltre che a emettere obbligazioni non convertibili, ad assumere le deliberazioni concernenti tutte le operazioni consentite dall'art. 2365, secondo comma del Codice Civile, e la scissione nel caso previsto dalla legge.

In particolare, ai sensi dello Statuto Sociale, l'amministrazione è affidata a un Consiglio di Amministrazione composto di un **numero di membri variabile da tre a quindici,** secondo la determinazione dell'Assemblea degli Azionisti. La nomina avviene, ai sensi di legge e di statuto, sulla base di un meccanismo di voto di lista.

Il Consiglio di Amministrazione in carica alla chiusura dell'esercizio (i.e., 30 giugno 2026) è stato nominato dall'Assemblea degli Azionisti del 7 novembre 2025. In tale contesto, sono state presentate due liste: la Lista 1, depositata dall'azionista di maggioranza EXOR N.V., titolare di una partecipazione pari a circa il 65,4% del capitale sociale (e al 78,9% dei diritti di voto) al momento del deposito, e la Lista 2, depositata dall'azionista Tether Investments S.A. de C.V., titolare di una partecipazione pari a circa l'11,5% del capitale sociale (e al 7,0% dei diritti di voto) al momento del deposito. La Lista 1 ha ottenuto voti favorevoli pari al 92,0% del totale dei diritti di voto rappresentati in Assemblea e la Lista 2 voti favorevoli pari all'8,0% del totale dei diritti di voto rappresentati in Assemblea; sono stati pertanto tratti, secondo quanto previsto dallo Statuto Sociale, otto amministratori dalla Lista 1 e un amministratore dalla Lista 2.

In particolare, l'Assemblea degli Azionisti del 7 novembre 2025:

- ha determinato in nove il numero degli Amministratori;
- ha stabilito la durata del mandato in tre esercizi, con scadenza alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio al 30 giugno 2028;
- ha nominato il Consiglio di Amministrazione nelle persone di Antonio Belloni, Gianluca Ferrero, Guido de Boer, Damien Comolli, Laura Cappiello, Fioranna Vittoria Negri, Kerstin Andrea Lutz e Diva Moriani, tratti dalla lista presentata da EXOR N.V., e di Francesco Garino, tratto dalla lista presentata da Tether Investments S.A. de C.V., e ha determinato il loro compenso.
- ha nominato Gianluca Ferrero quale Presidente del Consiglio di Amministrazione.

Il Consiglio di Amministrazione dell'11 novembre 2025 ha nominato Amministratore Delegato Damien Comolli.

A seguire, in data **12 giugno 2026**, a seguito delle dimissioni di Damien Comolli dalla carica di Consigliere e Amministratore Delegato della Società, il Consiglio di Amministrazione, verificata la sussistenza dei requisiti di legge e di statuto e acquisite le valutazioni del Comitato per le Nomine e la Remunerazione della Società, con l'approvazione del Collegio Sindacale, ha deliberato di cooptare, quale Consigliere, **Giovanni Roberto Carnevali**, nominandolo **Amministratore Delegato** e conferendogli altresì l'incarico di **Direttore Generale della Società**, attribuendogli poteri e funzioni sostanzialmente in continuità con l'assetto precedente. Ai sensi di legge, la prossima Assemblea degli Azionisti sarà chiamata ad assumere le deliberazioni conseguenti alla cooptazione. Infine, in data 25 giugno 2026 il Consiglio di Amministrazione ha preso atto delle dimissioni dell'amministratrice Kerstin Andrea Lutz. Successivamente alla chiusura dell'Esercizio, in data 25 agosto 2026, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di cooptare, in sostituzione dell'amministratrice cessata, Marina Storti, amministratrice non esecutiva e indipendente. Ai sensi di legge, la prossima Assemblea degli Azionisti sarà chiamata ad assumere le deliberazioni conseguenti alla cooptazione. Il Consiglio risulta pertanto composto da Amministratori esecutivi e non esecutivi, tutti dotati di professionalità e di competenze adeguate ai compiti loro affidati; il numero e le competenze degli Amministratori non esecutivi è tale da assicurare loro un peso significativo nell'assunzione delle delibere consiliari e da garantire un efficace monitoraggio della gestione. Alla data di chiusura dell'Esercizio gli Amministratori indipendenti – Antonio Belloni, Laura Cappiello, Francesco Garino, Diva Moriani e Fioranna Vittoria Negri – sono cinque, pari al 62,5% dei componenti del Consiglio di Amministrazione in carica a tale data; come anticipato, a essi si aggiungeva, sino alla cessazione dalla carica intervenuta il 25 giugno 2026, l'Amministratrice indipendente Kerstin Andrea Lutz. Per effetto della cooptazione di Marina Storti, avvenuta alla data del 25 agosto 2026, il Consiglio di Amministrazione risulta composto da nove membri e gli Amministratori indipendenti sono sei, pari al 66,7% dei componenti.

Inoltre, cinque amministratori appartengono alla fascia di età compresa tra i 55 e i 65 anni e tre alla fascia di età superiore ai 65 anni.

Consiglio di Amministrazione al 30 giugno 2026:

Ruolo [GR1.1]	*Nominativo [FF2.1]*	*Data di prima nomina*	*In carica fino a*	*Riunioni*
Presidente	 Gianluca Ferrero	2023	Approvazione bilancio al 30/6/28	11/11
Amministratore Delegato e Direttore Generale	 Giovanni Carnevali	2026	Prossima assemblea	1/1
Amministratore	 Laura Cappiello	2023	Approvazione bilancio al 30/6/28	11/11
Amministratore	 Fioranna Vittoria Negri	2023	Approvazione bilancio al 30/6/28	11/11
Amministratore	 Guido de Boer	2025	Approvazione bilancio al 30/6/28	7/7
Amministratore Lead Independent Director	 Antonio Belloni	2025	Approvazione bilancio al 30/6/28	7/7
Amministratore	 Diva Moriani	2025	Approvazione bilancio al 30/6/28	7/7
Amministratore	 Francesco Garino	2025	Approvazione bilancio al 30/6/28	7/7
In aggiunta, dal 25/08/2026:				
Amministratore	Marina Storti[2]	2026	Prossima assemblea	1/1

[2] Amministratore cooptato in data 25 agosto 2026 in sostituzione dell'amministratore dimissionario Andrea Kerstin Lutz.

COMPETENZE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Tutti i membri del Consiglio di Amministrazione possiedono conoscenze in materia di etica aziendale e governance societaria. Inoltre, 3 amministratori indipendenti fanno parte del **Comitato Controllo e Rischi, con responsabilità anche in materia ESG,** e sono supportati, nello svolgimento delle proprie funzioni, dalla **Direzione People, Culture & ESG** nonché, all'occorrenza, da consulenti esterni.

Juventus ha inoltre implementato un articolato e strutturato processo di **analisi di materialità**, la cui metodologia di valutazione sottostante è stata sviluppata **in coerenza con quella utilizzata nel modello di Enterprise Risk Management ("ERM") della Società**, come descritto all'interno della sezione Obbligo di informativa SBM-2 – "Interessi e opinioni dei portatori di interessi".

Per questo motivo, nel corso dell'esercizio è stata fornita al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale, attraverso il Comitato Controllo e Rischi, una disamina delle novità normative in materia di Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità e del processo di doppia materialità nell'ambito della quale è stato analizzato l'aggiornamento degli IROs rilevanti identificati attraverso tale processo.

COLLEGIO SINDACALE

Il Collegio Sindacale, costituito ai sensi dello Statuto Sociale da tre sindaci effettivi e due sindaci supplenti, **vigila sull'osservanza della legge e dell'atto costitutivo, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza della struttura organizzativa della Società** per gli aspetti di competenza del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo-contabile nonché sull'affidabilità di quest'ultimo nel rappresentare correttamente i fatti di gestione.

Il Collegio Sindacale è inoltre chiamato a svolgere le funzioni attribuite dalla vigente normativa al comitato per il controllo interno e la revisione contabile, istituito con decreto legislativo 27 gennaio 2010, n. 39. In tale ruolo il Collegio Sindacale vigila su: (i) il processo di informativa finanziaria, (ii) l'efficacia dei sistemi di controllo interno, di revisione interna e di gestione dei rischi, (iii) la revisione legale dei conti annuali, (iv) l'indipendenza della società di revisione legale verificando tanto il rispetto delle disposizioni normative in materia, quanto la natura e l'entità dei servizi non di revisione prestati alla Società ed alle controllate da parte della medesima società di revisione e delle entità appartenenti alla rete della medesima. Il Collegio Sindacale è infine chiamato a esprimere una proposta motivata all'Assemblea degli Azionisti in sede di conferimento e revoca dell'incarico di revisione legale dei conti.

La nomina del Collegio Sindacale, in coerenza con quanto disciplinato dalla normativa di legge e dall'articolo 22 dello Statuto Sociale, avviene sulla base di un meccanismo di voto di lista.

In data 7 novembre 2024, **l'Assemblea degli Azionisti ha provveduto alla nomina del Collegio Sindacale per il triennio 2024/2025 – 2026/2027.** Sulla base dell'unica lista presentata da parte del socio Exor N.V. (titolare, alla data di presentazione, del 65,4% delle azioni ordinarie), sono stati nominati sindaci: Roberto Spada, quale Sindaco Effettivo e Presidente del Collegio Sindacale, Maria Luisa Mosconi e Roberto Petrignani, quali Sindaci Effettivi e Stefania Bettoni e Guido Giovando, quali Sindaci Supplenti. http://www.juventus.com/http://www.1info.it/

La composizione del Collegio in carica alla data di chiusura dell'esercizio è dettagliata nella tabella che segue.

Tutti i membri del Collegio Sindacale possiedono **conoscenze in materia di etica aziendale e governance societaria.** Inoltre, i membri del Collegio Sindacale **assistono regolarmente alle riunioni del Comitato Controllo e Rischi.** Dalla data di chiusura dell'esercizio alla data della relazione finanziaria annuale non sono intervenute modifiche nella composizione del Collegio Sindacale. I profili dei sindaci, che includono informazioni circa l'età, il percorso formativo e professionale, sono consultabili sul sito internet www.juventus.com.

Il Collegio Sindacale resterà in carica sino all'Assemblea degli Azionisti che sarà chiamata ad approvare il bilancio d'esercizio 2026/2027. Nel corso dell'esercizio 2025/2026 **il Collegio Sindacale si è riunito tredici volte**, registrando una percentuale di partecipazione media dei componenti pro tempore pari al 100%.

Nominativi	*Ruolo*	*Percentuale di presenza*	*N. altri incarichi*
Roberto Spada	Presidente	100%	25
Marialuisa Mosconi	Sindaco effettivo	100%	11
Roberto Petrignani	Sindaco effettivo	100%	1

COMITATI INTERNI AL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Nell'ambito del mandato del Consiglio di Amministrazione in carica alla chiusura dell'Esercizio (i.e., 30 giugno 2026) sono stati costituiti, con delibera dell'11 novembre 2025, tre Comitati a carattere consultivo e propositivo:

- **il Comitato per le Nomine e la Remunerazione**, istituito ai sensi del Codice di Corporate Governance. Il Consiglio ha ritenuto di istituire un solo Comitato per la trattazione sia delle questioni relative alle nomine degli Amministratori, sia delle questioni relative alla remunerazione, anche del top management, in quanto ha considerato le suddette materie strettamente connesse;
- **il Comitato Controllo e Rischi**, istituito ai sensi del Codice di Corporate Governance, al quale, in forza del relativo regolamento approvato dal Consiglio di Amministrazione in data 23 febbraio 2026, sono inoltre attribuite specifiche competenze in materia di sostenibilità, non essendo stato costituito un autonomo Comitato ESG;
- **il Comitato per le Operazioni con Parti Correlate**, istituito ai sensi del Regolamento Parti Correlate Consob e della Procedura Parti Correlate adottata dalla Società.

Nella prima parte dell'Esercizio e sino al 7 novembre 2025, data dell'Assemblea degli Azionisti che ha deliberato la nomina del nuovo Consiglio di Amministrazione della Società, operavano invece, in seno al Consiglio in carica pro tempore, il Comitato Controllo e Rischi – cui erano attribuite anche le funzioni del Comitato per le Operazioni con Parti Correlate – e il Comitato per le Nomine e la Remunerazione, istituiti ai sensi del Codice di Corporate Governance, nonché il Comitato ESG, istituito su base volontaria.

Il Comitato per le Nomine e la Remunerazione della società è anche competente per le operazioni con parti correlate (come definite ai sensi del Regolamento Parti Correlate Consob) che abbiano a oggetto remunerazioni. **Le modalità di funzionamento, i compiti e i poteri dei comitati sono disciplinati da appositi regolamenti approvati dal Consiglio di Amministrazione.** Nello svolgimento delle proprie funzioni, i Comitati hanno facoltà di accedere a qualsiasi informazione che si renda necessaria, anche con il supporto eventuale delle strutture aziendali di riferimento. Il Consiglio di Amministrazione non si è riservato funzioni attribuite dal Codice di Corporate Governance a uno o più comitati. Il Consiglio di Amministrazione ha definito la composizione di ciascun comitato privilegiando le competenze e l'esperienza dei suoi membri.

LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

Con l'insediamento del nuovo Consiglio di Amministrazione nel novembre 2025, **il Comitato ESG** – organo con funzioni propositive e consultive nei confronti del Consiglio di Amministrazione in materia di sostenibilità – **ha concluso il proprio mandato nell'ambito di un'evoluzione del modello di governance della sostenibilità del Club.** Le responsabilità precedentemente attribuite al Comitato sono state integrate nei processi ordinari di governance societaria e, per le materie di propria competenza, attribuite al **Comitato Controllo e Rischi**, che supporta il Consiglio di Amministrazione nell'esame della Rendicontazione di Sostenibilità e nelle valutazioni relative ai principali rischi ESG.

Anche le priorità e gli indirizzi strategici in materia di sostenibilità continuano a essere discussi direttamente dal Consiglio di Amministrazione, per il tramite del Comitato Controllo e Rischi, **con il supporto della *Chief People, Culture & ESG Officer*,** che supervisiona le tematiche ESG del Club e riporta direttamente all'Amministratore Delegato.

Parallelamente, nel corso della stagione 2025/2026, **Juventus ha ulteriormente rafforzato il proprio Sistema di Controllo Interno e di Gestione dei Rischi** attraverso il coinvolgimento della funzione Internal Audit nelle attività di monitoraggio e controllo delle tematiche ESG.

Tale evoluzione riflette la volontà del Club di adottare una struttura di governance snella e integrata, basata sui tre livelli di seguito descritti, supportati trasversalmente dalla funzione ESG.

ATTRAVERSO QUESTA IMPOSTAZIONE, JUVENTUS RAFFORZA LA COERENZA TRA OBIETTIVI ESG, RESPONSABILITÀ ORGANIZZATIVE E COINVOLGIMENTO ATTIVO DELLE PERSONE.

1. ESG STEERING COMMITTEE

L'ESG Steering Committee è l'organo di coordinamento e indirizzo della **strategia ESG del Club.** Attraverso un approccio **"ESG integrated"**, promuove l'integrazione delle priorità ESG nei processi decisionali e operativi delle diverse funzioni aziendali, favorendo una gestione della sostenibilità sempre più trasversale e integrata nel business.

Lo Steering Committee approva gli obiettivi ESG degli Impact Teams – cioè le funzioni interne con un maggiore impatto dal punto di vista della sostenibilità - ne monitora periodicamente l'avanzamento e sostiene il processo di diffusione delle priorità ESG all'interno dell'organizzazione, assicurando coerenza tra la strategia ESG del Club e le attività delle diverse aree aziendali.

Lo Steering Committee è composto da Greta Bodino, Chief People, Culture & ESG Officer, Francesco Gianello, Facilities Management Director, Marco Castellaneta, Marketing Director e Giorgio Chiellini, Chief Club Affairs Officer. **La composizione del Comitato riflette le dimensioni della sostenibilità di Juventus:** la governance ESG e la valorizzazione delle persone, la gestione degli impatti ambientali connessi alle infrastrutture e alle operations, la comunicazione e il coinvolgimento degli stakeholder, il collegamento con l'area sportiva del Club.

Lo Steering Committee svolge inoltre un ruolo di supervisione sulle tematiche di diversità, equità e inclusione, in coerenza con gli impegni definiti nella **policy People First.**

2. ESG IMPACT TEAMS

Gli ESG Impact Teams rappresentano il **principale strumento attraverso cui Juventus promuove l'integrazione della sostenibilità nei processi decisionali e operativi delle funzioni aziendali** maggiormente coinvolte nella creazione di impatti ESG. Il modello si fonda sul principio che la sostenibilità non costituisca una responsabilità esclusiva della funzione ESG, ma un impegno condiviso a tutti i livelli dell'organizzazione. Attraverso gli Impact Teams, le priorità ESG sono progressivamente tradotte in **obiettivi concreti, iniziative operative e responsabilità diffuse all'interno delle diverse aree aziendali.**

Nel corso della stagione 2025/2026, la funzione ESG ha lavorato con i responsabili degli Impact Teams per identificare e definire gli obiettivi ESG delle rispettive aree di competenza. Gli obiettivi, approvati dall'ESG Steering Committee, sono entrati in vigore a partire da luglio 2026 e rappresentano un ulteriore passo nel percorso di integrazione della sostenibilità nei processi gestionali e operativi del Club.

3. POSITIVE IMPACT HUB

Il **Positive Impact Hub** è un gruppo di dipendenti, selezionati attraverso un processo di candidatura volontaria, che **promuove l'ideazione e lo sviluppo di iniziative bottom-up sui temi ESG.** I membri del gruppo agiscono come ambassador del cambiamento positivo all'interno dell'organizzazione, contribuendo alla diffusione della cultura della sostenibilità e del benessere e favorendo il coinvolgimento attivo della comunità Juventus.

Al 30 giugno 2026 si è concluso il primo ciclo annuale del Positive Impact Hub. L'esperienza ha registrato un **elevato livello di partecipazione e coinvolgimento,** contribuendo a rafforzare il dialogo sui temi della sostenibilità e a promuovere nuove idee e iniziative provenienti direttamente dai dipendenti.

A partire da luglio 2026 è stato pertanto avviato un nuovo processo di candidatura volto alla costituzione della seconda edizione del Positive Impact Hub, che resterà in carica per la stagione 2026/27.

MODELLO ESG INTEGRATED DALLA STRATEGIA ALL'IMPATTO



RUOLI E FUNZIONE ESG

Da quando ha avviato il proprio percorso nella sostenibilità, Juventus ha scelto di affrontarlo in modo strutturato e concreto, istituendo una funzione dedicata con un team specializzato. A partire dal 1° luglio 2023, questa funzione è stata formalmente integrata all'interno della **Direzione People & Culture** (oggi "Direzione People, Culture & ESG"), segnando un passaggio simbolico che riflette la consapevolezza che solo attraverso una piena condivisione interna dei valori ESG è possibile generare un impatto positivo, credibile e duraturo verso l'esterno.

LA SOSTENIBILITÀ NON È UN ONERE ESCLUSIVO DI UN TEAM DEDICATO, BENSÌ UNA RESPONSABILITÀ CONDIVISA DA CIASCUNA PERSONA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE.

Per presidiare in modo efficace le tematiche ESG – anche in risposta al progressivo rafforzamento del quadro normativo europeo e nazionale – **Juventus ha integrato la responsabilità ESG all'interno di due ruoli chiave: *Chief People, Culture & ESG Officer* e *Head of ESG,*** sottolineando così la centralità strategica di queste tematiche per il club. La prima figura ha il compito di guidare l'integrazione strategica della sostenibilità all'interno delle diverse funzioni aziendali, assicurando coerenza tra gli obiettivi di lungo periodo, le attività operative e i principali standard di rendicontazione. Il ruolo di Head of ESG prevede un coordinamento continuo e trasversale, volto a garantire un approccio strutturato, misurabile e in linea con le aspettative degli stakeholder.

In aggiunta, la Società, ai fini del rilascio delle attestazioni di legge, **ha formalizzato la figura del Dirigente Preposto alla sostenibilità** – responsabilità affidata alla *Chief People, Culture & ESG Officer* - un dirigente diverso dal Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dotato di specifiche competenze in materia di Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità, ai sensi dell'art. 154-bis, comma 5-ter, del TUF; tale figura è responsabile di presidiare le tematiche ESG a livello corporate, favorendo la piena integrazione della sostenibilità nei processi decisionali strategici. Questa figura – supportata dal *team* Risk & Compliance and Internal Audit nel presidio dei processi relativi a IROs (inclusi procedure e controlli) – rappresenta un ulteriore rafforzamento del sistema di governance e testimonia l'impegno della società a elevare la sostenibilità a elemento centrale della propria visione industriale.

Nell'ambito di una governance multilivello, **Juventus ha inoltre nominato il proprio Social and Environmental Sustainability Officer ("SES Officer")**, figura prevista dal Sistema di Licenze Nazionali e da UEFA e ricoperta dal Chief People, Culture & ESG Officer. Il Social and Environmental Sustainability Officer ha il compito di **coordinare e promuovere le iniziative in ambito sociale e ambientale**, garantendo l'integrazione della responsabilità sociale nelle attività quotidiane del Club e fungendo da collegamento operativo tra le varie aree aziendali coinvolte.

Parallelamente, per rafforzare il dialogo con la propria community con disabilità e assicurare un'esperienza realmente inclusiva, Juventus ha nominato il proprio ***Disability Access Officer*** **("DAO"),** figura ricoperta dall'Head of ESG. Il DAO è il **punto di contatto diretto con i tifosi con disabilità** e lavora per migliorare l'accessibilità sia negli impianti sia nei canali di comunicazione, in un'ottica di ascolto attivo e miglioramento continuo.

LA STRUTTURA ADOTTATA DAL CLUB RIFLETTE UN MODELLO INTERFUNZIONALE E ORIENTATO AL LUNGO TERMINE, IN CUI LA SOSTENIBILITÀ È UNA LEVA TRASVERSALE CHE COINVOLGE PERSONE, PROCESSI E RELAZIONI ESTERNE, CONTRIBUENDO ALLA CREAZIONE DI VALORE CONDIVISO.

ASSEMBLEA DEGLI AZIONISTI

L'Assemblea degli Azionisti è l'organo attraverso cui i soci possono partecipare attivamente alla vita societaria esprimendo la propria volontà con le modalità e sugli argomenti ad essi riservati dalla legge e dallo Statuto Sociale. L'Assemblea degli Azionisti si riunisce in forma ordinaria e straordinaria. Le deliberazioni prese in conformità della legge e dello Statuto Sociale vincolano tutti i soci, inclusi quelli assenti o dissenzienti, nei limiti dello Statuto Sociale stesso.

L'Assemblea degli Azionisti delibera sulle materie ad essa riservate dalla legge e quindi principalmente: (i) in sede ordinaria, tra l'altro (a) sul bilancio e sulla destinazione del risultato dell'esercizio, (b) sulla nomina e la revoca degli amministratori, determinandone il numero entro i limiti fissati dallo Statuto Sociale e il compenso, (c) sulla nomina dei sindaci, determinandone il compenso, e (d) sul conferimento dell'incarico di revisione legale, su raccomandazione del Collegio Sindacale; e (ii) in sede straordinaria, tra l'altro (a) sulle modifiche dello Statuto Sociale non relative ad adeguamenti normativi, e (b) sulle operazioni di carattere straordinario, quali, ad esempio, aumenti del capitale, fusione e/o scissione.

L'Assemblea degli Azionisti **è di norma convocata dal Consiglio di Amministrazione.** In linea con le previsioni di legge in materia, lo Statuto Sociale prevede che il Consiglio debba convocare l'assemblea di approvazione del bilancio entro centoventi giorni dalla chiusura dell'esercizio sociale; tale termine, nei casi consentiti dalla legge, può essere elevato a centottanta giorni. L'assemblea è inoltre convocata – in via ordinaria o straordinaria – ogni qualvolta il Consiglio di Amministrazione lo ritenga opportuno, nonché in ogni caso previsto dalla legge. Per maggiori informazioni si rinvia all'art. 9 dello Statuto Sociale, nonché alla relazione sul governo societario e gli assetti proprietari 2025/2026.

GOV-2 – INFORMAZIONI FORNITE AGLI ORGANI DI AMMINISTRAZIONE, DIREZIONE E CONTROLLO DELL'IMPRESA E QUESTIONI DI SOSTENIBILITÀ DA QUESTI AFFRONTATE

Gli organi di amministrazione, direzione e controllo di Juventus sono informati almeno annualmente in merito agli IROs rilevanti per le attività del Club.

Il Comitato Controllo e Rischi sottopone la relativa documentazione al Consiglio di Amministrazione ogni qualvolta si ritenga necessario includere un'iniziativa in ambito ESG all'interno del piano di sostenibilità ("Piano di Sostenibilità") e/o del piano strategico ("Piano Strategico"), dotarsi di una nuova politica, prendere una decisione strategica in ambito ESG.

L'analisi di doppia materialità (si veda paragrafo "Gestione degli impatti, dei rischi e delle opportunità") rimane il punto di partenza per la prioritizzazione delle azioni all'interno del Piano di Sostenibilità portate avanti dalla Società, sotto la supervisione dei comitati preposti e del Consiglio di Amministrazione.

GOV-3 – INTEGRAZIONE DELLE PRESTAZIONI DI SOSTENIBILITÀ NEI SISTEMI DI INCENTIVAZIONE

La tematica oggetto del presente indicatore è affrontata all'interno della sezione "S1-1– POLITICHE RELATIVE ALLA FORZA LAVORO PROPRIA" (POLITICA DI REMUNERAZIONE) cui si rimanda.

GOV-4 – DICHIARAZIONE SUL DOVERE DI DILIGENZA

Juventus riconosce l'importanza di **integrare il dovere di diligenza nei propri processi di governance e lungo l'intera catena delle attività di business**, con l'obiettivo di identificare, prevenire e gestire in modo responsabile i potenziali impatti connessi alle proprie operazioni, relazioni commerciali e decisioni strategiche. In tale contesto, la tabella che segue riporta i principali riferimenti documentali e i paragrafi della Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità che illustrano l'approccio adottato dalla Società in materia di due diligence, evidenziandone l'integrazione nei processi aziendali e nei presidi di governance.

Elementi fondamentali del dovere di diligenza	*Paragrafi all'interno della Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità*
a) Integrare il dovere di diligenza nella *governance*, nella strategia e nel modello aziendale	**GOV-1** – *Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo* **GOV 2** – *Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate* **GOV-3** – *Integrazione delle prestazioni di sostenibilità nei sistemi di incentivazione* **GOV-4** – *Dichiarazione sul dovere di diligenza*
b) Coinvolgere i portatori di interesse in tutte le fasi fondamentali del dovere di diligenza	**GOV-4** – *Dichiarazione sul dovere di diligenza* **SBM-2** – *Interessi e opinioni dei portatori di interessi* **S1-2** – *Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti* **S1-3** – *Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni* **S3-2** – *Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti* **S3-3** – *Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di sollevare preoccupazioni* **S4-2** – *Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti* **S4-3** – *Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di sollevare preoccupazioni*
c) Individuare e valutare gli impatti negativi	**SBM-2** – *Interessi e opinioni dei portatori di interessi* **SBM-3** – *Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale* **IRO-1** – *Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti*
d) Intervenire e far fronte agli impatti negativi	**E1-1** – *Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici* **E1-3** – *Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici* **E3-2** – *Azioni e risorse connesse alle acque* **E5-2** – *Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare* **S1-3** – *Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni* **S1-4** – *Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni* **S3-3** – *Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di sollevare preoccupazioni* **S3-4** – *Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alle comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni* **S4-3** – *Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di sollevare preoccupazioni* **S4-4** – *Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni* **G1-3** – *Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva*
e) Monitorare l'efficacia degli interventi e comunicare	**E1-5** - *Consumo di energia e mix energetico* **E1-6** - *Emissioni lorde di gas effetto serra (GHG) di Scope 1, 2, 3 ed emissioni totali di GHG* **E3-4** - *Consumo idrico* **E5-4** - *Flussi di risorse in entrata* **E5-5** - *Flussi di risorse in uscita* **S1-6** - *Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa* **S1-7** - *Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa* **S1-9** - *Metriche della diversità* **S1-10** - *Salari adeguati* **S1-11** - *Protezione sociale* **S1-12** - *Persone con disabilità* **S1-13** - *Metriche di formazione e sviluppo delle competenze* **S1-14** - *Metriche di salute e sicurezza* **S1-15** - *Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata* **S1-16** - *Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)* **S1-17** - *Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani* **G1-4** - *Casi accertati di corruzione attiva o passiva*

GOV-5 – GESTIONE DEL RISCHIO E CONTROLLI INTERNI SULLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

GESTIONE DEL RISCHIO

La Società ha implementato un **processo di gestione dei rischi tramite l'adozione di un modello di ERM** che consente l'identificazione, la valutazione e la gestione dei rischi aziendali su base continuativa (di seguito anche "Risk Assessment"). Tale modello risulta allineato alle raccomandazioni del Codice di Corporate Governance per le società quotate e alle best practices internazionali.

Le **attività** di Risk Assessment condotte **hanno identificato rischi con potenziale impatto sui temi di sostenibilità.** Ciascuno di questi rischi risulta puntualmente classificato con lo standard tematico di riferimento (E, S, G) e con i temi materiali rilevati da Juventus. Tali rischi sono stati oggetto di valutazione e gestione secondo la metodologia di risk management adottata dalla Società, in coerenza con l'analisi di doppia materialità effettuata, come descritto all'interno del paragrafo "Obbligo di informativa SBM-2 – "Interessi e opinioni dei portatori di interessi".

CONTROLLI INTERNI SULLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ

Nell'ottica di rafforzare il sistema di controllo interno sulla rendicontazione di sostenibilità, quest'anno, a partire dalla procedura "Redazione della rendicontazione di sostenibilità", è stato definito un **processo strutturato di raccolta, gestione e rendicontazione dei dati,** supportato anche da un data repository centralizzato e da un piano dei conti dedicato, con chiara definizione delle data ownership. L'obiettivo è quello di garantire una piena tracciabilità del processo lungo l'intera catena del dato, dalla materialità degli IROs fino alla raccolta, validazione e rendicontazione finale delle informazioni di sostenibilità.

A presidio di ciascuna fase del processo sono stati inoltre definiti specifici controlli interni, con la predisposizione di Risk Control Matrix sia di carattere generale, applicabili trasversalmente a tutti gli indicatori, sia di dettaglio, riferite agli indicatori specifici oggetto di rendicontazione.

La Direzione Risk & Compliance and Internal Audit, a supporto del Dirigente Preposto e come previsto dalla procedura "Redazione della rendicontazione di sostenibilità", ha effettuato controlli interni sulla Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità relativamente alle seguenti tematiche: consumo di energia e mix energetico (E1-5 – Consumo di energia e mix energetico), politiche sul consumo idrico (E3-1) consumo idrico (E3-4 – Consumo idrico), Politiche relative alla forza lavoro propria (S1-1), metriche di formazione e sviluppo delle competenze (S1-13) e metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata (S1-15).

Obiettivo dei controlli interni è stato **garantire la completezza e la coerenza della fonte dei dati** nonché **all'accuratezza del processo di raccolta** effettuato da parte delle funzioni preposte. Juventus si impegna a implementare progressivamente un sistema strutturato e formalizzato di controllo interno sulla Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità.



SBM-1 – STRATEGIA, MODELLO AZIENDALE E CATENA DEL VALORE

Juventus è una **società di calcio professionistico quotata in Borsa Italiana S.p.A.** che si è affermata, in più di un secolo di storia, come una delle squadre più vincenti e riconosciute a livello nazionale e internazionale, composta da 552 dipendenti e un fatturato di € 474.737 migliaia (dati al 30 giugno 2026).

Il core business della Società consiste nella **partecipazione alle competizioni calcistiche nazionali e internazionali e nell'organizzazione delle partite.**

Le principali fonti di ricavo derivano dall'attività di licenza dei diritti audiovisivi e media (in relazione alle competizioni disputate), dalle sponsorizzazioni, dai ricavi da stadio, dalla gestione – in outsourcing – delle attività di vendita di prodotti ufficiali nonché dalla commercializzazione di ulteriori servizi ai propri tifosi. Inoltre, la Società trae ulteriori proventi dalla gestione dei diritti pluriennali alle prestazioni sportive dei calciatori.

Si specifica inoltre che ai sensi dell'IFRS 8 - Settori operativi, il settore primario di attività del Gruppo è quello della partecipazione alle competizioni calcistiche nazionali ed internazionali; conseguentemente, le componenti economico-patrimoniali del bilancio sono essenzialmente ascrivibili a tale tipologia di attività. Inoltre, la parte preponderante dell'attività del Gruppo si svolge in ambito nazionale. Per maggiori informazioni relativamente alla composizione dell'organico si rinvia al capitolo "Informazioni Sociali S1".

Le azioni Juventus sono quotate su Euronext Milan, mercato regolamentato organizzato e gestito da Borsa Italiana S.p.A. ("EXM").

Il modello di business di Juventus è strutturato sulle seguenti Cash Generating Unit (CGU): attività sportiva legata alla disputa di competizioni nazionali e internazionali (Juventus) e attività di hotellerie (svolta attraverso la controllata B&W Nest S.r.l.). Entrambe queste attività sono valorizzate dal punto di vista delle performance di sostenibilità del presente documento, nonché all'interno della catena del valore.

Il calcio è lo sport con più tifosi al mondo. La pratica agonistica del calcio è organizzata su scala mondiale dalla FIFA, composta da molteplici federazioni. La FIFA ha delegato parte dei suoi poteri a confederazioni continentali, tra cui l'UEFA in Europa, che organizza, oltre alle competizioni europee tra nazioni, anche quelle tra club, tra le quali la UEFA Champions League e la UEFA Europa League.

A livello dei singoli stati, il calcio fa capo a una federazione nazionale, membro di UEFA e FIFA. In Italia, la federazione di riferimento è la FIGC, che è riconosciuta dal CONI.

All'interno di tale contesto, **Juventus ricopre un ruolo significativo nell'industria del calcio a livello nazionale e internazionale.** L'impegno del Club si riflette nella partecipazione attiva a diverse associazioni e competizioni di prestigio, confermando il proprio contributo alla crescita e allo sviluppo del calcio:

FIFA: Nella stagione 2024/2025 e in parte nella stagione 2025/2026 la Prima Squadra maschile della Juventus ha partecipato alla prima edizione della FIFA Club World Cup 2025, un evento di grande prestigio che sottolinea la rilevanza internazionale del Club, raggiungendo gli ottavi di finale della competizione.

UEFA: Nella stagione 2025/2026, la Prima Squadra maschile ha preso parte alla UEFA Champions League. Nel nuovo formato lanciato durante la stagione 2024/2025, 36 squadre partecipano a un unico girone in cui tutte figurano in un'unica classifica; i club classificati dal 1° all'8° posto al termine della fase campionato, che prevede otto partite di sola andata, si qualificano agli ottavi di finale; i club classificati dal 9° al 24° posto si qualificano agli spareggi per la fase a eliminazione diretta; i club classificati dal 25° al 36° posto sono eliminati definitivamente dall'Europa per la stagione in corso. Nella stagione 2026-27, la Prima Squadra maschile prenderà parte alle UEFA Europa League. Nella stagione 2025/2026 la Prima Squadra femminile ha preso parte, alla UEFA Women's Champions League, consolidando la presenza del Club nell'élite del calcio femminile. Anche in questo caso, la UEFA ha previsto a partire dalla stagione 2025/2026 un cambio di format, che si uniforma a quello maschile. Nella stagione 2026/2027, la Prima Squadra femminile inizierà invece il proprio percorso europeo partendo dal Second Qualifyng Round di UEFA Women's Champions League.

FIGC: Juventus collabora attivamente con la FIGC, contribuendo allo sviluppo e alla regolamentazione del calcio italiano.

ECA: diventata nel corso della stagione 2025/2026
EFC (European Football Clubs): Juventus è un membro di EFC, associazione che mira a migliorare le condizioni e le opportunità per i club europei.

Lega Serie A: Juventus è un membro attivo della Lega Serie A, contribuendo con la propria partecipazione e competenza allo sviluppo e alla governance della principale lega calcistica italiana. Oltre al campionato di Serie A, la Prima Squadra maschile partecipa alla Coppa Italia, una competizione che aggiunge ulteriore valore alla presenza nel panorama calcistico nazionale.

Serie A Femminile: la Prima Squadra femminile è impegnata nel campionato di Serie A, rafforzando il proprio ruolo nel promuovere il movimento in Italia. Anche la squadra femminile partecipa alla Coppa Italia di categoria.

Lega Pro: Juventus è stato il primo Club in Italia ad investire su una seconda squadra, con un progetto consolidato e di successo avviato nel 2018. La Juventus Next Gen (questo il nome della seconda squadra) ha partecipato al girone B della Lega Pro per la stagione 2025/2026 e alla Coppa Italia di Serie C.

eSerie A: Il Club partecipa alla eSerie A con un player di livello internazionale, attraverso attività che mirano ad allargare la fan base del mondo esport.

DCP (Divisione Calcio Paralimpico): Juventus partecipa con le proprie squadre paralimpiche Juventus One alla DCP, dimostrando il proprio impegno verso l'inclusione, in collaborazione con il partner locale ASD Nessuno Escluso.

L'impegno del Club verso i temi della sostenibilità è anche dimostrato dalla **partecipazione a framework e associazioni di riferimento,** tra cui si segnala:

UNITED NATIONS SPORTS FOR CLIMATE ACTION FRAMEWORK:

Juventus è stata la prima firmataria dello Sports for Climate Action Framework tra i Club italiani, impegnandosi attivamente nella promozione della sostenibilità ambientale all'interno del settore sportivo.

Il Club è inoltre attivamente coinvolto nella ***European Stadium & Safety Management Association*** **(ESSMA),** all'interno della quale ricopre un ruolo di leadership. Dal 2018 Francesco Gianello, Facilities Management Director del Club, è membro dell'Advisory Committee e, dal 2025, ne è Presidente. In tale contesto, Juventus partecipa a tavoli di lavoro, workshop e iniziative di confronto su temi rilevanti per la gestione degli impianti sportivi, inclusi gli aspetti legati alla sostenibilità.

L'APPROCCIO DI JUVENTUS ALLA SOSTENIBILITÀ: BLACK, WHITE & MORE

Nel corso della stagione 2023/2024 Juventus ha elaborato **la propria strategia ESG "Black, White & More",** frutto di un'approfondita attività di benchmark con società calcistiche, organizzazioni sportive, aziende dell'entertainment e soggetti particolarmente incentrati sui temi della sostenibilità. La strategia è stata presentata nel corso della stagione 2024/2025 attraverso un percorso di coinvolgimento rivolto sia agli stakeholder interni sia a quelli esterni. In particolare, il lancio pubblico del 17 dicembre 2024 è stato preceduto da un roadshow interno rivolto ai responsabili delle diverse funzioni aziendali, con l'obiettivo di favorire una comprensione condivisa delle priorità ESG e delle relative responsabilità attuative. Anche nel corso della stagione oggetto di rendicontazione, il Club ha proseguito il proprio impegno nell'implementazione della strategia.

BLACK, WHITE & MORE RAPPRESENTA IL FRAMEWORK ATTRAVERSO CUI JUVENTUS INTEGRA PROGRESSIVAMENTE LE TEMATICHE AMBIENTALI, SOCIALI E DI GOVERNANCE NELLE PROPRIE ATTIVITÀ SPORTIVE E DI BUSINESS. LA STRATEGIA È STATA SVILUPPATA IN DIALOGO CON IL TOP MANAGEMENT DEL CLUB E COSTITUISCE IL PRINCIPALE RIFERIMENTO PER L'IDENTIFICAZIONE DELLE PRIORITÀ ESG, LA DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI E IL COORDINAMENTO DELLE INIZIATIVE SVILUPPATE DALLE DIVERSE FUNZIONI AZIENDALI.





Fondata su sei pilastri, **la strategia supporta il perseguimento degli obiettivi strategici di lungo termine**, in coerenza con il modello di business di Juventus, con il contesto normativo di riferimento e con le aspettative dei principali stakeholder.

I sei obiettivi che hanno guidato la costruzione della strategia:

1. Razionalizzare e consolidare le iniziative esistenti.
2. Allineare le pratiche del Club ai requisiti ESG di Lega Serie A, UEFA e FIFA.
3. Rispondere alle aspettative di tifosi e stakeholder.
4. Garantire conformità ai requisiti normativi e alle istanze degli investitori.
5. Mantenere coerenza con l'Agenda 2030 attraverso il contributo a specifici SDGs.
6. Misurare e rafforzare il livello di maturità ESG del Club.

Ciascun pilastro è collegato a uno o più Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs) dell'Agenda 2030 delle Nazioni Unite ed è coerente con i principali framework di sostenibilità del settore sportivo, tra cui la strategia Strength Through Unity della UEFA e Unit for Sustainability della FIGC.



ENVIRONMENTAL

EMISSIONS IN THE CORNER

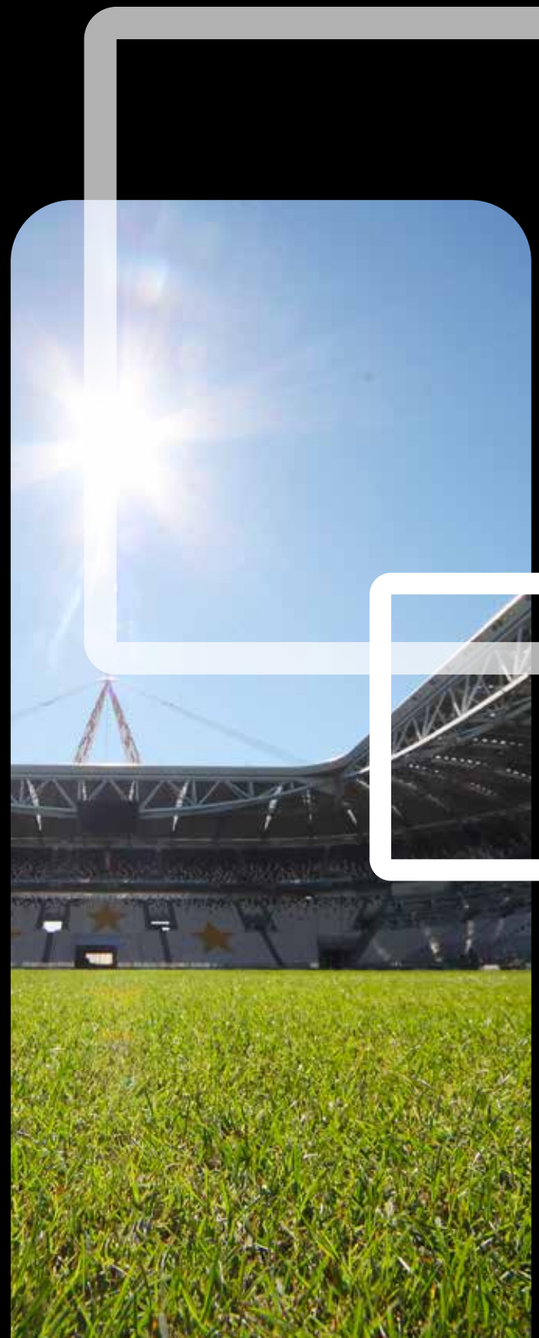
Rafforzare il percorso di progressiva riduzione dell'impatto ambientale attraverso:

- l'utilizzo di energia rinnovabile;
- l'efficientamento energetico;
- la promozione della mobilità sostenibile per i fan.

ASSIST TO CIRCULARITY

Supportare il lancio di iniziative di economia circolare per acqua, beni e prodotti, attraverso:

- l'utilizzo consapevole della risorsa idrica;
- il recupero e riutilizzo di beni e prodotti distribuiti durante eventi e presso le sedi del Club.



SOCIAL



PEOPLE FIRST

Integrare i principi ESG nella cultura e nelle attività del Club, sportive e non, per responsabilizzare le persone, attraverso:

- Percorsi virtuosi di sviluppo, coinvolgimento e benessere;
- Un ambiente di lavoro che ispiri eccellenza e senso di appartenenza a un grande team.

SUSTAINABLE GLOCAL CLUB

Promuovere i valori fondamentali dello sport, come l'equità e il lavoro di squadra, sia a livello globale che locale attraverso:

- Iniziative selezionate con un significativo impatto sociale sulle comunità locali;
- Progetti di rilievo nei territori globali presidiati dal Club (e.g. per la presenza di academies, fan club).

FAN CENTRALITY

Creare un network coeso in cui i principi di diversità, equità e inclusione uniscono *fan*, atleti e *partner*.

Il Club si impegna a:

- Incrementare il coinvolgimento dei *fan*;
- Garantire ai *fan* pieno accesso alle strutture sportive.

GOVERNANCE

SUSTAINABLE LEADERSHIP

Rafforzare la leadership del Club in ambito integrated governance, attraverso:

- la supervisione del quadro normativo ESG;
- l'integrazione dei principi ESG nel business.





LA CATENA DEL VALORE DI JUVENTUS







CATENA DI FORNITURA

ATTIVITÀ SPORTIVA

FORNITORI DI MATERIE PRIME

Fornitura alimenti (cibo, integratori, ecc.), acqua (irrigazione centri sportivi, stadio, allenamenti e uso domestico), energia elettrica, carburante per gli spostamenti, riscaldamento del campo, ecc.

FORNITORI DI BENI E ATTREZZATURE

1. **Sportive**: per allenamenti, gare ecc.
2. **Mediche**: in caso di infortuni, soccorso, preparazione atletica, monitoraggio delle performance, ecc.
3. **Tech:** telecamere di sorveglianza, software, GPS, ecc.

FORNITORI DI SERVIZI

1. **Pulizie e manutenzioni:** per lo stadio, servizi elettrici, green, meccanici, lavanderia, ecc.
2. **Assicurativi:** infortuni, danni alle strutture, ecc.
3. **Altri:** talent scout e servizi a essi legati, collaboratori, ecc.

ATTIVITÀ DI BUSINESS

FORNITORI DI MATERIA PRIME

Fornitura alimenti (mensa), acqua, energia elettrica, carburante per la flotta aziendale, ecc.

FORNITORI DI BENI E ATTREZZATURE

1. **Sportive e non**: fornitura di beni a marchio Juventus, co-branding o ad altri marchi (compreso l'abbigliamento).
2. **Mediche**: macchinari per l'erogazione dei servizi a J-Medical.
3. **Tech**: pc, stampanti, smartphone, ecc.
4. **Altro**: gadget, premi, cancelleria, elettrodomestici, mezzi di trasporto utilizzati per le fasi successive, attrezzature per J Hotel, prodotti allestitivi per il match-day, arredi, ecc.

FORNITORI DI SERVIZI

Bar e ristoranti, pulizia, manutenzione e appalti, consulenze per vari scopi, corsi formazione, personale interinale, sicurezza, realizzazione opere, lavori di agenzie per vari scopi, travel services, licenze varie, ecc.

LOGISTICA IN ENTRATA

STEWARDS E PIÙ IN GENERALE ADDETTI ALLA SICUREZZA

che garantiscono il corretto flusso in entrata dei tifosi dallo stadio.

TRASPORTI DELLE SQUADRE

nel raggiungere i luoghi dove vengono disputate le partite o accogliere i nuovi acquisti (bus, treni, aerei, ecc.), trasporti per la spedizione di materiali sportivi anche per le trasferte.

MAGAZZINI

(per le forniture dedicate al J-Hotel, J-Medical, JTC, altre strutture).

TRASPORTI DIPENDENTI

alle partite e sede (navetta) e i viaggi di lavoro.

LOGISTICA PER I TIFOSI/SPONSOR CON SERVIZI DI TRASFERIMENTI

ATTIVITÀ CORE

PREPARAZIONE ALLE GARE

attraverso gli allenamenti e la preparazione atletica all'interno della struttura sportiva.

PARTECIPAZIONI ALLE COMPETIZIONI

gestite dalla FIGC (riconosciuta dal CONI), UEFA e FIFA prevede la disputa di partite casalinghe e in trasferta. La partita casalinga si disputa presso l'Allianz Stadium (Prima squadra maschile), e presso lo Stadio Pozzo-La Marmora (Women e Next Gen). Si specifica che Quest'ultimo non è di proprietà di Juventus.

VENDITA

Biglietti, abbonamenti e membership.

VENDITA PRODOTTI

presso JStore fisici e online, gestita da Fanatics Italy.

GESTIONE FAN

attività di Fan Entertainment durante i match-day.

GESTIONE E AFFITTO DELLO STADIO PER ALTRI EVENTI SPORTIVI E NON

(partite di calcio non di Juventus, rugby, concerti).

OFFERTA DI PRESTAZIONI MEDICHE PER J-MEDICAL

E servizi legati al J-Hotel (B&W Nest).

EROGAZIONE SERVIZIO

TRASPORTI DELLE SQUADRE

nel tornare dalle trasferte (bus, treni, aerei, ecc.).

EMITTENTI TELEVISIVE

per la trasmissione delle partite in Italia e nel mondo.

CANALI SOCIAL

sito web per informazioni e contenuti esclusivi.

GESTIONE DEI RIFIUTI

provenienti dallo stadio, J-Hotel, J-Medical, Training Centers, e altre strutture.

MAGAZZINI

per lo stoccaggio di prodotti e attrezzature.

EROGAZIONE DI PRESTAZIONI MEDICHE PER J-MEDICAL

E servizi legati al J-Hotel (B&W Nest).

TIFOSI E PARTNERS

TIFOSI CHE PARTECIPANO ALLE PARTITE

in casa e trasferta.

ASSOCIAZIONI SPORTIVE

che organizzano le competizioni (FIGC, UEFA, FIFA) allo stesso tempo sono fonti di ricavo per Juventus.

TIFOSI

che comprano merchandising gestito da Fanatics.

SPONSOR E PARTNER

che si associano alla propria immagine a quella di Juventus.

ATTIVITÀ E CESSIONE DI SPAZI PUBBLICITARI

durante le partite casalinghe.

EMITTENTI TELEVISIVE

SBM-2 – INTERESSI E OPINIONI DEI PORTATORI DI INTERESSI

L'ANALISI DI MATERIALITÀ PERMETTE DI IDENTIFICARE LE TEMATICHE AMBIENTALI, SOCIALI E DI GOVERNANCE (ESG) RELATIVE A IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ (IROS) MAGGIORMENTE SIGNIFICATIVI PER JUVENTUS.

In questo processo, l'apertura, il dialogo e l'interazione con i propri stakeholder interni ed esterni rappresentano requisiti essenziali per comprenderne le esigenze, gli interessi e le aspettative, ma anche per identificare le migliori modalità che permettano di generare valore condiviso nel medio e lungo termine.

Nel corso della stagione, il Club ha proseguito in continuità con il percorso avviato nell'anno precedente, consolidando e affinando le **attività di analisi e coinvolgimento dei principali stakeholder:**

è stata aggiornata la

CATENA DEL VALORE,

al fine di riflettere le evoluzioni intervenute nel business, tra cui l'ampliamento delle modalità di utilizzo dello stadio attraverso la concessione in affitto della struttura per concerti ed eventi musicali nel giugno 2026;

sono state confermate la

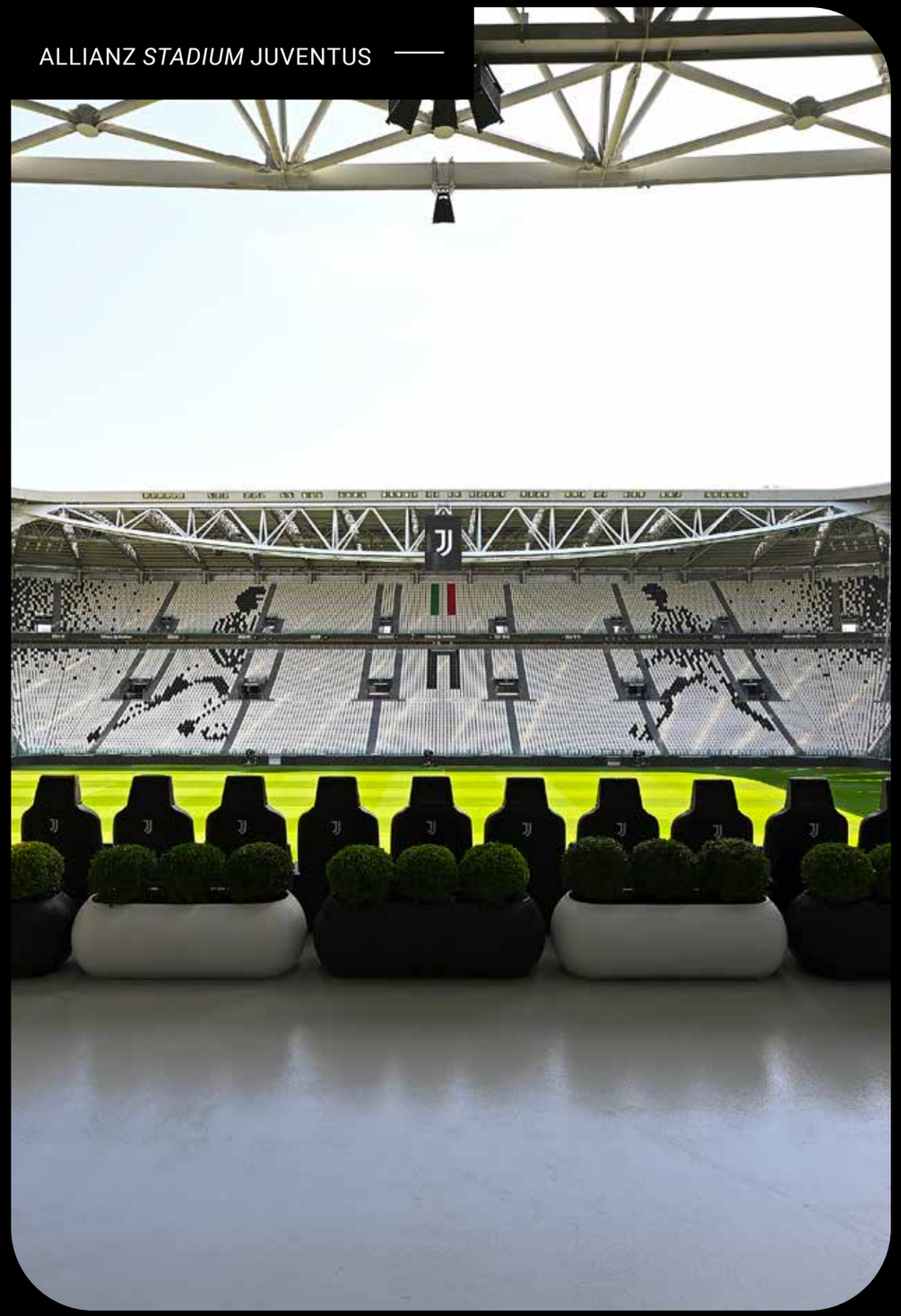
MAPPATURA E LA PRIORITIZZAZIONE DEGLI STAKEHOLDER,

ritenute ancora coerenti con il contesto di riferimento, attraverso il Modello di Salienza e riferendosi allo standard AA1000;

a completamento del percorso di coinvolgimento già avviato nell'esercizio precedente, sono stati inclusi anche alcuni

NUOVI BUSINESS PARTNER,

(Vergnano e Armani) per le tematiche di impatto e un investitore di minoranza (Tether, secondo azionista della Società) per le tematiche finanziarie, così da assicurare una rappresentazione più completa e aggiornata delle prospettive rilevanti per Juventus.



ALLIANZ *STADIUM* JUVENTUS

Di seguito sono riepilogate le principali categorie di stakeholder e le relative iniziative di engagement:

Stakeholder	Indicatore	Esempi di iniziative di engagement
Dipendenti	ESRS S1-2	Si rinvia alla sezione S1-2 – "Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti".
Juventus *Academy*	ESRS S3-2	Tra le iniziative più significative del programma **Juventus Academy**, la Juventus Academy World Cup rappresenta l'evento annuale per eccellenza, una vera e propria celebrazione internazionale dei valori sportivi ed educativi promossi dal club. Giunta alla sua **settima edizione nel 2026**, la manifestazione ha coinvolto oltre 1.000 giovani atleti e atlete provenienti da **32 academy dislocate in 25 paesi e 5 continenti**, con la partecipazione di 83 squadre composte da ragazze e ragazzi nati tra il 2013 e il 2016. Le partite si sono disputate in alcune delle località montane più suggestive del Piemonte – Susa, Oulx, Sauze d'Oulx e Bardonecchia – mentre le finali "Gold" si sono svolte presso l'Allianz Training Center. A suggellare l'edizione 2026, la cerimonia di apertura ospitata all'Allianz *Stadium* ha regalato ai partecipanti un momento indimenticabile, impreziosito dalla presenza della Legend bianconera Leonardo Bonucci. L'obiettivo principale dell'iniziativa – **creare un'esperienza educativa e memorabile attraverso il calcio** – è stato pienamente raggiunto: una settimana di sport, emozioni e nuove amicizie, che rafforza il legame tra Juventus e le sue Academy nel mondo, contribuendo alla costruzione di una community globale unita dai valori dello sport e dal senso di appartenenza. I responsabili delle *academy ("Academy")* sono inoltre coinvolti nel processo di sottoscrizione e allineamento alla *safeguarding policy ("Safeguarding Policy")*.
Investitori e Azionisti	ESRS 2 GOV-1	**L'Assemblea degli Azionisti,** insieme alla Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità, costituisce il principale strumento di coinvolgimento nei confronti di questo stakeholder, garantendo una panoramica completa e trasparente sulle tematiche ESG rilevanti per il Club. Inoltre, Exor, nel ruolo di azionista di maggioranza, è stato coinvolto nel processo di stakeholder engagement condotto nell'ambito della prima analisi di doppia materialità del Club relativa alla stagione 2024/2025. Nel corso della stagione 2025/2026 è stata coinvolta Tether, al fine di estendere l'approccio anche all'azionista di minoranza. Gli esiti di tale esercizio hanno rappresentato la base di riferimento per le attività di aggiornamento e validazione delle tematiche materiali svolte nel corso dell'esercizio 2025/2026, confermando l'importanza del gruppo di appartenenza nella definizione delle priorità strategiche di sostenibilità.
Tifosi	ESRS S4-2	Nel corso della stagione 2025/2026, Juventus ha proseguito il proprio percorso di coinvolgimento della fan base attraverso strumenti di ascolto, iniziative di partecipazione e attività di sensibilizzazione sui temi della sostenibilità. Nel quadro delle attività avviate negli esercizi precedenti, il Club richiama le survey condotte nell'ambito dell'analisi di doppia materialità e della misurazione delle emissioni indirette di gas serra (Scope 3), nonché gli ESG Day, iniziative che hanno contribuito a rafforzare il dialogo con gli stakeholder e a raccogliere elementi utili per l'evoluzione della strategia ESG. Tra le principali iniziative di coinvolgimento della fan base si conferma lo JOFC Day, l'appuntamento annuale dedicato ai presidenti degli oltre 500 Juventus Official Fan Club (JOFC) presenti in Italia e nel mondo. L'evento rappresenta un momento privilegiato di dialogo diretto tra il Club e la propria rete di associazioni affiliate, offrendo un'occasione di confronto sulle attività dei Fan Club, sui servizi loro dedicati e sulle opportunità di collaborazione. Negli ultimi anni lo JOFC Day ha assunto un carattere itinerante, svolgendosi direttamente nei territori in cui operano i Fan Club. Questa scelta rafforza ulteriormente il legame con le comunità locali e testimonia la volontà del Club di avvicinarsi ai propri tifosi, riconoscendone il ruolo centrale nella diffusione dei valori e dell'identità bianconera. Accanto ai momenti di aggregazione e condivisione, l'iniziativa prevede occasioni di ascolto reciproco, durante le quali i rappresentanti dei Fan Club possono condividere esigenze, proposte e feedback direttamente con il Club, contribuendo al miglioramento continuo delle attività e dei servizi dedicati alla fan base. Lo JOFC Day rappresenta inoltre un'importante occasione per valorizzare l'impegno sociale dei Juventus Official Fan Club. Nell'ambito dell'evento viene infatti assegnato il riconoscimento dedicato alla Social Responsibility, attraverso il quale il Club premia i Fan Club che si sono distinti per attività di particolare valore sociale, solidale o di interesse per le comunità locali.
Tifosi	ESRS S4-2	Oltre a dare visibilità ai progetti realizzati, il premio favorisce la condivisione di buone pratiche tra i Fan Club, stimolando la diffusione di iniziative capaci di generare un impatto positivo nei territori in cui operano. Parallelamente, Juventus coinvolge i propri tifosi attraverso campagne di comunicazione dedicate ai temi sociali e ambientali, contribuendo alla diffusione della cultura della sostenibilità all'interno della propria community. Tra le iniziative più significative della stagione si distingue la campagna dedicata alla salute mentale, che ha invitato i tifosi a condividere le proprie esperienze personali attraverso una call to action sui canali digitali del Club. Le testimonianze selezionate sono confluite nel documentario Stories of Strength, successivamente pubblicato sui canali ufficiali della Società, con l'obiettivo di promuovere una riflessione collettiva sul tema e favorire una maggiore sensibilizzazione della comunità bianconera. Per ulteriori informazioni sulle campagne promosse dal Club si rimanda alla Sezione S3.4 – Interventi sugli impatti rilevanti sulle comunità interessate. In occasione delle gare ufficiali, Juventus aderisce inoltre alle campagne di sensibilizzazione promosse dalla Lega Serie A su tematiche sociali e ambientali, contribuendo a diffonderne i messaggi attraverso le attività organizzate nei match day e sui propri canali di comunicazione. **Canali permanenti di dialogo** Il dialogo continuativo con i tifosi è garantito anche attraverso specifici canali permanenti di ascolto e contatto. In particolare, il Supporter Liaison Officer (SLO) rappresenta il principale punto di riferimento per le relazioni con la tifoseria organizzata, mentre il Disability Access Officer (DAO) assicura il confronto con i tifosi con disabilità e promuove il miglioramento continuo dell'accessibilità dei servizi offerti dal Club. Per maggiori informazioni sul ruolo e sulle attività di tali figure si rimanda alla Sezione S4.4 – Interventi sugli impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali. Il Club mette inoltre a disposizione dei propri tifosi diversi canali informativi e di contatto, tra cui il Contact Center, la sezione Sostenibilità del sito istituzionale, dedicata alla comunicazione delle iniziative ESG, e la sezione Accesso allo Stadio, contenente tutte le informazioni e i servizi rivolti ai tifosi con disabilità, al fine di garantire un'esperienza sempre più inclusiva e accessibile.
***Football Governance & Sport Industry Network* (FIFA, UEFA, Lega Serie A, FIGC, ECA, ESSMA)**	ESRS 2 SBM-1	Il confronto con gli enti di governance calcistica rappresenta per Juventus un ambito di dialogo costante e continuativo anche sulle tematiche di sostenibilità. Il Club partecipa attivamente a tavoli di lavoro e commissioni, come quelle promosse dalla Lega Serie A, in cui i club condividono esperienze e approcci in materia ESG. Juventus aderisce e prende parte alle iniziative e agli eventi organizzati da questi enti, riconoscendo il valore del confronto come leva per una reale integrazione della sostenibilità nel calcio. Nel corso della stagione 2025/2026, Juventus ha contribuito alla diffusione di conoscenze e buone pratiche attraverso la partecipazione a momenti di confronto nazionali e internazionali. Tra questi si segnalano il webinar organizzato da UEFA dedicato al sustainability reporting nel settore sportivo, durante il quale il Club ha condiviso la propria esperienza nell'implementazione della CSRD, e la partecipazione a RiminiWellness 2026, nell'ambito di un panel dedicato al ruolo della sostenibilità come leva di crescita e innovazione per il settore sportivo. Tra gli esempi più significativi di networking della stagione 2025/2026 si segnala l'organizzazione presso l'Allianz *Stadium* della Sustainability Cohort promossa da ESSMA *(European Stadium & Safety Management Association)*, il 7 e 8 maggio 2026, che ha riunito sustainability manager di club calcistici, gestori di impianti sportivi, organizzatori di eventi e altri operatori del settore provenienti da diversi Paesi europei. L'iniziativa ha rappresentato un'importante occasione di confronto su sfide e soluzioni per stadi più sostenibili (con un focus su catering ed eventi sostenibili) in cui sono state condivise best practice per ridurre l'impatto ambientale senza compromettere l'esperienza dei tifosi. In tale contesto, Juventus ha raccontato il proprio percorso di sostenibilità, il modello di governance ESG e alcune delle principali iniziative sviluppate sul territorio.
Pubblica Amministrazione (Comune di Torino, Prefettura, Forze dell'ordine)		La Pubblica Amministrazione rappresenta uno stakeholder rilevante per Juventus, che mantiene rapporti di dialogo e collaborazione con il Comune di Torino finalizzati allo sviluppo di iniziative a beneficio del territorio e della comunità locale. Tra gli ambiti di confronto rientrano, ad esempio, le iniziative volte a promuovere una mobilità più sostenibile per i tifosi diretti allo stadio. Juventus mantiene inoltre un costante dialogo con la Prefettura, le Forze dell'Ordine e le autorità locali, con l'obiettivo di garantire sicurezza, legalità e coesione sociale. Nel corso dell'anno, sono stati realizzati circa 50 incontri del "Gruppo Operativo Sicurezza", che si riunisce prima di ogni gara della Prima Squadra maschile e della Juventus Next Gen. Inoltre, ad agosto 2025 si è svolto un appuntamento dedicato con la Polizia, volto a rafforzare le procedure di collaborazione in vista dell'inizio della stagione sportiva. Il coordinamento di queste attività è affidato al Team Operations del Club.
Enti regolatori e di vigilanza (Borsa Italiana S.p.A., Consob)		Nell'ambito delle attività di stakeholder engagement sono state tenute in considerazione le principali aspettative di enti regolatori e di vigilanza.

Partner*, Fornitori, *Startup	ESRS S4-2 E G1-2	Partner e fornitori rappresentano interlocutori rilevanti per Juventus, sia nell'ambito delle attività commerciali sia nel percorso di integrazione della sostenibilità nelle strategie e nelle operazioni del Club. Il dialogo con questi stakeholder si sviluppa attraverso relazioni continuative, iniziative congiunte, momenti di networking e occasioni strutturate di confronto finalizzate a favorire la condivisione di conoscenze, l'individuazione di opportunità comuni e la diffusione di buone pratiche, ad esempio in materia di innovazione e sostenibilità. I partner costituiscono inoltre una fonte importante di collaborazione, confronto e apprendimento reciproco: • tra gli esempi più significativi della stagione 2025/2026 si segnala il supporto fornito da Adidas alla realizzazione della mostra fotografica dedicata alla squadra paralimpica Juventus One, iniziativa volta a promuovere la cultura dell'inclusione e la valorizzazione della diversità. • nell'ambito delle attività di aggiornamento della doppia materialità, il Club ha tenuto in considerazione il punto di vista di partner commerciali, inclusi i nuovi partner della stagione 2025/2026 Caffè Vergnano e Armani, a conferma dell'importanza attribuita al loro contributo nella definizione delle priorità di sostenibilità. Nel corso della stagione, il coinvolgimento di tali stakeholder è stato favorito anche attraverso eventi dedicati: • il 27 novembre 2025 l'Allianz *Stadium* ha ospitato la terza edizione dello Juventus Business Forum, che ha riunito oltre 150 aziende tra partner, sponsor e fornitori, coinvolgendo 350 professionisti in una giornata dedicata a networking, innovazione e sostenibilità. L'evento ha rappresentato un'importante occasione di confronto su temi quali l'integrazione dei principi ESG nelle strategie aziendali, il ruolo delle partnership nella generazione di valore condiviso e le opportunità di collaborazione all'interno dell'ecosistema del Club. • il dialogo con l'ecosistema dell'innovazione è stato ulteriormente rafforzato attraverso il programma Juventus Forward. In occasione dell'evento "Forward. In Play – Innovation Takes the Field", organizzato all'Allianz *Stadium* l'11 febbraio 2026, Juventus ha riunito startup, partner tecnologici, investitori e professionisti dell'innovazione, promuovendo il confronto su nuove soluzioni applicabili al settore sportivo e favorendo la nascita di collaborazioni e progettualità condivise. Sul fronte della sostenibilità operativa, un esempio significativo di coinvolgimento è rappresentato dalla Sustainability Cohort di ESSMA, ospitata all'Allianz *Stadium*, nell'ambito della quale è stato invitato il fornitore Vi.Co.Ok, che ha contribuito alle attività di approfondimento sul tema del catering sostenibile e della riduzione degli impatti ambientali associati agli eventi sportivi.
Associazioni del Terzo Settore e organizzazioni non profit	ESRS S3-2	Le associazioni del terzo settore e le organizzazioni no profit, sia locali sia internazionali, rappresentano interlocutori chiave per Juventus nell'ambito del pilastro strategico "Sustainable Local Club". Il Club si impegna a instaurare un dialogo costante e collaborazioni progettuali con queste realtà, al fine di generare un impatto positivo e duraturo sui territori in cui opera, sia a livello nazionale che internazionale. Queste collaborazioni consentono di rafforzare il legame con le comunità, promuovere iniziative di inclusione sociale e ambientale e amplificare la capacità di intervento del Club.
Associazioni del Terzo Settore e organizzazioni non profit	ESRS S3-2	Per maggiori informazioni si rinvia alla sezione S3-4 – Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alle comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni.
Club di Calcio		Juventus considera gli altri club calcistici stakeholder rilevanti per la crescita sostenibile del settore e promuove occasioni di confronto strutturato finalizzate allo scambio di esperienze, conoscenze e buone pratiche. Il Club ritiene infatti che la sostenibilità non rappresenti un ambito di competizione, bensì una sfida condivisa che richiede collaborazione tra gli attori dell'ecosistema calcistico. Per questo motivo, a partire dalla stagione precedente, sono stati introdotti i Sustainability Talks, che si affiancano ai confronti già consolidati nell'ambito delle commissioni della Lega Serie A. Nel corso della stagione 2025/2026, Juventus ha sviluppato occasioni di dialogo con diverse società sportive a livello nazionale e internazionale, tra cui FC Porto, Benfica Foundation, Young Boys e Tottenham Hotspur, affrontando temi quali l'integrazione dei principi ESG nelle attività dei club, l'accessibilità, l'inclusione e la generazione di valore per le comunità di riferimento. Nell'ambito del calcio femminile, il confronto con altri club rappresenta inoltre uno strumento fondamentale per favorire lo sviluppo del movimento e la crescita delle giovani atlete. In questo contesto si inserisce il J Women's Networking Day, organizzato il 16 maggio 2026 presso l'Allianz Training Center di Vinovo, che ha coinvolto club italiani e società provenienti da diversi Paesi europei. L'iniziativa costituisce un momento di ascolto e confronto dedicato a temi quali la valorizzazione delle giovani calciatrici, i percorsi di sviluppo delle atlete provenienti dai settori giovanili e il rafforzamento delle collaborazioni tra società sportive. Attraverso questo evento, Juventus raccoglie prospettive ed esigenze degli operatori del settore e contribuisce alla diffusione di pratiche e modelli di sviluppo a supporto della crescita del calcio femminile.
Media	ESRS S4-2	I media sono per Juventus uno stakeholder rilevante per la diffusione di informazioni e la promozione di una maggiore consapevolezza sui temi di sostenibilità nel settore sportivo. Attraverso interviste, approfondimenti editoriali, conferenze stampa ed eventi dedicati, il Club mantiene un rapporto continuativo con giornalisti e testate nazionali e internazionali, condividendo l'evoluzione della strategia ESG Black, White & More, i progetti realizzati e le principali tematiche di impatto sociale e ambientale affrontate nel corso della stagione. Tale attività contribuisce a rafforzare il posizionamento di Juventus come interlocutore attivo sui temi ESG. Nel corso della stagione 2025/2026, particolare attenzione è stata dedicata al percorso di adeguamento alla Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), che ha portato Juventus a diventare il primo club italiano ad adottare tale modello di rendicontazione. Di particolare rilievo anche l'ottenimento della certificazione UNI/PdR 125:2022, che ha posizionato il Club in primo piano anche nel campo della parità di genere. Un ulteriore ambito di interesse è stato rappresentato dal progetto paralimpico Juventus One, protagonista di diverse occasioni di approfondimento con i media: la mostra fotografica Portraits of Identity, Inclusion & Youth, inaugurata nel dicembre 2025, ha ricevuto copertura mediatica a livello nazionale, così come il media briefing in occasione dell'allenamento della squadra in preparazione alle finali nazionali di Tirrenia, organizzato nell'aprile 2026. Ulteriori occasioni di confronto sono state sviluppate attraverso iniziative dedicate a temi di rilevanza sociale, tra cui l'incontro con Gino Cecchettin presso l'Allianz Training Center di Vinovo nel maggio 2026, la Philadelphia Junior Cup e il Twinning Project, che hanno coinvolto le atlete, gli atleti e gli staff dei settori giovanili. Nel corso della stagione, l'interesse dei media verso il percorso di sostenibilità del Club è stato inoltre alimentato dal riconoscimento ottenuto da Juventus ai Global Football Industry Awards 2025, dove il 20 novembre 2025 il Club ha ricevuto il Sustainable Game Award per la strategia ESG Black, White & More. Il premio ha rappresentato un'ulteriore occasione di visibilità e approfondimento sui temi della sostenibilità applicata al mondo dello sport, contribuendo a valorizzare il percorso intrapreso dal Club nell'integrazione dei principi ESG nelle proprie attività.

IRO-1 – DESCRIZIONE DEL PROCESSO PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

L'analisi di materialità è il processo che Juventus utilizza annualmente **per mettere a fuoco, identificare e prioritizzare le questioni di sostenibilità più rilevanti per sé e per i suoi *stakeholder*** sull'economia, l'ambiente e le persone, compresi i diritti umani.

Nel corso della stagione 2024/2025, in conformità con le richieste della nuova Direttiva Europea 2022/2464 (Corporate Sustainability Reporting Directive),

IL CLUB HA AVVIATO IL PROCESSO DI ANALISI DI DOPPIA MATERIALITÀ,

seguendo quanto stabilito dal Regolamento Delegato (UE) 2023/2772 della Commissione Europea - il quale ha introdotto gli European Sustainability Reporting Standard ("ESRS") - e dalle Implementation Guidance "EFRAG IG1 Materiality Assessment".

Per la stagione 2025/2026 il processo è stato aggiornato, in linea con l'approccio definito l'anno precedente.

Secondo tali metodologie, una tematica risulta materiale se è rilevante dal punto di vista dell'impact materiality (prospettiva inside-out), della financial materiality (prospettiva outside-in) o da entrambe le prospettive.

In particolare, la **prospettiva d'impatto** o logica *"inside-out"* valuta la rilevanza degli **impatti in termini di impatti sull'economia, sull'ambiente e sulle persone,** inclusi quelli sui diritti umani, connessi alle operazioni aziendali e alla catena del valore a monte e a valle. Questo approccio consente di valutare come la Società influenzi il contesto esterno, identificando le aree in cui è possibile migliorare ulteriormente per amplificare gli impatti positivi, oppure in cui è necessario intervenire per mitigare e prevenire eventuali impatti negativi.

D'altra parte, la **prospettiva finanziaria** o logica *"outside-in"* valuta gli aspetti di sostenibilità che generano **rischi od opportunità che hanno o di cui si può ragionevolmente prevedere che abbiano un'influenza rilevante sullo sviluppo dell'impresa,** sulla sua situazione patrimoniale- finanziaria, sul risultato economico, sui flussi finanziari, sull'accesso ai finanziamenti o sul costo del capitale a breve, medio o lungo termine.

Il processo di analisi di materialità del Club si è articolato in tre principali fasi:

- Comprensione e aggiornamento del contesto interno ed esterno attraverso un'analisi della documentazione e implementazione di un benchmark di settore;
- Aggiornamento rispetto all'identificazione degli IROs relativi alle questioni di sostenibilità;
- Aggiornamento *assessment* e identificazione degli IROs rilevanti.

COMPRENSIONE DEL CONTESTO INTERNO ED ESTERNO

Il processo avviato per identificare gli IROs significativi per Juventus ha avuto inizio con un'analisi approfondita del contesto interno ed esterno rispetto alla stagione 2024-25, con un aggiornamento per il 2025-26. Questa analisi ha tenuto conto delle *best practice* del settore, delle dinamiche di mercato e del modello di *business* specifico della società.

Per condurre queste analisi, è stata inoltre effettuata un'analisi di benchmark rispetto a un panel di aziende del settore (club nazionali e internazionali).

IDENTIFICAZIONE DEGLI IROS RELATIVI ALLE QUESTIONI DI SOSTENIBILITÀ

L'aggiornamento della mappatura degli impatti (materialità d'impatto) è stata realizzata dopo aver compreso il contesto interno ed esterno alla Società, tenendo conto dei *Topic* e *Sub-Topic* definiti dagli ESRS. Per identificare i rischi e le opportunità (materialità finanziaria), è stata prestata particolare attenzione alla loro relazione con gli impatti positivi e negativi già mappati nell'ambito della materialità d'impatto, nonché alle eventuali dipendenze. Inoltre, per individuare i rischi e le opportunità è stata analizzata **la documentazione rilevante e disponibile nell'ambito dell'ERM**, al fine di creare un allineamento con la metodologia di valutazione e di gestione dei rischi aziendali.

Da questo processo è emerso un aggiornamento in cui gli impatti sono stati classificati come positivi o negativi, attuali o potenziali, identificando anche la fase della catena del valore in cui si collocano (processi a monte, attività aziendali, processi a valle).

ASSESSMENT E IDENTIFICAZIONE DEGLI IROS RILEVANTI - MATERIALITÀ DI IMPATTO

Per l'esercizio 2025/2026, la valutazione della materialità di impatto è avvenuta tramite il **coinvolgimento delle principali funzioni aziendali**. In particolare, sono stati organizzati degli incontri one to-one con: *Facilities Management, People, Culture & ESG, Team Manager, Procurement, Stadium & Consumer Business, Marketing, Legal, Risk & Compliance e Partnership*.

La significatività di un impatto è stata determinata sulla base della sua gravità, e della probabilità di accadimento. La gravità di un impatto è stata stabilita valutando:

- **Scala**: quanto è grave l'impatto negativo o quanti benefici comporta l'impatto positivo per le persone o l'ambiente;
- **Diffusione**: quanto sono diffusi gli impatti (ad esempio quanto è geograficamente esteso un danno ambientale), o quante persone sono interessate dalle attività aziendali; Inoltre, con riferimento ai soli impatti negativi sono state valutate.
- **Carattere di irrimediabilità**: se e in che misura è possibile porre rimedio agli impatti negativi, ossia riportando l'ambiente o le persone interessate allo stato originario;
- **Impatto sui diritti umani.**

ASSESSMENT E IDENTIFICAZIONE DEGLI IROS RILEVANTI - MATERIALITÀ FINANZIARIA

Per l'esercizio 2025/2026, l'analisi della materialità finanziaria è avvenuta attraverso **la valutazione della significatività di rischi e opportunità** considerando le metriche di carattere finanziario e la metrica reputazionale. Nello specifico, la determinazione di significatività è basata su una combinazione di probabilità e impatto degli effetti finanziari nel breve (entro 1 anno), medio (da 1 a 3 anni) e lungo termine (più di 3 anni). L'impatto degli effetti finanziari è stato definito utilizzando la metodologia ERM e la probabilità definita su una scala di 5 livelli. Si precisa che, nel caso in cui non fosse possibile quantificare gli effetti economico-finanziari di un rischio o di un'opportunità, in conformità a quanto stabilito dalle Linee Guida EFRAG, è stata applicata una metrica qualitativa al fine di misurare l'impatto reputazionale, che può compromettere la relazione con i principali stakeholder del Gruppo in termini di fondi e costo del capitale e pertanto essere finanziariamente rilevante.

ASSESSMENT E IDENTIFICAZIONE DEGLI IROS RILEVANTI – RISULTATI

A seguito delle valutazioni relative agli IROs, sono state stabilite due soglie di materialità (una per la materialità d'impatto e una per la materialità finanziaria), oltre le quali tali elementi sono stati considerati rilevanti. Tali soglie rappresentano un criterio essenziale per identificare le questioni che possono influenzare in modo significativo le decisioni degli investitori e di tutti gli altri *stakeholder* di Juventus.



SBM-3 – IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Di seguito sono riportati gli impatti, positivi e negativi, effettivi e potenziali risultati materiali dal processo di analisi (materialità d'impatto).

Tema materiale	Tipologia di impatto	Descrizione impatto	Orizzonte temporale	Impatto su diritti umani	Collocazione nella catena del valore
E1 – Cambiamenti climatici	Negativo attuale	Generazione di emissioni dirette di gas serra Scope 1 relative ai sistemi di riscaldamento degli uffici, ai veicoli aziendali e per gli spostamenti delle squadre per raggiungere i luoghi delle partite in casa e in trasferta	■□□	Sì	Attività core
	Negativo attuale	Generazione di emissioni indirette di gas serra Scope 2	■□□	Sì	Attività core
	Negativo attuale	Generazione di **emissioni indirette di gas serra Scope 3** legate alle attività lungo la catena del valore di Juventus (e.g. commuting dei tifosi, fornitura di beni e servizi, ecc)	■□□	Sì	Attività core
	Positivo attuale	Consumo di energia elettrica acquistata da **fonti rinnovabili**	■□□	No	Logistica in entrata; Attività core
	Positivo attuale	Contributo al **risparmio energetico** da parte dei dipendenti attraverso iniziative specifiche	■□□	N/A	Attività core
	Positivo attuale	Contributo al risparmio energetico attraverso l'installazione di **lampade LED** sulle strutture dello *Stadium*	■□□	N/A	Attività core
E3 – Acqua e risorse marine	Positivo attuale	**Efficientamento della risorsa idrica** attraverso l'implementazione di tecnologie all'avanguardia (e.g. sensoristica specifica, stazione meteo)	■□□	N/A	Catena di fornitura; Logistica in entrata; Attività core; Tifosi e Partners
E5 – Economia circolare	Negativo attuale	Inadeguato o inefficiente approvvigionamento e utilizzo di materie prime da parte dei fornitori	■■□	Sì	Catena di fornitura
	Negativo attuale	Produzione e smaltimento in modo errato / inadeguato dei rifiuti "medici"	■□□	No	Erogazione del servizio
	Positivo potenziale	Contributo all'economia circolare tramite il recupero e il riutilizzo di prodotti utilizzati durante le partite, eventi sportivi e concerti all'interno dello *Stadium*	■□□	No	Tifosi e Partners
	Negativo attuale	Produzione di rifiuti legata alle attività sportive, eventi e concerti destinati allo smaltimento	■□□	N/A	Attività core
S1 – Forza lavoro propria	Positivo attuale	Creazione di un ambiente lavorativo attento alla **salute mentale** delle persone attraverso l'integrazione dei fattori psico-sociali nei sistemi di gestione della **salute e sicurezza** e l'implementazione di iniziative di sensibilizzazione per incoraggiare la consapevolezza e il **dialogo** sul tema	■□□	N/A	Attività core
	Positivo attuale	Aumento di stress e affaticamento e riduzione del riposo con peggioramento dell'equilibrio vita-lavoro dovuti alla variazione degli orari di lavoro in base a giorni/orari delle partite	■□□	N/A	Attività core
	Positivo attuale	Incremento del **benessere dei dipendenti** attribuibile a piani di welfare e di miglioramento dell'**equilibrio vita-lavoro**	■□□	N/A	Attività core
S1 – Forza lavoro propria	Positivo potenziale	Promozione di una cultura aziendale della **diversità e inclusione** (di genere, etnia, età e minoranze) attribuibile a iniziative specifiche	■□□	N/A	Attività core; Tifosi e Partners
	Positivo potenziale	Promozione di un **ambiente** di lavoro **equo e inclusivo** nel rispetto e la **tutela delle diversità**, garantendo la massima **equità nelle politiche retributive** e la valorizzazione dei diversi background sociali e culturali dei dipendenti attraverso iniziative di sensibilizzazione	■□□	N/A	Attività core
	Positivo attuale	**Valorizzazione dei talenti** e delle loro performance attraverso lo sviluppo di **percorsi di crescita** personalizzati	■□□	N/A	Attività core
S3- Comunità interessate	Positivo attuale	Sviluppo di **iniziative volte a contribuire allo sviluppo sociale** e culturale del territorio (e.g. eventi di formazione in collaborazione con Università, iniziative di supporto a persone appartenenti a categorie vulnerabili)	■□□	N/A	Tifosi e Partners
	Positivo potenziale	**Condivisione di valore** con la comunità locale attraverso **partnership con enti del terzo settore e iniziative volte a favorire lo sviluppo** economico, sociale e culturale del territorio, in linea con la strategia di sostenibilità dell'azienda	■■□	N/A	Catena di fornitura; Tifosi e Partners
	Positivo attuale	Incremento dell'occupazione stabile, stimolo all'economia locale e rafforzamento del tessuto sociale nella regione	■□□	N/A	Tifosi e Partners
	Positivo attuale	Aumento di turismo e consumi locali grazie agli eventi match day casalinghi, ad altri eventi sportivi (e.g. rugby) e ai concerti	■□□	N/A	Erogazione del servizio; Tifosi e Partners
S4 – Relazione con i tifosi[3]	Positivo attuale	Contributo **all'incremento dell'accessibilità** all'intrattenimento per persone con **disabilità**, favorendo l'**inclusione sociale**	■□□	N/A	Attività core; Erogazione del servizio; Tifosi e Partners
	Positivo attuale	Mantenimento di **standard eccellenti** per l'individuazione di **episodi discriminatori** all'interno dello **stadio e social media**	■□□	N/A	Attività core; Erogazione del servizio; Tifosi e Partners
	Positivo attuale	Campagne continuative di **interazione con i supporter** di Juventus e **diffusione di messaggi e valori positivi**	■□□	N/A	Attività core; Erogazione del servizio; Tifosi e Partners
	Positivo attuale	Benessere e **senso di appartenenza** per centinaia di milioni di tifosi in tutto il mondo	■■□	N/A	Tifosi e Partners
G1 – Condotta delle imprese	Positivo potenziale	Raggiungimento degli obiettivi di sostenibilità attraverso l'integrazione dei principi ESG all'interno del modello di business, nella strategia e nell'analisi dei rischi (e.g. "Obiettivo ESG" inserito nella Relazione sulla Remunerazione)	■■■	N/A	Attività core
	Positivo attuale	Diffusione dei valori aziendali ai tifosi attraverso campagne social e collaborazioni con enti del terzo settore/ università	■□□	N/A	Attività core
	Positivo potenziale	Contributo ad una cultura della sostenibilità nel settore, attraverso l'attivazione di partnership e la condivisione di prassi virtuose con aziende/partner.	■■□	N/A	Catena di fornitura; Attività core
	Negativo potenziale	Violazione delle norme di anticorruzione (es. Codice etico) da parte della forza lavoro di Juventus	■■■	No	Attività core

[3] Il Topic ESRS S4 «Utilizzatori e Consumatori finali» è stato rinominato «Relazione con i tifosi» per una miglior comprensione del tema

Per quanto riguarda gli effetti finanziari attuali derivanti da rischi e opportunità, non si segnalano particolari conseguenze durante il periodo di riferimento.

Vengono ora presentati i rischi e le opportunità risultate materiali dal processo di analisi (materialità finanziaria):

Tema materiale	Tipologia di ROs	Descrizione Rischio/Opportunità	Effetti	Orizzonte temporale	Collocazione nella catena del valore
E1 – Cambiamenti climatici	Rischio	Potenziali perdite economiche e danni alle infrastrutture a causa di eventi climatici estremi	Danni alle infrastrutture; Interruzioni di business	■■■	Attività core
	Opportunità	Raggiungimento dei target delle emissioni di Scope 1, 2, 3 in linea con la strategia di decarbonizzazione	Miglioramento dell'immagine e reputazione aziendale; Miglioramento della competitività	■■■	Attività core
	Opportunità	Sviluppo di soluzioni che consentano di **migliorare l'efficienza energetica** e di ridurre le emissioni di gas serra durante gli eventi sportivi	Miglioramento dell'immagine e reputazione aziendale	■■■	Attività core
	Opportunità	Promuovere la sostenibilità nel settore sportivo attraverso l'adozione di obiettivi di decarbonizzazione science-based, la gestione dei rifiuti e pratiche di economia circolare	Rafforzamento reputazionale e del brand; Maggiore attrattività verso sponsor e investitori ESG-oriented	■■□	Attività core
E3 – Acqua e risorse marine	Opportunità	Massimizzazione delle **opportunità di riutilizzo della risorsa idrica**	Miglioramento dell'immagine e reputazione aziendale	■□□	Attività core
E5 – Economia circolare	Opportunità	Sviluppo di soluzioni che consentano il **riutilizzo dei materiali** contenuti nei prodotti dell'attività core (e.g. palloni)	Miglioramento competitività	■■■	Attività core
S1 – Forza lavoro propria	Rischio	Rischio connesso alla **salute psico-fisica** delle persone, nonché al rischio che gli stessi possano subire infortuni gravi	Danni d'immagine e reputazionali	■□□	Attività core
	Opportunità	Incremento del livello di **soddisfazione dei dipendenti** attraverso investimenti per garantire la competitività salariale, un piano di well-being, formazione e opportunità di carriera	Miglioramento dell'immagine e reputazione aziendale;	■□□	Attività core
	Rischio	**Comportamenti sportivi illeciti o in violazione delle normative** da parte di calciatori / calciatrici e altri soggetti esposti di Juventus	Danni d'immagine e reputazionali	■□□	Attività core
	Opportunità	Incremento dell'attrazione e retention dei dipendenti attraverso iniziative e politiche DE&I	Aumento dell'attrattività sul mercato del lavoro e miglioramento del turnover; Aumento della produttività	■■□	Attività core
	Rischio	Rischio nel non **attrarre, trattenere e incentivare talenti**, ovvero a identificare tempestivamente figure chiave con possibili effetti negativi sui risultati operativi e finanziari	Aumento del turnover; Perdita di produttività	■■□	Attività core
	Rischio	Perdita di opportunità dovuta al **peggioramento della retention** del personale a fronte delle modifiche organizzative	Aumento del turnover; Perdita di produttività	■■□	Attività core
S1 – Forza lavoro propria	Rischio	**Comportamenti inappropriati** posti in essere da direttori sportivi, calciatori/calciatrici, dipendenti e collaboratori di Juventus, anche attraverso un **improprio utilizzo dei canali di comunicazione** (e.g. tramite canali social personali), con conseguenti **possibili impatti reputazionali e sanzionatori** ai sensi della **normativa sportiva**	Danni d'immagine e reputazionali	■□□	Attività core
	Opportunità	Conseguimento e mantenimento della **certificazione UNI:PdR 125** per la **parità di genere**	Aumento dell'attrattività sul mercato del lavoro e miglioramento del turnover; Miglioramento della competitività	■□□	Attività core
S3- Comunità interessate	Opportunità	Rafforzamento dei **rapporti con la comunità locale** grazie alle iniziative di supporto al territorio	Miglioramento dell'immagine e reputazione aziendale	■□□	Erogazione del servizio; Tifosi e Partners
S4 – Relazione con i tifosi	Rischio	**Comportamenti violenti** o **discriminatori** da parte del pubblico durante l'evento partita, con conseguenti impatti reputazionali e sanzionatori ai sensi della normativa sportiva	Sanzioni; Danni d'immagine e reputazionali	■□□	Attività core
	Rischio	Rischio di **sicurezza e ordine pubblico** relativamente all'accesso dei tifosi all'Allianz *Stadium* durante lo svolgimento dell'**evento match-day**	Sanzioni	■□□	Tifosi e Partners
	Rischio	Rischio di esclusione di segmenti di tifosi a causa di barriere economiche (pricing)	Peggioramento percezione del club; Riduzione engagement di alcune fasce di tifosi	■■□	Tifosi e Partners
	Rischio	Violazione della normativa Green Claims	Sanzioni	■□□	Attività core
	Rischio	Danni reputazionali causati da pratiche di marketing ingannevoli dei partner commerciali	Danni d'immagine e reputazionali	■□□	Attività core Tifosi e Partners
G1 – Condotta delle imprese	Opportunità	Miglioramento delle **performance ESG** per il soddisfacimento del criterio "**Obiettivo ESG**" nell'ambito di STI e LTI	Miglioramento dell'immagine e reputazione aziendale; Raggiungimento degli obiettivi ESG	■■■	Attività core
	Opportunità	Miglioramento della reputazione aziendale grazie all'elevato commitment dell'ESG Steering Committee di Juventus	Miglioramento dell'immagine e reputazione aziendale; Miglioramento della competitività	■□□	Attività core
	Rischio	Disallineamento tra l'operato di Juventus, la strategia ESG e quanto comunicato in ambito Sustainability, anche a fronte di scarso engagement/commitment degli stakeholders interni.	Perdita di competitività; Danni d'immagine e reputazionali	■■□	Attività core
	Opportunità	Opportunità di accesso e ampliamento verso nuovi mercati	Crescita ricavi commerciali e sponsorship; Rafforzamento del brand globale	■■□	Attività core
	Rischio	Rischio di **compromissione della sicurezza IT** derivante da **attacchi esterni o interni** con conseguenti **impatti in termini di perdita / esfiltrazioni di informazioni riservate**, interruzioni di business, costi di ripristino, nonché **impatti reputazionali**. Il rischio include anche situazioni di criticità sulle infrastrutture tecnologiche con conseguenti impatti sulla **continuità operativa**	Sanzioni; Danni d'immagine e reputazionali	■□□	Attività core

	Rischio	Provvedimenti o sanzioni derivanti da responsabilità amministrativa dell'ente ex D.Lgs. 231 per effetto di procedimenti per i quali non venga riconosciuta la condizione esimente	Sanzioni; Danni d'immagine e reputazionali	■■□	Attività core
	Rischio	Mancato rispetto dei **parametri** del Social & Environmental Sustainability dell'**UEFA Club Licensing System** con conseguenti sanzioni	Sanzioni; Danni d'immagine e reputazionali	■■□	Attività core
	Rischio	Possibili situazioni di non compliance alle normative sportive di cui al Codice di Giustizia Sportiva: mancata efficacia e/o effettività del Modello di Prevenzione quale condizione scriminante o attenuante della responsabilità della società, anche connessa alla non corretta interpretazione / elevata aleatorietà della normativa sportiva ovvero ad una possibile evoluzione nella normativa sportiva **potenzialmente sfavorevole a Juventus**	Sanzioni; Danni d'immagine e reputazionali	■□□	Attività core
	Rischio	Possibili contenziosi giuslavoristici/ codice etico con dipendenti, calciatori / calciatrici e/o altri soggetti rilevanti	Sanzioni; Danni d'immagine e reputazionali	■□□	Attività core
	Rischio	Interruzione / lesione dei rapporti con i fornitori in conseguenza all'inadeguata gestione dei rapporti con il riferimento al rispetto dei termini di pagamento /pagamenti dilazionati	Danno reputazionale; Compromissione della continuità operativa	■■□	Catena di fornitura; Attività core; Tifosi e Partners
	Opportunità	Avvio di **partnership** per **ridurre le emissioni di CO2 lungo la catena del valore** e migliorare l'impatto ambientale della filiera	Miglioramento dell'immagine e reputazione aziendale	■■■	Catena di fornitura; Attività core; Tifosi e Partners

Dall'analisi di materialità di Juventus, gli indicatori ESRS E4 e ESRS S2 non sono risultati materiali, pertanto all'interno del presente documento le relative informazioni non sono rendicontate. Per quanto riguarda gli indicatori ESRS S1, S3 e S4 la Società non prevede di omettere le informazioni come previsto dall'appendice C dell'ESRS 1 (phase-in).

L'analisi di materialità di Juventus è uno dei **principali strumenti attraverso il quale il Club definisce e aggiorna periodicamente gli impegni che si realizzano nella Strategia ESG.** Strategia che ha il compito, tra le altre cose, di fornire le linee di indirizzo per la gestione di IROs anche ai fini della resilienza del business. Per maggiori informazioni si prega di fare riferimento al paragrafo "SBM-1 – Strategia, modello aziendale e catena del valore".

IRO-2 – OBBLIGHI DI INFORMATIVA DEGLI ESRS OGGETTO DELLA RENDICONTAZIONE SULLA SOSTENIBILITÀ DELL'IMPRESA

Elenco degli obblighi di informativa rispettati:

INFORMAZIONI GENERALI	
ESRS 2 BP-1 – Criteri generali per la redazione delle dichiarazioni sulla sostenibilità	Informazioni generali - Criteri per la rendicontazione
ESRS 2 BP-2 Informativa in relazione a circostanze specifiche	Informazioni generali – Criteri per la rendicontazione
ESRS 2 GOV-1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 GOV-2 Informazioni fornite agli organi di amministrazione, direzione e controllo dell'impresa e questioni di sostenibilità da questi affrontate	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 GOV-3 Integrazione delle prestazioni di sostenibilità nei sistemi di incentivazione	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 GOV-4 Dichiarazione sul dovere di diligenza	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 GOV-5 Gestione del rischio e controlli interni sulla rendicontazione di sostenibilità	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 SBM-1 Strategia, modello aziendale e catena del valore	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 SBM-2 Interessi e opinioni dei portatori di interessi	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 SBM-3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 IRO-1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 IRO-2 Obblighi di informativa degli ESRS oggetto della rendicontazione sulla sostenibilità dell'impresa	Informazioni generali - *Governance*
ESRS 2 MDR-P Politiche adottate per gestire questioni di sostenibilità rilevanti	
ESRS 2 MDR-A Azioni e risorse relative a questioni di sostenibilità rilevanti	
ESRS 2 MDR-T Monitoraggio dell'efficacia delle politiche e delle azioni mediante obiettivi	
ESRS 2 MDR-M Metriche relative a questioni di sostenibilità rilevanti	
INFORMAZIONI AMBIENTALI	
E1 CAMBIAMENTO CLIMATICO	
ESRS 2 GOV-3 E1 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - ESRS 2 GOV-3 Integrazione delle prestazioni in termini di sostenibilità nei sistemi di incentivazione
ESRS E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - E1-1 Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici
ESRS 2 SBM-3 E1 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - ESRS 2 SBM-3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS 2 IRO-1 E1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - ESRS 2 IRO-1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati al clima
ESRS E1-2, MDR-P Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - E1-2 Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi

ESRS E1-3, MDR-A Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - E1-3 Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici
ESRS E1-4, MDR-T Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - E1-4 Obiettivi relativi alla mitigazione dei cambiamenti climatici e all'adattamento agli stessi
ESRS E1-5 Consumo di energia e mix energetico	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - E1-5 Consumo di energia e mix energetico
ESRS E1-6 Emissioni lorde di GES di ambito 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES	Informazioni ambientali - E1 Cambiamenti climatici - E1-6 Emissioni lorde di GHG di Scope 1, 2, 3 ed emissioni totali di GHG
ESRS E1-7 Assorbimenti di GES e progetti di mitigazione delle emissioni di GES finanziati con crediti di carbonio	-
ESRS E1-8 Fissazione del prezzo interno del carbonio	-
ESRS E1-9 Effetti finanziari attesi di rischi fisici e di transizione rilevanti e potenziali opportunità legate al clima	-
E3 ACQUA E RISORSE MARINE	
ESRS 2 IRO-1 E3 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati alle acque e alle risorse marine	Informazioni ambientali - E3 Acqua e risorse marine - ESRS 2 IRO-1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti legati alle acque e alle risorse marine
ESRS E3-1, MDR-P Politiche connesse alle acque e alle risorse marine	Informazioni ambientali - E3 Acqua e risorse marine - E3-1 Politiche connesse alle acque e alle risorse marine
ESRS E3-2, MDR-A Azioni e risorse connesse alle acque e alle risorse marine	Informazioni ambientali - E3 Acqua e risorse marine - E3-2 Azioni e risorse connesse alle acque e alle risorse marine
ESRS E3-3, MDR-T Obiettivi connessi alle acque e alle risorse marine	Informazioni ambientali - E3 Acqua e risorse marine - E3-3 Obiettivi connessi alle acque e alle risorse marine
ESRS E3-4 – Consumo idrico	Informazioni ambientali - E3 Acqua e risorse marine - E3-4 – Consumo idrico
ESRS E3-5 – Effetti finanziari attesi derivanti da impatti, rischi e opportunità connessi alle acque e alle risorse marine	-
E5 USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE	
ESRS 2 IRO - 1 E5 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare	Informazioni ambientali - E5 Uso delle risorse ed economia circolare - ESRS 2 IRO-1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare
ESRS E5-1, MDR-P Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	Informazioni ambientali - E5 Uso delle risorse ed economia circolare - E5-1 Politiche relative all'uso delle risorse e all'economia circolare
ESRS E5-2, MDR-A Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare	Informazioni ambientali - E5 Uso delle risorse ed economia circolare - E5-2 Azioni e risorse relative all'uso delle risorse e all'economia circolare
ESRS E5-3, MDR-T Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare	Informazioni ambientali - E5 Uso delle risorse ed economia circolare - E5-3 Obiettivi relativi all'uso delle risorse e all'economia circolare
ESRS E5-4 Flussi di risorse in entrata	Informazioni ambientali - E5 Uso delle risorse ed economia circolare - E5-4 Flussi di risorse in entrata
ESRS E5-5 Flussi di risorse in uscita	Informazioni ambientali - E5 Uso delle risorse ed economia circolare - E5-5 Flussi di risorse in uscita
ESRS E5-6 Effetti finanziari attesi derivanti da impatti, rischi e opportunità connessi all'uso delle risorse e all'economia circolare	-

INFORMAZIONI SOCIALI	
S1 FORZA LAVORO PROPRIA	
ESRS 2 SBM-2 S1 Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - ESRS 2 SBM-2 S1 Interessi e opinioni dei portatori d'interessi
ESRS 2 SBM-3 S1 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - ESRS 2 SBM-3 S1 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS S1-1, MDR-P Politiche relative alla forza lavoro propria	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-1 Politiche relative alla forza lavoro propria
ESRS S1-2 Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-2 Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti
ESRS S1-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni
ESRS S1-4, MDR-A Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-4 Interventi su impatti rilevanti per la forza lavoro propria e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alla forza lavoro propria, nonché efficacia di tali azioni
ESRS S1-5, MDR-T Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti
ESRS S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-6 Caratteristiche dei dipendenti dell'impresa
ESRS S1-7 Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-7 Caratteristiche dei lavoratori non dipendenti nella forza lavoro propria dell'impresa
ESRS S1-8 Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-8 Copertura della contrattazione collettiva e dialogo sociale
ESRS S1-9 Metriche della diversità	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-9 Metriche della diversità
ESRS S1-10 Salari adeguati	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-10 Salari adeguati
ESRS S1-11 Protezione sociale	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-11 Protezione sociale
ESRS S1-12 Persone con disabilità	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-12 Persone con disabilità
ESRS S1-13 Metriche di formazione e sviluppo delle competenze	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-13 Metriche di formazione e sviluppo delle competenze
ESRS S1-14 Metriche di salute e sicurezza	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-14 Metriche di salute e sicurezza
ESRS S1-15 Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-15 Metriche dell'equilibrio tra vita professionale e vita privata
ESRS S1-16 Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-16 Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)
ESRS S1-17 Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani	Informazioni sociali - S1 Forza lavoro propria - S1-17 Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani
S3 COMUNITÀ INTERESSATE	
ESRS 2 SBM-2 S3 Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	Informazioni sociali - S3 Comunità interessate - ESRS 2 SBM-2 S3 Interessi e opinioni dei portatori d'interessi

ESRS 2 SBM-3 S3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Informazioni sociali - S3 Comunità interessate - ESRS 2 SBM-3 S3 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS S3-1, MDR-P Politiche relative alle comunità interessate	Informazioni sociali - S3 Comunità interessate - S3-1 Politiche relative alle comunità interessate
ESRS S3-2 Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti	Informazioni sociali - S3 Comunità interessate - S3-2 Processi di coinvolgimento delle comunità interessate in merito agli impatti
ESRS S3-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di esprimere preoccupazioni	Informazioni sociali - S3 Comunità interessate - S3-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono alle comunità interessate di esprimere preoccupazioni
ESRS S3-4, MDR-A Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti per le comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni	Informazioni sociali - S3 Comunità interessate - S3-4 Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per gestire i rischi rilevanti e conseguire opportunità rilevanti per le comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni
ESRS S3-5, MDR-T Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	Informazioni sociali - S3 Comunità interessate - S3-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti
S4 CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI	
ESRS 2 SBM-2 S4 Interessi e opinioni dei portatori d'interessi	Informazioni sociali - S4 Consumatori e utilizzatori finali - ESRS 2 SBM-2 S4 Interessi e opinioni dei portatori d'interessi
ESRS 2 SBM-3 S4 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale	Informazioni sociali - S4 Consumatori e utilizzatori finali - ESRS 2 SBM-3 S4 Impatti, rischi e opportunità rilevanti e loro interazione con la strategia e il modello aziendale
ESRS S4-1, MDR-P Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali	Informazioni sociali - S4 Consumatori e utilizzatori finali - S4-1 Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali
ESRS S4-2 Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti	Informazioni sociali - S4 Consumatori e utilizzatori finali - S4-2 Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti
ESRS S4-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni	Informazioni sociali - S4 Consumatori e utilizzatori finali - S4-3 Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai consumatori e agli utilizzatori finali di esprimere preoccupazioni
ESRS S4-4, MDR-A Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni	Informazioni sociali - S4 Consumatori e utilizzatori finali - S4-4 Interventi su impatti rilevanti per i consumatori e gli utilizzatori finali e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il conseguimento di opportunità rilevanti in relazione ai consumatori e agli utilizzatori finali, nonché efficacia di tali azioni
ESRS S4-5, MDR-T Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti	Informazioni sociali - S4 Consumatori e utilizzatori finali - S4-5 Obiettivi legati alla gestione degli impatti rilevanti negativi, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti
INFORMAZIONI DI GOVERNANCE	
G1 CONDOTTA DELLE IMPRESE	
ESRS 2 GOV-1 G1 Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo	-
ESRS 2 IRO-1 G1 Descrizione dei processi per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti	Informazioni di governance - G1 Condotta delle imprese - Gestione impatti, rischi e opportunità
ESRS G1-1, MDR-P Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese	Informazioni di governance - G1 Condotta delle imprese - G1-1 Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese
ESRS G1-2 Gestione dei rapporti con i fornitori	Informazioni di governance - G1 Condotta delle imprese - G1-2 Gestione dei rapporti con i fornitori e G1-6 Prassi di pagamento
ESRS G1-3 Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva	Informazioni di governance - G1 Condotta delle imprese - G1-3 Prevenzione e individuazione della corruzione attiva e passiva
ESRS G1-4 Casi accertati di corruzione attiva o passiva	Informazioni di governance - G1 Condotta delle imprese - G1-4 Casi accertati di corruzione attiva o passiva
ESRS G1-5 Influenza politica e attività di lobbying	Informazioni di governance - G1 Condotta delle imprese - G1-5 Influenza politica e attività di lobbying

Obbligo di informativa ed elemento di informazione	Riferimento SFDR	Riferimento terzo pilastro	Riferimento regolamento sugli indici di riferimento	Riferimento normativa dell'UE sul clima	Riferimento di pagina
ESRS 2 GOV-1 Diversità di genere nel Consiglio, paragrafo 21, lettera d)	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 13		Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II		GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo
ESRS 2 GOV-1 Percentuale di membri indipendenti del Consiglio di Amministrazione, paragrafo 21, lettera e			Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II		GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo
ESRS 2 GOV-4 Dichiarazione sul dovere di diligenza, paragrafo 30	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 10				GOV-4 – Dichiarazione sul dovere di diligenza
ESRS 2 SBM-1 Coinvolgimento in attività collegate ad attività nel settore dei combustibili fossili, paragrafo 40, lettera d), punto i)	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 4	Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453	Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II		Non applicabile
ESRS 2 SBM-1 Coinvolgimento in attività collegate alla produzione di sostanze chimiche, paragrafo 40, lettera d), punto ii)	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 9		Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II		Non applicabile
ESRS 2 SBM-1 Partecipazione ad attività connesse ad armi controverse, paragrafo 40, lettera d), punto iii)	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 14		Articolo 12, paragrafo 1, del Regolamento delegato (UE) 2020/1818 e allegato II del Regolamento delegato (UE) 2020/1816		Non applicabile
ESRS 2 SBM-1 Coinvolgimento in attività collegate alla coltivazione e alla produzione di tabacco, paragrafo 40, lettera d), punto iv			Articolo 12, paragrafo 1, del Regolamento delegato (UE) 2020/1818 e allegato II del Regolamento delegato (UE) 2020/1816		Non applicabile
ESRS E1-1 Piano di transizione per conseguire la neutralità climatica entro il 2050, paragrafo 14				Articolo 2, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2021/1119	Non applicabile

ESRS G1-6 Prassi di pagamento	Informazioni di governance - G1 Condotta delle imprese - G1-2 Gestione dei rapporti con i fornitori e G1-6 Prassi di pagamento

ESRS E1-1 Imprese escluse dagli indici di riferimento allineati con l'accordo di Parigi, paragrafo 16, lettera g)		Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione, modello 1: Portafoglio bancario –Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: Qualità creditizia delle esposizioni per settore, emissioni e durata residua	Articolo 12, paragrafo 1, lettere a d) a g), e paragrafo 2, del regolamento delegato (UE) 2020/1818		Non applicabile
ESRS E1-4 Obiettivi di riduzione delle emissioni di GES, paragrafo 34	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 4	Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione, modello 3: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: metriche di allineamento	Articolo 6 del regolamento delegato (UE) 2020/1818		Non applicabile
ESRS E1-5 Consumo di energia da combustibili fossili disaggregato per fonte (solo settori ad alto impatto climatico), paragrafo 38	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 5 e allegato I, tabella 2, indicatore n. 5				Non applicabile
ESRS E1-5 Consumo di energia e mix energetico, paragrafo 37	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 5				E1-5 – Consumo di energia e mix energetico
ESRS E1-5 Intensità energetica associata con attività in settori ad alto impatto climatico, paragrafi da 40 a 43	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 6				Non applicabile
ESRS E1-6 Emissioni lorde di Scope 1, 2, 3 ed emissioni totali di GES, paragrafo 44	Allegato I, tabella 1, indicatori nn. 1 e 2	Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione, modello 1: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: Qualità creditizia delle esposizioni per settore, emissioni e durata residua	Articolo 5, paragrafo 1, articolo 6 e articolo 8, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818		E1-6 – Emissioni lorde di GHG di Scope 1, 2, 3 ed emissioni totali di GHG
ESRS E1-6 Intensità delle emissioni lorde di GES, paragrafi da 53 a 55	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 3	Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione, modello 3: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: metriche di allineamento	Articolo 8, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818		E1-6 – Emissioni lorde di GHG di Scope 1, 2, 3 ed emissioni totali di GHG
ESRS E1-7 Assorbimenti di GHG e crediti di carbonio, paragrafo 56				Articolo 2, paragrafo 1, del regolamento (UE) 2021/1119	Non applicabile
ESRS E1-9 Esposizione del portafoglio dell'indice di riferimento verso rischi fisici legati al clima, paragrafo 66			Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1818 e allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816		Non applicabile
ESRS E1-9 Disaggregazione degli importi monetari per rischio fisico acuto e cronico, paragrafo 66, lettera a) ESRS E1-9 Posizione delle attività significative a rischio fisico rilevante, paragrafo 66, lettera c)		Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; punti 46 e 47 del regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione; modello 5: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio fisico connesso ai cambiamenti climatici: esposizioni soggette al rischio fisico			Non applicabile
ESRS E1-9 Ripartizione del valore contabile dei suoi attivi immobiliari per classi di efficienza energetica, paragrafo 67, lettera c)		Articolo 449 bis del regolamento (UE) n. 575/2013; punto 34 del regolamento di esecuzione (UE) 2022/2453 della Commissione; Modello 2: Portafoglio bancario – Indicatori del potenziale rischio di transizione connesso ai cambiamenti climatici: prestiti garantiti da beni immobili – Efficienza energetica delle garanzie reali			Non applicabile
ESRS E1-9 Grado di esposizione del portafoglio a opportunità legate al clima, paragrafo 69				Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1818	Non applicabile
ESRS E2-4 Quantità di ciascun inquinante che figura nell'allegato II del regolamento E-PRTR (registro europeo delle emissioni e dei trasferimenti di sostanze inquinanti) emesso nell'aria, nell'acqua e nel suolo, paragrafo 28	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 8; allegato I, tabella 2, indicatore n. 2; allegato 1, tabella 2, indicatore n. 1; allegato I, tabella 2, indicatore n. 3				Non materiale
ESRS E3-1 Acque e risorse marine, paragrafo 9	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 7				E3-1 – Politiche connesse alle acque

ESRS E3-1 Politica dedicata, paragrafo 13	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 8				Non applicabile
ESRS E3-1 Sostenibilità degli oceani e dei mari paragrafo 14	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 12				Non applicabile
ESRS E3-4 Totale dell'acqua riciclata e riutilizzata, paragrafo 28, lettera c)	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 6.2				E3-4 – Consumo idrico
ESRS E3-4 Consumo idrico totale in m3 rispetto ai ricavi netti da operazioni proprie, paragrafo 29	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 6.1				E3-4 – Consumo idrico
ESRS 2 IRO-1 – E4 paragrafo 16, lettera a), punto i)	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 7				Non materiale
ESRS 2 IRO-1 – E4 paragrafo 16, lettera b)	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 10				Non materiale
ESRS 2 IRO-1 – E4 paragrafo 16, lettera c)	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 14				Non materiale
ESRS E4-2 Politiche o pratiche agricole/di utilizzo del suolo sostenibili, paragrafo 24, lettera b)	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 11				Non materiale
ESRS E4-2 Pratiche o politiche di utilizzo del mare/degli oceani sostenibili, paragrafo 24, lettera c)	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 12				Non materiale
ESRS E4-2 Politiche volte ad affrontare la deforestazione, paragrafo 24, lettera d)	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 15				Non materiale
ESRS E5-5 Rifiuti non riciclati, paragrafo 37, lettera d)	Allegato I, tabella 2, indicatore n. 13				E5-5 – Flussi di risorse in uscita
ESRS E5-5 Rifiuti pericolosi e rifiuti radioattivi, paragrafo 39	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 9				E5-5 – Flussi di risorse in uscita
ESRS 2 – SBM3 – S1 Rischio di lavoro forzato, paragrafo 14, lettera f)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 13				Non materiale
ESRS 2 – SBM3 – S1 Rischio di lavoro minorile, paragrafo 14, lettera g)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 12				Non materiale
ESRS S1-1 Impegni politici in materia di diritti umani, paragrafo 20	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 9 e allegato I, tabella 1, indicatore n. 11				Non applicabile
ESRS S1-1 Politiche in materia di dovuta diligenza sulle questioni oggetto delle convenzioni fondamentali da 1 a 8 dell'Organizzazione internazionale del lavoro, paragrafo 21			Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II		S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria
ESRS S1-1 Procedure e misure per prevenire la tratta di esseri umani, paragrafo 22	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 11				Non applicabile
ESRS S1-1 Politica di prevenzione o sistema di gestione degli infortuni sul lavoro, paragrafo 23	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 1				S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria
ESRS S1-3 Meccanismi di trattamento dei reclami/delle denunce, paragrafo 32, lettera c)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 5				S1-3 – Processi per porre rimedio agli impatti negativi e canali che consentono ai lavoratori propri di sollevare preoccupazioni
ESRS S1-14 Numero di decessi e numero e tasso di infortuni connessi al lavoro, paragrafo 88, lettere b) e c)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 2		Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II		S1-14 – Metriche di salute e sicurezza
ESRS S1-14 Numero di giornate perdute a causa di ferite, infortuni, incidenti mortali o malattie, paragrafo 88, lettera e)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 3				S1-14 – Metriche di salute e sicurezza
ESRS S1-16 Divario retributivo di genere non corretto, paragrafo 97, lettera a)	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 12		Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II		S1-16 – Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)
ESRS S1-16 Eccesso di divario retributivo a favore dell'amministratore delegato, paragrafo 97, lettera b)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 8				S1-16 – Metriche di retribuzione (divario retributivo e retribuzione totale)
ESRS S1-17 Incidenti legati alla discriminazione, paragrafo 103, lettera a)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 7				S1-17 – Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani
ESR S1-17 Mancato rispetto dei principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani e OCSE, paragrafo 104, lettera a)	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 10 e allegato I, tabella 3, indicatore n. 14		Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816 e articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818		S1-17 – Incidenti, denunce e impatti gravi in materia di diritti umani

ESRS 2 SBM-3 – S2 Grave rischio di lavoro minorile o di lavoro forzato nella catena del lavoro, paragrafo 11, lettera b)	Allegato I, tabella 3, indicatori nn. 12 e 13				Non materiale
ESRS S2-1 Impegni politici in materia di diritti umani, paragrafo 17	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 9 e allegato I, tabella 1, indicatore n. 11				Non materiale
ESRS S2-1 Politiche connesse ai lavoratori nella catena del valore, paragrafo 18	Allegato I, tabella 3, indicatori nn. 11 e 4				Non materiale
ESRS S2-1 Mancato rispetto dei principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani e delle linee guida dell'OCSE, paragrafo 19	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 10		Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816 e articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818		Non materiale
ESRS S2-1 Politiche in materia di dovuta diligenza sulle questioni oggetto delle convenzioni fondamentali da 1 a 8 dell'Organizzazione internazionale del lavoro, paragrafo 19			Regolamento delegato (UE) 2020/1816 della Commissione, allegato II		Non materiale
ESRS S2-4 Problemi e incidenti in materia di diritti umani nella sua catena del valore a monte e a valle, paragrafo 36	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 14				Non materiale
ESRS S3-1 Impegni politici in materia di diritti umani, paragrafo 16	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 9 e allegato I, tabella 1, indicatore n. 11				Non applicabile
ESRS S3-1 Non rispetto dei Principi delle Nazioni Unite su Impresa e Diritti Umani, principi dell'ILO o linee guida dell'OCSE	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 10		Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816 e articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818		S3-1 – Politiche relative alle comunità interessate
ESRS S3-4 Problemi e incidenti in materia di diritti umani, paragrafo 36	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 14				Non si sono verificati incidenti
ESRS S4-1 Politiche connesse ai consumatori e agli utilizzatori finali, paragrafo 16	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 9 e allegato I, tabella 1, indicatore n. 11				S4-1 – Politiche relative ai consumatori e agli utilizzatori finali
ESRS S4-1 Mancato rispetto dei principi guida delle Nazioni Unite su imprese e diritti umani e delle linee guida dell'OCSE, paragrafo 17	Allegato I, tabella 1, indicatore n. 10		Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816 e articolo 12, paragrafo 1, del regolamento delegato (UE) 2020/1818		S4-1 – Politiche relative ai consumatori e agli utilizzatori finali
ESRS S4-4 Problemi e incidenti in materia di diritti umani, paragrafo 35	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 14				Non si sono verificati incidenti
ESRS G1-1 Convenzione delle Nazioni Unite contro la corruzione, paragrafo 10, lettera b)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 15				G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese
ESRS G1-1 Protezione degli informatori, paragrafo 10, lettera d)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 6				G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese
ESRS G1-4 Ammende inflitte per violazioni delle leggi contro la corruzione attiva e passiva, paragrafo 24, lettera a)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 17		Allegato II del regolamento delegato (UE) 2020/1816		Nessun caso di corruzione registrato
ESRS G1-4 Norme di lotta alla corruzione attiva e passiva, paragrafo 24, lettera b)	Allegato I, tabella 3, indicatore n. 16				Non applicabile

MDR-P | MDR – A | MDR – M | MDR – T: POLITICHE, AZIONI, METRICHE E OBIETTIVI

Nei successivi capitoli del presente documento, **Juventus ha dettagliato le politiche e le azioni adottate per gestire gli impatti, i rischi e le opportunità legati alle questioni di sostenibilità rilevanti,** in conformità con i requisiti degli ESRS tematici pertinenti. Sono state identificate azioni, metriche e target in coerenza con gli obiettivi della strategia ESG; infatti, il Club ha scelto di indirizzare i propri sforzi su determinate tematiche. Le tematiche attualmente non coperte saranno affrontate nei prossimi anni attraverso azioni mirate, con l'obiettivo di rispondere in modo puntuale e progressivo a tutte le necessità individuate. Ove disponibili, le metriche e gli obiettivi sono stati integrati all'interno della disclosure, garantendo coerenza con le azioni descritte e fornendo un quadro chiaro della performance e dei progressi della Società.

Juventus ad oggi non ha un processo strutturato che consenta di comunicare l'ammontare delle risorse economiche e finanziarie attuali rispetto agli importi più pertinenti presentati nel bilancio. Tuttavia, ove possibile il Club si impegna nel dar visione delle spese e investimenti effettuati per la realizzazione delle attività espresse nei rispettivi capitoli.

TASSONOMIA EUROPEA

INTRODUZIONE

Nel presente capitolo sono riportate le informazioni conformemente a quanto previsto dall'articolo **8 del Regolamento sulla Tassonomia dell'Unione Europea (UE) 2020/852.** Tali informazioni sono fornite nel rispetto dei criteri stabiliti anche dagli altri atti delegati emanati dalla Commissione Europea e disponibili alla data di pubblicazione della Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità, in particolare:

- Regolamento Delegato (UE) 2021/2139 del 4 giugno 2021 (Atto Delegato sul Clima);
- Regolamento Delegato (UE) 2021/2178 del 6 luglio 2021 (Atto Delegato in Materia di Informativa);
- Regolamento Delegato (UE) 2022/1214 del 9 marzo 2022 (Atto Delegato Complementare sul Clima);
- Regolamento Delegato (UE) 2023/2485 del 27 giugno 2023, che modifica l'Atto Delegato sul Clima;
- Regolamento Delegato (UE) 2023/2486 del 27 giugno 2023 (Atto Delegato Ambientale);
- Regolamento Delegato (UE) 2026/73 del 4 luglio 2025 che modifica i precedenti. Tale Regolamento è applicabile a partire dal 1° gennaio 2026, con la facoltà di mantenere i Regolamenti precedenti per gli esercizi aventi inizio tra il 1° gennaio 2025 e il 31 dicembre 2025.

CONTESTO NORMATIVO

La **tassonomia europea** ("**Tassonomia**"), prevista dal **Regolamento UE 2020/852** (di seguito "**Regolamento sulla Tassonomia**"), rappresenta uno strumento fondamentale introdotto nell'ambito del ***Green Deal* europeo**, con l'obiettivo di raggiungere gli obiettivi ambientali e climatici stabiliti dal patto, in particolare la decarbonizzazione entro il 2050. Il Regolamento sulla Tassonomia fornisce linee guida dettagliate sulle **attività economiche considerate sostenibili dal punto di vista ambientale**, con l'intento di aumentare la trasparenza per gli investitori e di contrastare il fenomeno del "*greenwashing*". Inoltre, supporta le aziende nel processo di transizione energetica e nell'adozione di politiche ambientali più sostenibili. La Tassonomia costituisce un pilastro fondamentale del **Piano d'azione per la Finanza Sostenibile**, con l'obiettivo di orientare i flussi di capitale verso un'economia più responsabile dal punto di vista ambientale.

Rappresenta un passo decisivo verso il raggiungimento della neutralità delle emissioni di carbonio entro il 2050, attraverso la definizione di criteri per identificare le attività economiche sostenibili dal punto di vista ambientale.

La Tassonomia include **sei obiettivi ambientali**:

- **Mitigazione del cambiamento climatico.**
- **Adattamento al cambiamento climatico.**
- **Uso sostenibile delle risorse idriche e marine.**
- **Transizione verso un'economia circolare.**
- **Prevenzione e controllo dell'inquinamento.**
- **Protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi.**

Il Regolamento sulla Tassonomia stabilisce che un'attività può essere considerata allineata (*aligned*) a uno o più obiettivi ambientali se vengono soddisfatti tutti i seguenti criteri:

- **Contribuisce in modo sostanziale a uno o più obiettivi ambientali.**
- **Non causa danni significativi a nessuno degli obiettivi ambientali** (principio del Do No Significant Harm - DNSH).
- **Viene svolta nel rispetto dei criteri minimi di salvaguardia.**
- **Rispetta i criteri tecnici di screening.**

Per assicurare il rispetto delle indicazioni contenute negli Atti Delegati relativi ai sei obiettivi ambientali, è stato sviluppato un processo articolato in quattro fasi:

1. La prima fase ha previsto un'**analisi preliminare dei settori rientranti nei sei obiettivi ambientali**, identificando come potenzialmente ammissibili al business di Juventus alcune attività economiche rientranti nei seguenti obiettivi: **mitigazione del cambiamento climatico; adattamento al cambiamento climatico; transizione verso un'economia circolare; protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi;**
2. Successivamente, è stata avviata la fase di screening con l'obiettivo di identificare le **attività economiche eleggibili** ("*eligible*") per ciascun **obiettivo ambientale.** Attraverso il coinvolgimento diretto delle funzioni sono state quindi mappate le attività economiche che nel corso del periodo di rendicontazione hanno generato fatturato, CapEx e/o OpEx. Nel caso di attività economiche applicabili a più obiettivi ambientali, in considerazione del business e della strategia di Juventus, è stato deciso di far prevalere l'obiettivo della **mitigazione del cambiamento climatico.** Le attività economiche eleggibili rientrano nei seguenti obiettivi ambientali: **mitigazione del cambiamento climatico; adattamento al cambiamento climatico; protezione e ripristino della biodiversità e degli ecosistemi;**
3. La **verifica dell'allineamento** ("*alignment*") è stata poi condotta da Juventus in conformità alle disposizioni del regolamento, mappando:
   - il contributo sostanziale al raggiungimento di uno o più obiettivi ambientali;
   - il rispetto del principio DNSH;
   - l'osservanza dei criteri minimi di salvaguardia;
   - la conformità ai criteri tecnici di screening.

   Si specifica che, poiché Juventus non ha condotto un'analisi dell'esposizione al rischio del cambiamento climatico con l'obiettivo di sviluppare delle strategie mirate di adattamento (come richiesto dal regolamento, ref. Climate Change Adaptation), l'attività di screening si è conclusa in fase di verifica del rispetto del principio DNSH e non si è ritenuto necessario verificare l'osservanza dei criteri minimi di salvaguardia.
4. Come ultimo passaggio, sono stati calcolati gli indicatori economici richiesti dal Regolamento. Per maggiori informazioni, si rinvia al paragrafo *"Risultati e criteri di rendicontazione"*.[4]

Si specifica che Juventus ha scelto di recepire le novità introdotte dal Regolamento Delegato (UE) 2026/73 in materia di rendicontazione, cogliendo l'opportunità di un quadro applicativo più semplice e flessibile. Tra le principali novità vi è l'introduzione di una soglia di materialità (meno del 10%) per ciascun KPI, che consente di escludere dall'analisi gli elementi non significativi e la possibilità di non rendicontare le spese operative, laddove queste siano considerate non rilevanti per il modello aziendale dell'impresa.

Juventus ha deciso di applicare da subito le nuove disposizioni, senza ricorrere alla facoltà di rinviare l'adozione di un anno, escludendo dalla rendicontazione l'informativa relativa alle spese operative. Maggiori informazioni sono riportate di seguito.

ANALISI DI AMMISSIBILITÀ

Un'attività economica è considerata ammissibile, o *eligible*, secondo la Tassonomia **se è esplicitamente inclusa nel Regolamento sulla Tassonomia per il suo contributo sostanziale al raggiungimento di uno o più obiettivi ambientali,** indipendentemente dal fatto che tale attività soddisfi o meno i criteri di vaglio tecnico indicati al suo interno.

CapEx

Si riferisce alla proporzione di attività economiche ammissibili secondo la Tassonomia in termini di **spese in conto capitale**, definita come investimenti ammissibili alla Tassonomia (numeratore) divisi per gli investimenti totali (denominatore).

All'interno delle spese in conto capitale considerate *eligible*, sono stati ricompresi:

- gli interventi manutentivi delle aree spogliatoio JTC Vinovo e locale tecnico / deposito per JTC Continassa
- gli incrementi di asset di cui la Società detiene la proprietà (J|Hotel).

Di seguito si riporta un riepilogo delle attività identificate e della loro corrispondenza con le attività economiche del Regolamento sulla Tassonomia.

Obiettivo	*Codice*	*Elenco attività Taxonomy-Eligible*	*Attività economiche di Juventus che hanno generato CapEx nel corso della stagione 2025/2026*
Mitigazione del cambiamento climatico	7.2	Ristrutturazione di edifici esistenti	JTCV, JTCC
	7.7	Acquisto e proprietà di edifici	J|Hotel

[4] Si segnala che dal presente esercizio sono state applicate le semplificazioni e le modifiche apportate con il Regolamento Delegato 2026/73.

OpEx

Si riferisce alla proporzione delle attività economiche ammissibili secondo la Tassonomia in termini di **costi operativi**, definita come costi ammissibili (numeratore) divisi per il totale dei costi (denominatore). Il totale degli OpEx comprende costi non capitalizzabili relativi a ricerca e sviluppo, misure di ristrutturazione degli edifici, locazioni a breve termine e tutte le forme di manutenzione e riparazione.

Per determinare quali attività di Juventus possano essere collegate a quelle identificate dalla Tassonomia, sono state mappate e analizzate le principali attività aziendali.

Le voci di costo rientranti nel totale degli OpEx riguardano: acquisto di beni di consumo e strumenti, spese per servizi di sicurezza e pulizia, utenze, costi di manutenzioni, affitti. Per un totale pari a € 6.531.315.

Tali attività sono ritenute non rilevanti per il modello aziendale di Juventus, essendo accessorie a una qualsiasi attività di business. Pertanto, il Club ha ritenuto opportuno omettere le informazioni relative alle OpEx nella rendicontazione sulla Tassonomia Europea, così come previsto dal Regolamento Delegato (UE) 2026/73.

FATTURATO

Si riferisce alla proporzione di attività economiche ammissibili secondo la Tassonomia in termini di **fatturato**, definito come parte di **ricavi netti associati ad attività economiche allineate alla Tassonomia** (numeratore) divisa per i ricavi netti (denominatore).

Di seguito si riporta un riepilogo delle attività identificate e della loro corrispondenza con le attività economiche del Regolamento sulla Tassonomia.

Obiettivo	*Codice*	*Elenco attività Taxonomy-Eligible*	*Attività economiche di Juventus che hanno generato fattturato nel corso della stagione 2025/2026*
Biodiversità ed ecosistemi	2.1	Alberghi, alloggi per vacanze, aree di campeggio e alloggi simili	Attività del J Hotel



ANALISI DI ALLINEAMENTO

Un'attività economica per essere considerata allineata alla Tassonomia deve **contribuire in modo sostanziale a uno o più obiettivi ambientali, evitando al contempo di non arrecare danni rilevanti agli altri obiettivi ambientali.**

Dopo aver quindi verificato il rispetto dei criteri di contributo sostanziale richiesti per ognuna delle attività economiche sopra riportate, Juventus è passata alla verifica del rispetto dei DNSH e, nello specifico, in relazione al DNSH sull'Adattamento Climatico (che richiede il rispetto dell'Appendice A), il Club riporta che, sebbene attualmente non disponga di una valutazione dell'esposizione ai fattori di rischio climatico delle proprie attività e asset (valutazione da condursi attraverso un'analisi dei rischi acuti e cronici cui le attività sono soggette), ha iniziato a porre le basi per poter condurre tale attività.

Per i motivi sopra menzionati, l'analisi di allineamento risulta quindi attualmente non conforme alle richieste del Regolamento.

RISULTATI E CRITERI PER LA RENDICONTAZIONE

Per il presente periodo di rendicontazione, i KPI di seguito riportati sono relativi alle attività risultate come ammissibili e allineate alla Tassonomia, in linea con le disposizioni degli Allegati I e II dell'Atto Delegato sull'Articolo 8 (Regolamento 2021/2178/EU).

Le attività economiche ammissibili identificate relative agli indicatori di CapEx e Fatturato sono riportati nella tabella di seguito:

Obiettivo	*Codice*	*Elenco attività Taxonomy-Eligible*	*KPI*	*Percentuale di Eligibility*
Mitigazione del cambiamento climatico	7.2	Ristrutturazione di edifici esistenti	CapEx	1,01%
	7.7	Acquisto e proprietà di edifici	CapEx	65,28%
Biodiversità ed ecosistemi	2.1	Alberghi, alloggi per vacanze, aree di campeggio e alloggi simili	Fatturato	1,21%

Si precisa, infine, che il Club ha considerato quanto riportato in merito alla disposizione dell'Atto Delegato complementare sul clima (Regolamento delegato UE 2022/1214 della Commissione) relativa alla rendicontazione del coinvolgimento in attività economiche legate al gas naturale e al nucleare, non identificando le attività applicabili. Si veda la "Tabella 1" di seguito presentata.

TABELLA 1 - ATTIVITÀ LEGATE AL NUCLEARE E AL GAS FOSSILE

Riga	*Attività legate all'energia nucleare*	
1.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la ricerca, lo sviluppo, la dimostrazione e la realizzazione di impianti innovativi per la generazione di energia elettrica che producono energia a partire da processi nucleari con una quantità minima di rifiuti del ciclo del combustibile.	NO
2.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione e l'esercizio sicuro di nuovi impianti nucleari per la generazione di energia elettrica o calore di processo, anche a fini di teleriscaldamento o per processi industriali quali la produzione di idrogeno, e miglioramenti della loro sicurezza, con l'ausilio delle migliori tecnologie disponibili.	NO
3.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso l'esercizio sicuro di impianti nucleari esistenti che generano energia elettrica o calore di processo, anche per il teleriscaldamento o per processi industriali quali la produzione di idrogeno a partire da energia nucleare, e miglioramenti della loro sicurezza.	NO
	Attività legate all'energia al gas fossile	
4.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione o la gestione di impianti per la produzione di energia elettrica che utilizzano combustibili gassosi fossili.	NO
5.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione, la riqualificazione e la gestione di impianti di generazione combinata di calore/freddo ed energia elettrica che utilizzano combustibili gassosi fossili.	NO
6.	L'impresa svolge, finanzia o ha esposizioni verso la costruzione, la riqualificazione e la gestione di impianti di generazione di calore che producono calore/freddo utilizzando combustibili gassosi fossili.	NO

TABELLE RELATIVE ALLA TASSONOMIA EUROPEA

TABELLA A – INDICATORI DI SINTESI

				Scomposizione per obiettivo ambientale delle attività allineate alla Tassonomia											
KPI	*Totale*	*Quota di attività ammissibili alla Tassonomia*	*Attività allineate alla Tassonomia*	*Quota di attività allineate alla Tassonomia*	*Mitigazione del Cambiamento Climatico*	*Adattamento al Cambiamento Climatico*	*Acqua*	*Economia circolare*	*Inquinamento*	*Biodiversità ed ecosistemi*	*Quota di attività abilitanti*	*Quota di attività di transizione*	*Attività non valutate considerate non rilevanti*	*Attività allineata alla Tassonomia nella stagione 2024-2025*	*Quota allineata alla Tassonomia nella stagione 2024-2025*
	EUR	%	EUR	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Fatturato	474.737.000,00	1,21%	0,00	0,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%
CapEx	35.965.000,00	66,29%	0,00	0,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%

TABELLA B - CAPEX

				Obiettivo ambientale delle attività allineate alla Tassonomia									
Attività economiche	*Codice*	*KPI ammissibile alla Tassonomia (quota di CapEx ammissibile alla Tassonomia)*	*KPI allineato alla Tassonomia (valore monetario di CapEx)*	*KPI allineato alla Tassonomia (Quota di CapEx allineata alla Tassonomia)*	*Mitigazione del Cambiamento Climatico*	*Adattamento al Cambiamento Climatico*	*Acqua*	*Economia circolare*	*Inquinamento*	*Biodiversità ed ecosistemi*	*Attività abilitante*	*Attività di transizione*	*Quota allineata alla Tassonomia sul totale ammissibile alla Tasso-nomia*
		%	EUR	%	%	%	%	%	%	%	A	T	%
Ristrutturazione di edifici esistenti	CCM 7.2	1,01%	0,00	0,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			0,00
Acquisto e proprietà di edifici	CCM 7.7	65,28%	0,00	0,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			0,00
Somma di allineamento per obiettivo													
Totale CapEx		35.965.000,00											

TABELLA C - FATTURATO

				Obiettivo ambientale delle attività allineate alla Tassonomia									
Attività economiche	*Codice*	*KPI ammissibile alla Tassonomia (quota di Fatturato ammissibile alla Tassonomia)*	*KPI allineato alla Tassonomia (valore monetario di Fatturato)*	*KPI allineato alla Tassonomia (Quota di Fatturato allineata alla Tassonomia)*	*Mitigazione del Cambiamento Climatico*	*Adattamento al Cambiamento Climatico*	*Acqua*	*Economia circolare*	*Inquinamento*	*Biodiversità ed ecosistemi*	*Attività abilitante*	*Attività di transizione*	*Quota allineata alla Tassonomia sul totale ammissibile alla Tassonomia*
		%	EUR	%	%	%	%	%	%	%	A	T	%
Alberghi, alloggi per vacanze, aree di campeggio e alloggi simili	BIO 2.1	1,21%	0,00	0,00	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A			0,00
Somma di allineamento per obiettivo													
Totale Fatturato		474.737.000,00											





INFORMAZIONI AMBIENTALI

Le tematiche ambientali assumono un **ruolo sempre più rilevante nel contesto in cui opera Juventus.** Fenomeni quali il cambiamento climatico, la crescente pressione sulle risorse naturali e la necessità di una transizione verso modelli circolari rappresentano sfide che interessano anche il settore sportivo e dell'entertainment.

In questo scenario, **il Club è consapevole della propria responsabilità nel contribuire alla riduzione degli impatti ambientali** associati alle proprie attività e, al contempo, dell'importanza di comprendere e gestire gli effetti che tali fenomeni possono avere sul proprio modello operativo. Dalla gestione degli impianti sportivi all'organizzazione degli eventi, fino alla fruizione delle partite da parte dei tifosi, le sfide ambientali rappresentano infatti un fattore sempre più rilevante per la resilienza e lo sviluppo sostenibile dell'organizzazione.

Per queste ragioni, Juventus promuove un **approccio volto al miglioramento delle proprie performance**

ambientali, integrando progressivamente tali tematiche nei processi decisionali e nelle attività operative del Club.

Gli obiettivi e le iniziative in ambito ambientale si inseriscono nel framework strategico 'Black, White & More', con riferimento ai pilastri dedicati (vedi sezione SBM-1 per la descrizione completa).

JUVENTUS È STATA LA PRIMA SOCIETÀ CALCISTICA ITALIANA AD ADERIRE, NEL 2020, ALLA UNITED NATIONS FRAMEWORK CONVENTION ON CLIMATE CHANGE SPORT FOR CLIMATE ACTION,

che riunisce le organizzazioni sportive per il raggiungimento degli obiettivi fissatli dall'Accordo di Parigi, e all'iniziativa delle Nazioni Unite Climate Neutral Now, volta a sensibilizzare e supportare imprese e organizzazioni nella misurazione, riduzione e compensazione delle proprie emissioni di gas serra. Con riferimento alla gestione delle infrastrutture sportive,



IL CLUB È INOLTRE ATTIVAMENTE COINVOLTO IN EUROPEAN STADIUM & SAFETY MANAGEMENT ASSOCIATION ("ESSMA"), ALL'INTERNO DELLA QUALE RICOPRE UN RUOLO DI LEADERSHIP:

dal 2018 Francesco Gianello, Facilities Management Director del Club, è membro dell'Advisory Committee e, dal 2025, ne è Presidente.

A livello di sistema calcistico, **Juventus partecipa ai tavoli di lavoro e alle commissioni sulla sostenibilità** promossi dalla **Lega Serie A** e collabora con la **UEFA**, contribuendo ad iniziative, workshop e programmi di formazione sviluppati nell'ambito della strategia di sostenibilità Strength Through Unity 2030. Il Club aderisce inoltre ai principi e alle priorità promosse dalla FIGC e dall'ECA sui temi della sostenibilità, rafforzando il proprio confronto con le principali organizzazioni del calcio a livello nazionale ed europeo. Per maggiori dettagli sul coinvolgimento di Juventus nelle iniziative e nei tavoli di lavoro dedicati alla sostenibilità, si rimanda alla tabella ESRS 2 SBM-2.

E1 CAMBIAMENTI CLIMATICI

Juventus si impegna a **monitorare e rendicontare annualmente i propri consumi energetici e le emissioni di Scope 1 e Scope 2 e, dalla stagione 2024/2025, anche di Scope 3**, con l'obiettivo di ridurre l'impatto ambientale e individuare opportunità di miglioramento in termini di efficienza. A tal fine, anche quest'anno il Club ha condotto un'analisi della Carbon Footprint allineata alle direttive della CSRD.

GOV-3 – INTEGRAZIONE DELLE PRESTAZIONI IN TERMINI DI SOSTENIBILITÀ NEI SISTEMI DI INCENTIVAZIONE

La Politica di Remunerazione di Juventus è descritta nella sezione **"S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria – Politica di Remunerazione (Total Reward Framework)"**, cui si rinvia per maggiori dettagli. Nell'ambito dei propri sistemi di incentivazione, Juventus ha progressivamente integrato, negli anni, metriche e obiettivi collegati alle **tematiche ESG** sia nei sistemi di incentivazione di breve termine (Short Term Incentive – STI) sia nei sistemi di incentivazione di lungo termine. Per la stagione 2025/2026 il Club ha previsto specifici KPI ESG collegati alle tematiche del benessere delle persone (wellbeing) e della parità di genere (gender equity), coerentemente con le priorità individuate nell'ambito della **strategia ESG Black, White & More** e delle politiche dedicate alla forza lavoro.

Con riferimento alle tematiche ambientali, invece, nel corso della stagione 2025/2026 Juventus ha definito, nell'ambito dell'approccio **"ESG Integrated"** (per il quale si rimanda alla sezione: "GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo – La governance della sostenibilità"), una serie di obiettivi affidati agli **Impact Teams aziendali**. Tali obiettivi – descritti anche nelle sezioni successive – entreranno nella fase di attuazione a partire dalla stagione 2026/2027 e saranno integrati, ove applicabile, nei sistemi incentivanti dei responsabili degli Impact Team e delle persone coinvolte nel loro raggiungimento, contribuendo a rafforzare l'integrazione delle tematiche ESG nei processi operativi e decisionali del Club.

Attraverso questo approccio, Juventus intende favorire un progressivo allineamento tra obiettivi aziendali, responsabilità individuali e priorità ESG, promuovendo una maggiore integrazione della sostenibilità nelle attività del Club.

E1-1 – PIANO DI TRANSIZIONE PER LA MITIGAZIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Juventus contribuisce alla mitigazione dei cambiamenti climatici attraverso la **strategia ESG "Black, White & More"**. Il pilastro dedicato a questo ambito, denominato **"Emissions in the Corner"**, mira a conseguire obiettivi di riduzione delle emissioni tramite diverse azioni, illustrate nella sezione E1-3 – Azioni e risorse relative alle politiche in materia di cambiamenti climatici.

Il Club riconosce l'importanza di dotarsi, nel medio periodo, di un piano di transizione climatica strutturato ai sensi degli ESRS E1, corredato da obiettivi quantitativi e target temporali coerenti con le migliori pratiche internazionali. Alla data di chiusura dell'esercizio, tale piano non risulta

ancora formalmente adottato e rappresenta una delle principali aree di evoluzione del percorso di sostenibilità di Juventus per i prossimi anni.

SBM-3 – IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come è stata condotta l'analisi e sui principali risultati, si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-3.

L'esercizio di doppia materialità condotto da Juventus, ha permesso di **identificare gli IROs correlati al tema dei cambiamenti climatici.** Gli IROs relativi a questo tema sono strettamente correlati alla strategia e al modello aziendale di Juventus, con particolare riferimento alle emissioni di GHG genera te, all'efficienza energetica, e al rischio fisico cui sono esposti asset e infrastrutture. Nello specifico, i tre impatti negativi e un'opportunità emersa dall'analisi di materialità sono connessi alla generazione delle emissioni di GHG. Per affrontare e mitigare questi impatti Juventus monitora le emissioni di Scope 1, 2 e 3 e persegue azioni specifiche. I tre impatti positivi e un'opportunità sono connessi ai consumi energetici e all'efficientamento degli asset. Il solo rischio correlato all'adattamento al cambiamento climatico fa riferimento agli eventi climatici estremi (rischio fisico acuto) con possibili danni alle infrastrutture e interruzioni dell'attività sportiva e degli altri eventi ospitati presso l'Allianz *Stadium* con conseguente impatto sui costi e ricavi. Ad oggi, non è stata ancora condotta un'analisi dei rischi climatici basata su scenari climatici, né una specifica valutazione della resilienza della strategia e del modello di business rispetto a tali scenari. Una nuova opportunità emersa nella stagione 2025-26 fa riferimento alla possibile adozione di obiettivi di riduzione dell'impatto emissivo da parte di Juventus nel corso delle prossime stagioni.

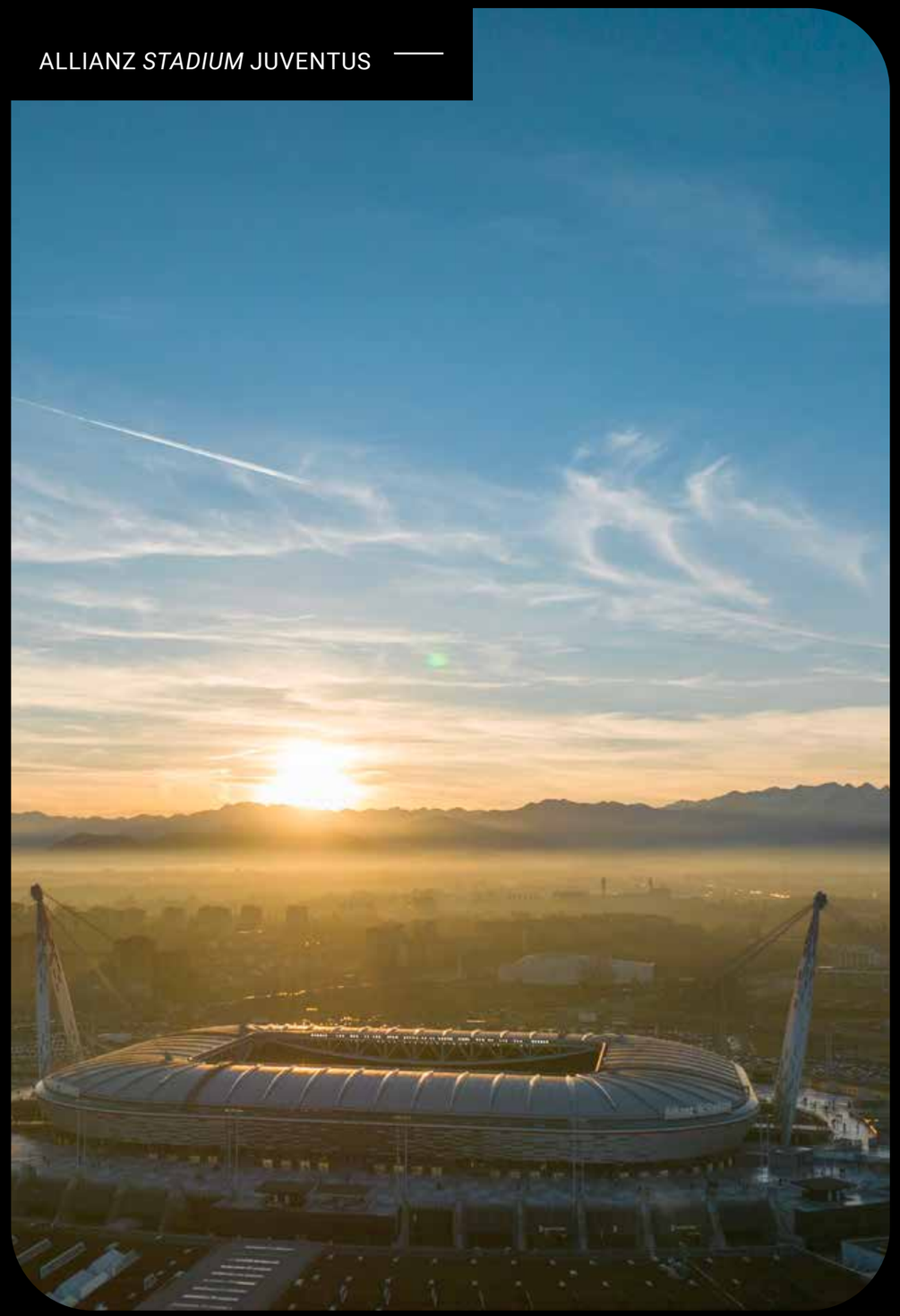
IRO-1 – DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI LEGATI AL CLIMA

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come è stata condotta l'analisi e sui principali risultati, si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-3.

E1-2 POLITICHE RELATIVE ALLA MITIGAZIONE DEI CAMBIAMENTI CLIMATICI E ALL'ADATTAMENTO AGLI STESSI

La **strategia Black, White & More** rappresenta il proseguimento di un percorso strutturato di gestione ambientale, che negli ultimi anni ha permesso al Club due certificazioni sul tema della sostenibilità.

ALLIANZ *STADIUM* JUVENTUS



▪ NEL 2019 L'ALLIANZ STADIUM HA CONSEGUITO LA CERTIFICAZIONE ISO 14001, STANDARD INTERNAZIONALE CHE DEFINISCE I REQUISITI PER UN SISTEMA DI GESTIONE AMBIENTALE FINALIZZATO A MONITORARE E RIDURRE GLI IMPATTI AMBIENTALI DIRETTI E INDIRETTI DELLE ATTIVITÀ. TALE CERTIFICAZIONE È STATA SUCCESSIVAMENTE ESTESA ANCHE ALLO JUVENTUS TRAINING CENTER CONTINASSA ("JTCC") NEL 2022, RAFFORZANDO L'APPROCCIO SISTEMICO DEL CLUB NELLA GESTIONE DELLE PERFORMANCE AMBIENTALI. LA CERTIFICAZIONE È RIMASTA VALIDA PER TUTTO IL PERIODO DI RENDICONTAZIONE.

▪ NEL 2021 JUVENTUS HA INOLTRE OTTENUTO LA CERTIFICAZIONE ISO 20121, LO STANDARD INTERNAZIONALE PER LA GESTIONE SOSTENIBILE DEGLI EVENTI, CHE ASSICURA L'ADOZIONE DI PRATICHE E PROCESSI CAPACI DI RIDURRE GLI IMPATTI NEGATIVI, VALORIZZARE GLI ASPETTI POSITIVI E PROMUOVERE UN'EREDITÀ SOSTENIBILE LEGATA ALLE MANIFESTAZIONI ORGANIZZATE. LA CERTIFICAZIONE, SUCCESSIVAMENTE RINNOVATA, È GIUNTA A SCADENZA IL 2 APRILE 2026; IL SUCCESSIVO PROCESSO DI RINNOVO È PREVISTO PER L'AUTUNNO 2026.

In coerenza con gli standard richiesti da queste certificazioni, il Club ha adottato due politiche specifiche:

POLITICA PER L'AMBIENTE

Nell'ambito delle proprie attività, Juventus persegue l'obiettivo di **ridurre l'impatto ambientale attraverso l'adozione di una Politica per l'Ambiente** conforme ai requisiti della Norma UNI EN ISO 14001:2015. Tale scelta rappresenta un impegno non solo nei confronti di chi intrattiene un rapporto di lavoro con la Società, ma anche verso tutti coloro che usufruiscono dei suoi servizi di intrattenimento sportivo. Tra i principi cardine della Politica, il cui referente interno è il Delegato Ambientale (il *Facilities Management Director* di Juventus) figurano la promozione di una cultura della sostenibilità ambientale, volta alla riduzione degli impatti, e l'adozione di un processo di analisi e monitoraggio delle attività per implementare misure di prevenzione e miglioramento continuo. La Politica per l'Ambiente di Juventus è consultabile integralmente al seguente link: Politiche e Procedure | Juventus Club.

POLITICA PER LA GESTIONE DEGLI EVENTI SOSTENIBILI

La Politica, il cui referente interno è il Responsabile del Sistema di Gestione Sostenibile degli Eventi, trova la sua applicazione concreta soprattutto nell'organizzazione dell'evento *match day*, che rappresenta molto più dei 90 minuti di gioco: è uno spettacolo che coinvolge i tifosi attraverso attività di fan entertainment, coreografie e momenti di condivisione. Il principio ispiratore è che l'evento sia sostenibile, inclusivo, sicuro e divertente. Per questo motivo Juventus ha adottato un Sistema di Gestione per la Sostenibilità degli Eventi, conforme alla Norma UNI ISO 20121 – *standard* internazionale che definisce i requisiti per la progettazione e gestione sostenibile degli eventi – stabilendo, documentando e attuando procedure dedicate, con l'impegno di migliorarne nel tempo continuità ed efficacia. La Politica per la gestione sostenibile degli eventi di Juventus è consultabile integralmente al seguente *link* Politiche e Procedure | Juventus Club.

CODICE ETICO

I principi che guidano l'approccio di Juventus alle tematiche ambientali trovano una prima formalizzazione nel **Codice Etico del Club** (si veda il capitolo "Informazioni di Governance"). In particolare, il Codice Etico prevede l'impegno di Juventus a **perseguire il miglioramento continuo delle proprie performance ambientali**, minimizzando gli impatti derivanti dallo svolgimento delle proprie attività e dalla gestione, costruzione e manutenzione dei siti e degli impianti di proprietà (art. 2.12).

Il Codice Etico stabilisce inoltre l'impegno del Club ad adottare comportamenti responsabili di tutela dell'ambiente, operando nel rispetto della normativa applicabile e delle eventuali prescrizioni ricevute dalle autorità competenti (art. 2.13).

Tali principi trovano applicazione anche nella gestione della catena di fornitura. In particolare, il Codice Etico prevede che la selezione di fornitori e licenziatari tenga conto, oltre che della qualità e della convenienza economica delle offerte, anche di criteri quali affidabilità, reputazione, professionalità e sostenibilità. Juventus si impegna inoltre a evitare rapporti commerciali con soggetti che non condividano i valori espressi nel Codice stesso, inclusi quelli relativi alla tutela dell'ambiente e ai principi del Global Compact delle Nazioni Unite (art. 7.2).

È possibile consultare integralmente il Codice Etico al seguente link: *Corporate Governance | Juventus Club.*

E1-3 – AZIONI E RISORSE RELATIVE ALLE POLITICHE IN MATERIA DI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Juventus riconosce l'importanza di monitorare e gestire gli aspetti ambientali connessi allo svolgimento delle proprie attività, al fine di garantire il rispetto degli obblighi normativi e degli standard applicabili e l'allineamento alla **strategia ESG Black, White & More** (vedere **ESRS 2** nella sezione SBM-1 – *"Strategia, modello aziendale e catena del valore"*). In tale contesto, il Club adotta, ad esempio, misure che riguardano **l'approvvigionamento energetico, l'utilizzo delle risorse e il coinvolgimento degli stakeholder su tematiche ambientali.** Alcune di queste iniziative, come il ricorso a energia proveniente da fonti rinnovabili, rappresentano inoltre scelte effettuate dal Club per rafforzare l'attenzione verso tali tematiche. Di seguito sono riportate le principali azioni intraprese nel periodo di riferimento.

ENERGIE RINNOVABILI

Al fine di minimizzare l'impatto ambientale derivante dal consumo di energia elettrica,

FIN DALLA STAGIONE 2018/2019 IL CLUB SI APPROVVIGIONA ESCLUSIVAMENTE DA FONTI RINNOVABILI[5], ATTRAVERSO SPECIFICI ACCORDI STIPULATI CON I FORNITORI. TUTTI I SITI DI JUVENTUS, AD ECCEZIONE DEL J HOTEL, UTILIZZANO QUINDI ENERGIA ELETTRICA PROVENIENTE AL 100% DA FONTI RINNOVABILI.

Si tratta di una scelta consapevole, che comporta un investimento significativo ma che è stata adottata per garantire coerenza con gli impegni ambientali del Club.

L'approvvigionamento è certificato tramite **Garanzie di Origine ("GO")**, rilasciate in conformità alla normativa europea, che attestano in maniera trasparente la provenienza rinnovabile dell'energia acquistata. In questo modo, l'intero fabbisogno elettrico del Club risulta coperto da fonti certificate, contribuendo alla riduzione delle emissioni indirette legate all'elettricità *(Scope 2)*.

Sul fronte dell'autoproduzione energetica, Juventus ha compiuto alcuni passi iniziali, attraverso piccoli impianti che rappresentano un primo avvicinamento a questa modalità di approvvigionamento. Attualmente l'autoproduzione è limitata principalmente all'impianto fotovoltaico installato presso il JTCC: pur non essendo di proprietà diretta del Club, Juventus ne gestisce la produzione e la relativa parte amministrativa (compilazione dei registri e trasmissione dei dati all'Agenzia delle Dogane).

A questo si aggiungono **due impianti** di solare termico presenti all'interno dell'Allianz *Stadium*, attivi ma con un contributo minimo e circoscritto alla produzione di acqua calda sanitaria.

Negli anni sono stati infine elaborati **studi di fattibilità** per valutare ulteriori interventi di autoproduzione – in particolare un progetto che riguardava stadio, sede e *training center* – i cui esiti restano in fase di valutazione.

[5]Ad eccezione dei consumi legati al teleriscaldamento e al teleraffrescamento.

EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Il Dipartimento Facilities Management è costantemente impegnato nel monitoraggio e nell'ottimizzazione dei consumi energetici, attraverso interventi mirati di controllo, efficientamento impiantistico e aggiornamento tecnologico.

Oltre a ciò, il Club si avvale di un **Energy Manager certificato UNI CEI 11339 come EGE** (Esperto in Gestione dell'Energia) e nominato, secondo quanto previsto dalla Legge 10/91, presso la FIRE (Federazione Italiana per l'uso Razionale dell'Energia), che supporta lo sviluppo di progetti energetici, inclusa la diagnosi energetica e l'implementazione di un percorso di Energy Management. Di seguito sono riportate le azioni a supporto del percorso di efficientamento energetico:

Sistemi di gestione e monitoraggio

L'Allianz *Stadium*, fin dalla sua apertura (2011), è stato dotato di un ***Building Management System ("BMS")*** che consente la programmazione e la regolazione automatica del funzionamento degli impianti elettrici e termofluidici (accensione/spegnimento, set point, allarmi, diagnostica). A partire dal 2017, l'approccio è stato esteso anche alla sede e al JTCC, mentre il sito di Vinovo rimane parzialmente escluso per via della sua maggiore complessità impiantistica. Inoltre, sono stati installati contatori dedicati per monitorare i consumi delle diverse utenze e verificare la correttezza della fatturazione. Questi dati vengono raccolti e analizzati tramite una piattaforma digitale di monitoraggio sviluppata con il supporto del Team Information & Communication Technology, utile anche per l'attività di previsione dei consumi e dei costi.

Illuminazione

Nel corso degli anni Juventus ha progressivamente esteso l'utilizzo della **tecnologia LED** nei propri impianti di illuminazione. Per quanto riguarda l'Allianz *Stadium*, circa l'85% delle superfici dell'area stadio risulta oggi servito da illuminazione LED. Tale percorso ha comportato una **riduzione della potenza installata** dell'impianto di illuminazione del campo pari a circa il 24% rispetto alla configurazione precedente, unitamente a una razionalizzazione delle attività di manutenzione, sostituzione e gestione degli impianti. Oltre agli aspetti legati ai consumi energetici, il sistema di illuminazione LED ha consentito di migliorare alcune caratteristiche illuminotecniche degli spazi interessati, tra cui la resa cromatica, l'uniformità dell'illuminazione, l'assenza di flickering e la riduzione dell'abbagliamento, contribuendo al comfort visivo degli atleti, degli



spettatori presenti allo stadio e del pubblico televisivo. Presso lo Juventus Training Center di Vinovo, la conversione alla tecnologia LED ha interessato gli impianti di illuminazione di tre campi sportivi e dei principali spazi interni; restano da completare i cinque campi rimanenti per i quali è in essere uno studio fattibilità. Anche lo Juventus Headquarter e il Training Center della Continassa sono dotati di illuminazione LED per gli spazi interni sin dalla loro inaugurazione.

Impianti HVAC (Heating, Ventilation and Air Conditioning)

Le sale hospitality dell'Allianz *Stadium* sono dotate di **inverter** che **consentono di modulare i ricambi d'aria in base all'effettivo utilizzo degli spazi.** Tale soluzione supporta una gestione più efficiente degli impianti di ventilazione e climatizzazione, in particolare durante le giornate non-match day e nei periodi caratterizzati da una minore affluenza.

VINCOLI STRUTTURALI

Alcuni consumi energetici associati alla gestione degli impianti sportivi del Club risultano strettamente connessi a esigenze operative e prestazionali. Tra questi rientrano, in particolare, **le lampade utilizzate per la gestione e la crescita del manto erboso dell'Allianz *Stadium***, che rappresentano una quota significativa dei consumi elettrici dello stadio, nonché i sistemi di riscaldamento dei campi presenti presso l'Allianz *Stadium* e i Training Center. Tali consumi, pur essendo costantemente monitorati, risultano difficilmente comprimibili senza compromettere gli standard qualitativi e funzionali richiesti per l'attività sportiva.

Proprio per questo motivo, tali ambiti rappresentano una delle principali aree di attenzione nell'ambito del percorso di miglioramento ambientale del Club. A tal riguardo, nel corso della stagione 2025/2026, Juventus ha definito uno specifico obiettivo affidato **all'Impact Team Green Management,** volto a valutare l'introduzione progressiva di soluzioni tecnologiche più evolute nella gestione degli impianti sportivi, tra cui nuove tecnologie LED dedicate alla gestione del manto erboso dell'Allianz *Stadium* e l'introduzione di soluzioni robotizzate per la manutenzione delle superfici verdi. L'attuazione di tali iniziative è prevista a partire dalla stagione 2026/2027 e consentirà al Club di acquisire ulteriori informazioni utili a valutarne gli effetti operativi ed energetici.

Accanto a questi interventi, il Club riconosce che esistono anche margini legati a **comportamenti e pratiche di utilizzo degli impianti.** In questa direzione si colloca **la piattaforma di *sustainability people engagement AWorld*** che, nel corso del 2025, da gennaio e dicembre, è stata resa disponibile a tutte le persone di Juventus con l'obiettivo di promuovere la cultura della sostenibilità, favorire l'adozione di comportamenti concreti responsabili e offrire contenuti formativi dedicati. La piattaforma ha ingaggiato 154 partecipanti, che hanno registrato in media circa 500 azioni sostenibili ciascuno, evidenziando un particolare interesse per temi legati all'Azione per il Clima e alla Salute e Benessere.

MOBILITÀ DEI TIFOSI

La mobilità dei tifosi rappresenta una delle **sfide ambientali più rilevanti per un club sportivo.** Secondo uno studio del 2023 condotto dalla Scuola Superiore Sant'Anna di Pisa, gli spostamenti dei tifosi incidono infatti tra il 50% e il 70% delle emissioni complessive di una società calcistica, con un impatto particolarmente significativo legato all'uso prevalente dell'auto privata e, in alcuni casi, dei voli, soprattutto per club come Juventus che vantano una fanbase ampia e distribuita a livello nazionale e internazionale.

Per affrontare questo tema, Juventus persegue un approccio basato su tre direttrici:

- **dialogo con i tifosi**, con l'obiettivo di raccogliere dati accurati sulle abitudini di spostamento e comprenderne le esigenze;
- **dialogo con gli stakeholder del settore calcistico**, trattandosi di una sfida comune a tutti i club. La partecipazione a tavoli di lavoro, conferenze e network promossi da organizzazioni quali Lega Serie A, UEFA ed ESSMA consente di condividere esperienze, dati e buone pratiche sul tema della mobilità sostenibile;
- dialogo con gli enti locali e gli operatori del trasporto pubblico, al fine di individuare soluzioni che incentivino l'utilizzo di modalità di trasporto a minor impatto ambientale per l'accesso all'Allianz *Stadium*.

Nel corso della stagione 2025/2026 sono proseguite le interlocuzioni con il Comune di Torino e con gli altri stakeholder coinvolti sul tema della mobilità sostenibile dei tifosi. Sebbene non sia stato possibile estendere l'iniziativa sperimentale "Road to Allianz *Stadium*" avviata nella stagione precedente, il Club ha continuato a lavorare sul tema attraverso **attività di sensibilizzazione e collaborazione a livello di sistema.**

In particolare, nell'ambito delle iniziative promosse dalla Lega Serie A in occasione della Giornata Mondiale della Terra 2026, Juventus ha contribuito allo



sviluppo di una **campagna dedicata alla promozione della mobilità sostenibile dei tifosi.** Grazie alla collaborazione con Frecciarossa, tutti i possessori di un titolo di accesso valido per le gare della 33ª giornata di campionato hanno potuto usufruire di una promozione dedicata sui viaggi ferroviari, incentivando così l'utilizzo di mezzi di trasporto a minore impatto ambientale rispetto all'auto privata.

Il Club riconosce che la mobilità dei tifosi rappresenta una delle principali sfide ambientali del settore sportivo e intende continuare a lavorare con istituzioni, operatori della mobilità e stakeholder dell'industria calcistica per individuare soluzioni sempre più efficaci e scalabili negli anni futuri.

MOBILITÀ INTERNA

In linea con il Decreto-legge n. 34 del 19 maggio 2020 (c.d. "Decreto Rilancio", convertito in Legge n. 77 del 17 luglio 2020), recante *"Misure per incentivare la mobilità sostenibile"*, nel corso della stagione 2021/2022 è stata attivata una survey per definire le misure del **Piano Spostamenti Casa-Lavoro di Juventus.**

La medesima survey è stata riproposta nella stagione 2023/2024 e durante la stagione 2025/2026. Riguardo a quest'ultima, per ricostruire le abitudini di spostamento sistematico casa-lavoro, nel periodo compreso tra il 01 e l'11 dicembre 2025 è stato somministrato un questionario ai dipendenti del Club. In linea con la precedente rilevazione, anche l'indagine più recente conferma la prevalenza dell'auto negli spostamenti casa-lavoro e il ruolo centrale di rapidità, comodità e flessibilità nella scelta del mezzo, facendo emergere con maggiore evidenza il peso dei vincoli organizzativi, professionali e familiari nell'orientare le abitudini di mobilità. In particolare, tra le principali evidenze emerse:

- il mezzo di trasporto preferito per gli spostamenti è l'auto privata o aziendale, prevalentemente utilizzata individualmente e percepita come la soluzione più rapida, più comoda e più compatibile con le esigenze di orario, familiari e lavorative;

- le risposte più frequenti alla domanda su quali vincoli o incentivi potrebbero indurre a rinunciare all'uso dell'auto sono state:
  - disponibilità a cambiare abitudini in caso di miglioramento dell'offerta di trasporto pubblico, in termini di tempi di percorrenza, frequenza e collegamenti;
  - presenza di incentivi economici significativi a favore di modalità di spostamento alternative;
  - disponibilità di mezzi o servizi aziendali adeguati a coprire gli spostamenti professionali durante la giornata lavorativa.

La Direzione *People, Culture & ESG*, in collaborazione con il *Mobility Manager*, è stata responsabile delle **attività di pianificazione, gestione e promozione di soluzioni ottimali di mobilità sostenibile**, individuate sulla base dei risultati della survey e in attuazione del Piano Spostamenti Casa- Lavoro. In tal senso, si segnalano le seguenti iniziative:

- **Regolamentazione dello smart working**: attraverso la stipula di accordi individuali.
- **Road to JHQ:** i dipendenti possono usufruire di un servizio navetta messo a disposizione dalla società per raggiungere il complesso Juventus (JHQ, JTCC, Allianz *Stadium*). Il servizio collega il centro città (Stazione di Torino Porta Susa) con le sedi aziendali, riducendo le inefficienze legate all'uso dell'auto privata. Caratteristiche del servizio:
  - Percorso: da Porta Susa al complesso Juventus;
  - Corse: due in ingresso mattutino (8:15 e 9:00) e una in uscita serale (18:10);
  - Capacità: circa 20 posti per navetta.

- **Parco auto aziendale**: al 30/06/2026 composto da 150 veicoli, tutti conformi alla normativa Euro 6, a testimonianza dell'impegno verso la riduzione delle emissioni inquinanti e l'adozione di tecnologie più efficienti. Composizione della flotta:
  - 87 veicoli benzina + *mild hybrid*;
  - 7 veicoli diesel;
  - 56 veicoli benzina + *plug-in hybrid*.
- È stato dunque completato un processo di sostituzione quasi integrale dei veicoli diesel con veicoli mild hybrid, per migliorare l'efficienza energetica e ridurre ulteriormente le emissioni climalteranti.
- **Colonnine di ricarica per auto elettriche**: tutti i dipendenti, indipendentemente dal possesso di un'auto aziendale o privata, possono usufruire delle colonnine di ricarica installate presso i seguenti siti: JHQ, JTCC, Juventus Training Center Vinovo ("JTCV"), Allianz *Stadium*. L'iniziativa nasce dalla volontà della Società di incentivare soluzioni di mobilità sostenibile.
- **Juventus Bikes**: sono a disposizione dei dipendenti 15 biciclette distribuite tra i vari siti aziendali (JHQ, Allianz *Stadium*, JTCC, JTCV). Il progetto si fonda su due parole chiave: Flexibility e Wellness. Le biciclette possono essere utilizzate:
  - per spostamenti tra sedi attigue per motivi di servizio (es. JHQ – Allianz *Stadium* – Juventus Museum), ottimizzando i tempi di trasferimento;
  - per attività di wellness e/o tempo libero durante la pausa pranzo.

COLLABORAZIONE TRA JUVENTUS E ONE TREE PLANTED

Tra il 2020 e il 2025 il Club ha collaborato con **One Tree Planted**, organizzazione internazionale impegnata in progetti di riforestazione. Nell'ambito della partnership sono stati piantati complessivamente oltre 53.000 alberi a livello globale nelle prime due stagioni del progetto (25.000 nel 2020/21 e 22.800 nel 2021/22) e successivamente realizzati interventi di riforestazione e riqualificazione ecologica nell'area metropolitana di Torino. Nel triennio 2023-2025 **il progetto ha portato alla messa a dimora di 6.000 alberi appartenenti a 62 specie differenti e al ripristino di 3,4 ettari di territorio** presso gli Orti Generali di Mirafiori, la Cascina Falchera e il Parco Naturale La Mandria. Sebbene la collaborazione si sia conclusa nel gennaio 2025, gli interventi realizzati continuano a generare benefici ambientali e sociali sul territorio.



LIFE CYCLE ASSESSMENT

Nel 2025, Juventus ha condotto, con il supporto della Scuola Superiore Sant'Anna, uno studio di Life Cycle Assessment (LCA) finalizzato ad analizzare gli impatti ambientali associati alle proprie attività sportive e di business.

Lo studio ha consentito al Club di sviluppare una visione più approfondita delle principali fonti di impatto lungo il ciclo di vita delle proprie attività e di individuare possibili aree di miglioramento tecnico, gestionale e logistico, con particolare attenzione all'erogazione del servizio partita.

Per il periodo di rendicontazione 2025/2026, Juventus ha proseguito le attività di misurazione dei propri consumi, delle emissioni di GHG Scope 1, 2 e 3, dei flussi di risorse, dei consumi idrici e della produzione di rifiuti, avvalendosi del supporto di un Marsh Risk Consulting e mantenendo un approccio metodologico coerente con quello sviluppato in precedenza.

EVENTI CLIMATICI ESTREMI

Nell'ambito dell'analisi di doppia materialità, Juventus ha individuato tra i rischi rilevanti quello legato ai fenomeni climatici estremi, ricondotto al registro dei rischi aziendali (ERM) nella categoria più ampia "eventi catastrofici", che include sia eventi naturali (terremoti, incendi, eventi atmosferici) sia fattori di diversa natura (es. attentati); alla luce della crescente rilevanza del cambiamento climatico, il Club riconosce l'opportunità di mappare in modo autonomo e più puntuale il rischio climatico nei prossimi esercizi, per rafforzare la capacità di individuare ulteriori misure di mitigazione e resilienza. Ad oggi, Juventus gestisce il rischio attraverso azioni già operative: in primo luogo, ha sottoscritto **polizze assicurative "all risk" a copertura di tutti i propri siti**, comprensive anche dei danni derivanti da eventi atmosferici estremi (grandinate, alluvioni improvvise, tempeste), che, pur senza un riferimento esplicito al cambiamento climatico, si estendono di fatto anche a fenomeni la cui frequenza e intensità sono accresciute dai mutamenti climatici; inoltre, il Club dispone di procedure specifiche di manutenzione e prevenzione, tra cui la redazione annuale di una relazione tecnica e di un certificato sulla manutenzione strutturale degli impianti da presentare alla Commissione Provinciale di Vigilanza sui Locali di Pubblico Spettacolo (CPV) della Prefettura di Torino, nonché misure preventive mirate (ad esempio procedure per ridurre il rischio di infiltrazioni d'acqua in caso di precipitazioni intense). Tali azioni costituiscono una prima risposta al rischio climatico e saranno ulteriormente sviluppate e sistematizzate nel piano di transizione climatica, che il Club si impegna a formalizzare nei prossimi esercizi (cfr. sezione E1-3).

E1-4 – OBIETTIVI RELATIVI ALLA MITIGAZIONE E ALL'ADATTAMENTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

Juventus non ha ancora formalizzato target climatici quantitativi di lungo periodo o obiettivi allineati a metodologie scientifiche di decarbonizzazione. Il Club continua, tuttavia, ad avvalersi di **strumenti e pratiche di gestione sviluppati nel tempo** anche grazie ai propri sistemi di gestione certificati (ad esempio, la certificazione ISO 14001).

Nel corso della stagione 2025/2026, il Club ha compiuto un passo in avanti verso una gestione sempre più strutturata delle tematiche ambientali attraverso il modello di **"ESG Integrated"**. Per la prima volta, **la funzione ESG ha coordinato un processo finalizzato alla definizione di specifici obiettivi di sostenibilità** da parte delle funzioni aziendali maggiormente coinvolte nella gestione degli impatti ambientali e sociali (c.d. "Impact Teams"), favorendo una progressiva integrazione delle priorità ESG nei processi operativi del Club.

Gli obiettivi, sviluppati con il contributo delle funzioni competenti e successivamente approvati dall'ESG Steering Committee, riguardano ambiti quali la **riduzione degli impatti ambientali** delle attività operative, il **miglioramento delle performance in materia di gestione delle risorse,** il **rafforzamento delle pratiche di economia circolare** e la **promozione di soluzioni orientate a una maggiore sostenibilità** delle attività del Club.

Tali obiettivi hanno carattere operativo e non costituiscono, allo stato attuale, target climatici quantitativi di lungo periodo definiti secondo metodologie scientificamente riconosciute, quali quelle promosse dalla Science Based Targets initiative (SBTi), né rientrano in un piano di transizione climatica formalizzato. Rappresentano tuttavia un primo strumento per integrare progressivamente le tematiche ambientali nei processi operativi e nelle responsabilità delle funzioni aziendali coinvolte.

Sempre nel corso del periodo di rendicontazione Juventus ha formalizzato la **volontà di dotarsi di una roadmap ambientale strutturata**, individuando tale attività come una delle priorità della funzione ESG e destinandovi risorse dedicate a partire dalla stagione 2026/2027. Il percorso, la cui implementazione operativa prenderà avvio nel corso della stagione 2026/2027, sarà finalizzato alla definizione di KPI ambientali prioritari, di un framework di monitoraggio e di obiettivi misurabili coerenti con metodologie riconosciute a livello internazionale, nonché all'individuazione delle principali azioni di miglioramento da sviluppare con il coinvolgimento delle diverse funzioni aziendali.

E1-5 – CONSUMO DI ENERGIA E MIX ENERGETICO

Nella tabella che segue sono riepilogati i consumi energetici in MWh[6] del Club, con evidenza delle fonti energetiche di riferimento.

Consumo e mix energetico	Unità di misura	1° luglio 2025 - 30 giugno 2026	1° luglio 2024 - 30 giugno 2025
Gas naturale	MWh	4.144,98	4.276,71
Gasolio		0	4,16
Teleriscaldamento		13.439,23	12.250,36
Teleraffrescamento		1.873,65	1.629,62
Energia elettrica non rinnovabile		1.061,00	1.038,34
Flotta auto aziendale		*1.254,12*	*1.445,74*
Di cui Gasolio		*235,73*	*513,53*
Di cui Benzina		*704,55*	*607,54*
Di cui Benzina / Plug-in		*313,83*	*324,67*
Consumo da fonti fossili		**21.772,99**	**20.644,93**
Quota delle fonti fossili nel consumo totale di energia (%)	%	***69,03%***	***67,68%***
Consumo da fonti nucleari	MWh	**0**	**0**
Quota del consumo di energia nucleare nel consumo totale di energia (%)	%	***0%***	***0%***
Consumo di combustibili per le fonti rinnovabili, compresa la biomassa (compresi i rifiuti industriali e urbani di origine biologica, il biogas, l'idrogeno rinnovabile, ecc.)	MWh	0	0
Consumo di elettricità, calore, vapore e raffreddamento acquistati o acquisiti da fonti rinnovabili		9.766,94	9.856,87
Consumo di energia rinnovabile autogenerata non basata sul combustibile		0	0
Consumo totale energie rinnovabili		**9.766,94**	**9.856,87**
Quota delle fonti rinnovabili nel consumo totale di energia (%)	%	***30,97%***	***32,32%***
Consumo totale di energia	MWh	**31.539,93**	**30.501,81**

[6]Il Club non opera nei settori ad alto impatto climatico

Nel corso della stagione 2025/2026, il consumo energetico complessivo di Juventus è stato pari a **31.539,93 MWh**, in aumento del 3% rispetto all'anno precedente.

Un elemento rilevante è rappresentato dal fatto che **quasi un terzo del fabbisogno energetico è stato coperto da energia elettrica certificata tramite Garanzia di Origine, proveniente da impianti idroelettrici rinnovabili.**

Inoltre, come già richiamato alla sezione E1-1 – Piano di transizione per la mitigazione dei cambiamenti climatici, il 100% dell'energia elettrica acquistata da Juventus, ad esclusione del JHotel acquisito sul finire della stagione, proviene da fonti rinnovabili, a conferma della volontà di privilegiare soluzioni in grado di generare un impatto positivo.

La parte restante dei consumi è stata soddisfatta principalmente attraverso sistemi di **teleriscaldamento e teleraffrescamento**, integrati da gasolio e gas naturale, tecnologie che attualmente garantiscono continuità e affidabilità nelle attività operative della Società.

Juventus è pienamente consapevole delle sfide che la transizione energetica comporta e intende affrontarle con responsabilità e visione. Per questo motivo, il Club è impegnato a **incrementare progressivamente il ricorso a fonti rinnovabili,** consolidando un percorso di crescita sostenibile che unisce innovazione e rispetto per l'ambiente.

E1-6 – EMISSIONI LORDE DI GHG DI SCOPE 1, 2, 3 ED EMISSIONI TOTALI DI GHG

Nella stagione 2019/2020, Juventus ha avviato **il processo di calcolo e rendicontazione della propria carbon footprint**, come impegno del Club nella gestione delle proprie emissioni di CO_2[7].

Le emissioni di ***Scope 1***, ovvero le emissioni dirette di GHG generate da fonti che la Società possiede e controlla, hanno riguardato principalmente le emissioni rilasciate dal gas naturale, dal generatore elettrico alimentato a diesel, dagli spostamenti della flotta auto aziendale alimentata a benzina, diesel e auto ibride. **Il totale di queste emissioni sono risultate pari a 1.518,92 tCO_{2eq}** (+7% rispetto alla stagione precedente).

Per il calcolo delle emissioni di ***Scope 2***, ovvero le emissioni indirette di gas serra associate al consumo dell'energia che la Società acquista dalla rete, si è previsto il calcolo secondo due metodologie distinte:

- ***Location-based method***: si basa sui fattori di emissione medi relativi alla generazione di energia regionali, subnazionali o nazionali. Queste sono risultate essere pari a **4.829,88 tCO_{2eq}**;
- ***Market-based method:*** si basa sulle emissioni di CO2 emesse dai fornitori di energia da cui l'organizzazione acquista, tramite contratto, energia elettrica o sui fattori relativi al mercato di riferimento. Agli acquisti di energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili, con certificati di Garanzia d'Origine, si attribuisce un fattore emissivo pari a zero, per quanto riguarda lo Scope 2 calcolato secondo il metodo *market-based*.

Le emissioni Scope 2 *market-based* sono risultate essere pari a **2.839,04 tCO_{2eq}**. Poiché dalla stagione 2018/2019, **il 100% dell'energia elettrica acquistata da Juventus** (a esclusione del J Hotel) **proviene da fonti rinnovabili, il relativo valore emissivo è pari a 0.**

A PARTIRE DALLA STAGIONE 2024/2025, JUVENTUS HA INIZIATO A CALCOLARE E RENDICONTARE LE PROPRIE EMISSIONI DI SCOPE 3.

Queste si riferiscono alle emissioni indirette di gas serra generate lungo la catena del valore del club, sia a monte che a valle. Poiché il GHG *Protocol* identifica 15 diverse categorie di Scope 3, nel 2025 è stata eseguita un'analisi di significatività su queste, con il fine di determinare quali fossero rilevanti e applicabili per Juventus.

L'analisi ha riguardato la disclosure dello Scope 3 di quattro peer, tutte società calcistiche europee. I parametri considerati sono stati: la rilevanza per la Società, la trasparenza sulla metodologia di calcolo, l'accessibilità, l'accuratezza, la completezza e la coerenza del dato nel tempo del dato. Questi criteri sono gli stessi utilizzati nel processo di certificazione ISO 14064. L'analisi di significatività ha permesso di escludere dal calcolo le seguenti categorie: *2. Beni capitali, 9. Trasporto e distribuzione a valle, 10. Lavorazione dei prodotti venduti, 12. Fine-vita dei prodotti venduti, 13. Concessione di asset in leasing, 14. Franchise.* **Il totale delle emissioni di Scope 3 è risultato pari a 38.086,97 tCO_{2eq}**[8], di cui il 94,1% proviene da dati primari[9].

LA RENDICONTAZIONE DELLE EMISSIONI DI CO_2 E DI SCOPE 1, 2 E 3 SEGUE LE LINEE GUIDA DEL GHG PROTOCOL.

Di seguito sono riportate le metodologie, le ipotesi e i fattori di emissione utilizzati per calcolare e misurare le emissioni.

[7]In linea con i requisiti ESRS, le emissioni di Scope 1 e 2 sono rendicontate includendo nel perimetro di consolidamento le società controllate con il metodo integrale all'interno del Bilancio consolidato di Juventus. Le emissioni di Scope 3 sono rendicontate in accordo con criteri di significatività e comprendono le emissioni associate alla catena del valore delle attività del Club.
[8]A fronte di affinamenti nella metodologia di calcolo il totale delle emissioni di Scope 3 risulta non comparabile alla stagione precedente.
[9]Si specifica che i dati primari della categoria 7 "Viaggi casa-ufficio dei dipendenti" e 11 "Impiego dei beni venduti" fanno riferimento a un campione dell'intera popolazione.

Risorsa – *Scope 1*	Fattore di conversione
Diesel generatore elettrico (l)	DEFRA 2025
Gas naturale (m³)	ISPRA 2025
R-32 (kg)	Metodo: IPCC 2021 GWP100
R-410a (kg)	Metodo: IPCC 2021 GWP100
Auto benzina (km)	DEFRA 2025
Auto benzina plug-in (km)	DEFRA 2025
Auto diesel (km)	DEFRA 2025
Auto full electric (km)	DEFRA 2025

Risorsa – *Scope 2*	Fattore di conversione
Energia elettrica - location (kWh)	AIB 2025
Energia elettrica - market (kWh)	AIB 2025
Teleriscaldamento (kWh)	Certificato RINA per impianto IREN
Teleraffrescamento (kWh)	Ricalcolo in base al rendimento dell'impianto di teleriscaldamento e al CoP di un impianto di teleraffrescamento standard

Risorsa – *Scope 3*	Fattore di conversione
1 Beni e servizi acquistati	Ecoinvent 3.12, Agribalyse 3.2 e Agri-footprint 7.0.1.1 EU27 and DK input-output (IO) database
2 Beni capitali	Non significativa
3 Attività connesse ai combustibili e all'energia, non comprese in Scope 1 o 2	AIB 2025, DEFRA 2025, Ecoinvent 3.12
4 Trasporto e distribuzione a monte	Ecoinvent 3.12, Adidas annual report 2025[10]
5 Rifiuti prodotti nelle operations	DEFRA 2025
6 Viaggi d'affari	Ecoinvent 3.12,USEEIO v2.0.1–411, DEFRA 2025, FS Group's Environmental report 2024
7 Viaggi casa-ufficio dei dipendenti	Ecoinvent 3.12
8 Acquisto di asset in leasing	Non applicabile
9 Trasporto e distribuzione a valle	Non applicabile
10 Lavorazione dei prodotti venduti	Non applicabile
11 Impiego dei beni venduti	DEFRA 2025, FS Group's Environmental report 2024, Gruppo Trasporti Torinesi Rendicontazione di sostenibilità 2025
12 Fine-vita dei prodotti venduti,	Non applicabile
13 Concessione di asset in leasing	Non applicabile
14 Franchise	Non applicabile
15 Investimenti	DEFRA 2025, Ecoinvent 3.12

[10] Tabella E1-4 – Obiettivi relativi alla mitigazione e all'adattamento ai cambiamenti climatici
[11] Il perimetro è limitato alle sole consegne Adidas

Categorie *Scope 3*	Metodologia applicata	Fonte del dato
Cat 1 - Beni e servizi acquistati: sono calcolate le emissioni derivanti dalla produzione dei beni acquistati dall'azienda e l'impatto dei servizi acquistati da fornitori esterni. Rientrano le emissioni legate a materie prime, beni intermedi e prodotti finiti acquistati.	Supplier-specific method	*Dato ibrido fornito da personale Juventus e fornitori. Alcuni dei dati sono stati stimati dai fornitori*
Cat 3 - Estrazione di carburante ed energia: sono calcolate le emissioni derivanti da carburante ed energia acquistati dall'azienda e non inclusi nello Scope 1 o 2, come l'estrazione, la produzione e il trasporto di carburanti ed energia acquistati.	Average-data method (Ecoinvent)	*Dato puntuale fornito dal fornitore di energia*
Cat 4 - Trasporto e distribuzione a monte: sono calcolate le emissioni associate al trasporto di beni e servizi acquistati dall'azienda[11], effettuati utilizzando veicoli non di proprietà.	Distance-based method	*Dato puntuale fornito da personale Juventus*
Cat 5 - Scarti di produzione e rifiuti: sono calcolate le emissioni generate dallo smaltimento, dal trattamento e dal trasporto di rifiuti effettuati da terzi.	Waste-type-specific method	*Dato stimato fornito da personale Juventus sulla quantità di rifiuti*
Cat 6 - Viaggi di lavoro: sono calcolate le emissioni associate ai viaggi di lavoro svolti dal personale, ovvero l'impatto generato dai mezzi di trasporto utilizzati (escludendo quelli effettuati con veicoli aziendali) per recarsi da un cliente, da un fornitore o a un evento.	Distance-based method	*Dato puntuale fornito da personale Juventus*
Cat 7 - Commuting del personale: sono calcolate le emissioni derivanti dagli spostamenti del personale dalle abitazioni al luogo di lavoro (no auto aziendali).	Distance-based method	*Dato ibrido stimato su base questionario per il personale Juventus*
Cat 11 - Utilizzo e fruizione del servizio/prodotto: sono calcolate le emissioni derivanti dall'utilizzo del prodotto venduto.	Direct use-phase emissions of sold products	*Emissioni relative allo spostamento dei tifosi in occasione dei match-day presso l'Allianz Stadium: Dati ibridi, elaborati sulla base di un questionario rivolto ai tifosi, per conoscere le distanze medie percorse per raggiungere lo stadio e i mezzi di trasporto utilizzati*
Cat 15 - Investimenti: sono calcolate le emissioni generate dalle aziende presenti nel proprio portfolio investimenti. Le emissioni generate dalle attività in cui si ha investito vengono riproporzionate in base alla quota di capitale investito e al tempo di permanenza all'interno del portfolio.	Investment-specific method	*Dato puntuale fornito da personale Juventus*



Di seguito la tabella con il dettaglio sulle emissioni.

Tipo di emissioni	Unità di misura	1° luglio 2025 - 30 giugno 2026	1° luglio 2024 - 30 giugno 2025
Emissioni dirette di GHG Scope 1			
Emissioni totali di Scope 1		1.518,92	1.412,1
Percentuale delle emissioni di gas serra di Scope 1 provenienti da schemi di scambio di emissioni regolamentati (%)		0%	0%
Emissioni indirette di GHG Scope 2			
Emissioni totali di Scope 2 – Location-Based		4.829,88	4.728
Emissioni totali di Scope 2 – Market-Based		2.839,04	2.623
Emissioni significative di GHG Scope 3			
Total Gross indirect (Scope 3) GHG emissions		38.086,97	21.555,3
1 Beni e servizi acquistati		2.188,99	2.512
3 Attività connesse ai combustibili e all'energia, non comprese in Scope 1 o 2	tCO_{2eq}	1.148,40	1.782,2
4 Trasporto e distribuzione a monte		2,42	2,64
5 Rifiuti prodotti nelle operations		57,78	169
6 Viaggi d'affari		1.258,10	1.958
7 Viaggi casa-ufficio dei dipendenti		1.189,15	1.497
11 Impiego dei beni venduti		32.001,48[12]	12.997,3
15 Investimenti		240,65	638,1
Totale emissioni di GHG			
Emissioni totali di GHG - Location-Based		44.435,78	27.695,3
Emissioni totali di GHG - Market-Based		42.444,93	25.590,4

Di seguito la tabella che riporta l'intensità emissiva, calcolando il rapporto delle emissioni totali di GHG sui ricavi netti.

Intensità emissiva su ricavi netti[13]	1° luglio 2025 - 30 giugno 2026	1° luglio 2024 - 30 giugno 2025
Totale emissioni di GHG (Location-based) su ricavi netti (tCO_{2eq}/€)	0,00009360	0,00005229
Totale emissioni di GHG (Market-based) su ricavi netti (tCO_{2eq}/€)	0,00008941	0,00004832

[12] In ottica di miglioramento continuo, rispetto allo scorso anno, è stato esteso il perimetro a tutti i tifosi rispondenti alla survey, indipendentemente dalla fascia anagrafica; questo, insieme a un affinamento metodologico, ispirato alle linee guida della UEFA, ha determinato l'aumento delle emissioni della categoria 11. Si specifica che nella stagione precedente, in coerenza con il progetto "Road to Allianz *Stadium*", erano stati considerati solo i tifosi Under 30 rispondenti alla survey.

[13] Si specifica che il dato relativo ai ricavi netti fa riferimento alla voce Totale ricavi e proventi del Conto economico Consolidato (pari a 474.737 migliaia di euro).

E3 ACQUA E RISORSE MARINE

Il tema dell'acqua è stato integrato nella strategia ESG di Juventus, in particolare all'interno del pilastro **"Assist to Circularity"**.

Ad oggi l'approccio del Club si concentra principalmente sul monitoraggio dei consumi idrici, con l'obiettivo di prevenire sprechi e garantire un utilizzo responsabile della risorsa. In prospettiva, questo impegno rappresenta la base per lo **sviluppo di iniziative più strutturate di economia circolare** e per **l'adozione di pratiche orientate alla riduzione dei consumi e al riutilizzo delle risorse**, in coerenza con il pilastro strategico.

IRO-1 – DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI LEGATI ALLE ACQUE

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come è stata condotta l'analisi e sui principali risultati, si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-3. L'area geografica dove si trovano gli asset di Juventus non è a stress idrico e la natura del suo business non rende rilevante l'utilizzo che Juventus fa della risorsa idrica rispetto al benessere della comunità locale. Per tale motivo, non sono state condotte consultazioni specifiche con le comunità locali in relazione alle tematiche connesse alla risorsa idrica.

E3-1 – POLITICHE CONNESSE ALLE ACQUE

La risorsa idrica rappresenta un aspetto monitorato da Juventus nell'ambito delle proprie attività. **Il Club utilizza l'acquedotto come principale fonte di approvvigionamento idrico e dispone inoltre di sistemi di raccolta e riutilizzo delle acque meteoriche** presso alcune delle proprie strutture (e.g. JTC Vinovo e lo Juventus Headquarter).

Nel corso della stagione 2025/2026, Juventus ha proseguito **le attività di monitoraggio dei consumi idrici.** I sistemi di raccolta delle acque meteoriche consentono inoltre di integrare, seppur in misura limitata rispetto ai consumi complessivi del Club, l'utilizzo della risorsa idrica per specifiche esigenze operative.

La tematica della risorsa idrica, all'interno della più ampia cornice della tutela ambientale, è trattata indirettamente all'interno della **politica ambientale**, come descritto nel paragrafo E1 Cambiamenti climatici (ref. E1-2 Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici). Nel suo percorso di evoluzione, il Club ha formalizzato la volontà di dotarsi di una roadmap ambientale strutturata che tenga in considerazione anche la risorsa idrica.



E3-2 – AZIONI E RISORSE CONNESSE ALLE ACQUE

Consapevoli dell'importanza della risorsa idrica, la Società presta grande attenzione alla sua gestione con il fine di un consumo sempre più responsabile. Per questo Juventus si impegna nel monitoraggio e nella rendicontazione dei consumi di acqua derivanti dai processi della propria attività sportiva e di business. I sistemi di approvvigionamento idrico di Juventus si basano, come menzionato al paragrafo precedente, principalmente sul prelievo di acqua da:

- **acquedotti municipali;**
- **dal laghetto artificiale del JTCV** che funge da bacino di raccolta e che viene utilizzato per l'irrigamento dei campi di allenamento del sito. Al momento non è presente un contatore dedicato, ma il Club sta lavorando per rafforzare il presidio e migliorare la disponibilità di dati;
- da una **vasca di raccolta dell'acqua piovana situata al JHQ.**

Negli anni, anche altre strutture del Club sono state dotate **di sistemi di raccolta delle acque meteoriche**: in particolare, l'**Allianz *Stadium*** e il **JTCC** dispongono di vasche dedicate, originariamente pensate per l'irrigazione dei campi. Tuttavia, valutazioni tecniche hanno evidenziato la presenza di impurità nelle acque raccolte, che ne rendono complesso e oneroso l'utilizzo sia per l'irrigazione sia per altri scopi (ad esempio i servizi igienici). Uno studio di fattibilità dedicato ha infatti confermato che l'acqua disponibile non sarebbe sufficiente a giustificare l'investimento necessario per la realizzazione di impianti di trattamento e di nuove reti di distribuzione.

IRRIGAZIONE

Juventus dispone di circa

128.000 M² DI AREE VERDI DESTINATE ALL'ATTIVITÀ SPORTIVA.

Le esigenze irrigue variano in funzione delle caratteristiche agronomiche dei terreni e delle necessità operative connesse all'attività sportiva: indicativamente, durante la stagione invernale le superfici vengono irrigate mediamente una volta al giorno, mentre nel periodo estivo gli interventi possono aumentare in funzione delle condizioni climatiche e dello stato del manto erboso.

Per supportare la gestione delle irrigazioni, il Club adotta strumenti e tecnologie che consentono un monitoraggio più puntuale delle condizioni dei terreni. Presso l'Allianz *Stadium*, ad esempio, il sistema di irrigazione è supportato da sensori per il monitoraggio dell'umidità del terreno e da una stazione meteorologica che rileva parametri utili alla pianificazione degli interventi.

L'impianto è inoltre suddiviso in diverse aree di erogazione, consentendo una gestione differenziata delle irrigazioni in funzione delle specifiche condizioni del campo.

Analoghe soluzioni di monitoraggio sono state progressivamente introdotte anche presso i centri di allenamento. Presso il **Juventus Training Center di Continassa** e su alcuni campi del **Juventus Training Center di Vinovo** sono presenti sistemi di sensoristica dedicati al monitoraggio dell'umidità del terreno, utilizzati a supporto delle attività di gestione agronomica.

Negli ultimi anni, inoltre, presso quattro campi del JTC Vinovo è stata introdotta la **Bermuda**, un'essenza macroterma particolarmente adatta alle alte temperature e alle condizioni climatiche del periodo estivo. Tale soluzione è stata adottata nell'ambito delle ordinarie attività di gestione delle superfici sportive.

Infine, i sistemi di irrigazione presenti nei diversi siti del Club sono gestiti tramite piattaforme di controllo remoto che consentono di aggiornare tempestivamente le programmazioni degli impianti in funzione delle condizioni meteorologiche e delle esigenze operative.

Le azioni descritte nella presente sezione si inseriscono nell'ambito delle ordinarie attività di gestione e monitoraggio della risorsa idrica del Club e sono previste in continuità anche per le stagioni successive.



E3-3 – OBIETTIVI CONNESSI ALLE ACQUE

Pur non avendo ancora formalizzato obiettivi quantitativi specifici o target di lungo periodo relativi alla gestione della risorsa idrica, l'Impact Team Facilities Management – nell'ambito del percorso **"ESG integrated"**, ha formalizzato un obiettivo dedicato alla realizzazione di uno **studio di fattibilità** finalizzato a valutare il potenziale recupero e riutilizzo delle acque delle piscine presenti presso il JTC Continassa.

L'iniziativa prevede l'analisi della fattibilità tecnica ed economica delle **possibili soluzioni di recupero**, la stima dei **volumi potenzialmente riutilizzabili** e la definizione di una possibile **roadmap di implementazione**. Le evidenze che emergeranno da tale attività contribuiranno ad approfondire la conoscenza delle opportunità legate alla gestione della risorsa idrica e rappresenteranno un primo elemento utile per la progressiva definizione di obiettivi e iniziative più strutturati in questo ambito.

Campo	Contenuto atteso
Descrizione del target	Valutare la fattibilità tecnica ed economica di soluzioni per il recupero e il riutilizzo delle acque delle piscine presenti presso il JTC Continassa, con l'obiettivo di approfondire possibili opportunità di miglioramento nella gestione della risorsa idrica.
Ambito / perimetro	Piscine presenti presso il JTC Continassa e relativi processi di gestione operativa della risorsa idrica.
Baseline	Nuovo obiettivo
Target quantitativo / qualitativo	Realizzazione di uno studio di fattibilità tecnico-economica finalizzato a: • individuare una possibile soluzione tecnica per il recupero e riutilizzo delle acque delle piscine; • stimare i volumi potenzialmente recuperabili; • definire una roadmap di eventuale implementazione; • identificare i potenziali benefici economici e ambientali attesi.
Unità di misura	Completamento dello studio di fattibilità; definizione della soluzione tecnica; stima dei volumi di acqua potenzialmente recuperabile; predisposizione della roadmap di implementazione.
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027, con avvio previsto il 1° luglio 2026 e completamento entro il **30 giugno 2027.**
Budget	Attività da sviluppare nell'ambito dei budget ordinari della funzione Facilities Management, salvo eventuali ulteriori investimenti da valutare in esito allo studio di fattibilità.
Responsabile interno	**Impact Team Facilities Management.**
Collegamento strategico	Pilastro **"Assist to Circularity"** della ***strategia ESG Black, White & More.***

L'obiettivo è presidiato dall'Impact Team Facilities Management, responsabile della realizzazione dell'iniziativa e del monitoraggio del relativo stato di avanzamento. Nel corso della stagione, il responsabile dell'Impact Team fornisce periodicamente aggiornamenti alla funzione ESG nell'ambito dei processi di monitoraggio degli obiettivi ESG del Club, consentendo di verificare il corretto avanzamento delle attività previste.

In particolare, l'avanzamento dell'iniziativa viene valutato sulla base del completamento delle principali fasi dello studio di fattibilità, tra cui la raccolta dei dati tecnici, l'analisi delle possibili soluzioni di recupero e riutilizzo delle acque, la stima dei volumi potenzialmente recuperabili e la predisposizione di una roadmap di eventuale implementazione.

Trattandosi di un obiettivo di natura qualitativa e propedeutica alla definizione di eventuali target futuri in materia di gestione della risorsa idrica, il monitoraggio si basa sul raggiungimento delle milestone progettuali previste e sul completamento dello studio entro il termine stabilito.

E3-4 – CONSUMO IDRICO

La principale voce di consumo idrico riguarda **l'irrigazione dei campi di allenamento e da gioco.** In questo ambito, è costante l'impegno nel monitoraggio dei sistemi di prelievo e distribuzione dell'acqua, al fine di individuare eventuali perdite e attuare tempestivamente le necessarie misure di manutenzione ed efficientamento. A partire dalla stagione 2022/2023 vengono rendicontate le informazioni relative ai **prelievi idrici**, con riferimento alle diverse strutture societarie. Nel corso della stagione 2025/2026 **Juventus ha prelevato complessivamente 170.551,29 metri cubi di acqua.** Inoltre, si stima che nel corso del periodo di rendicontazione, **il totale di acqua immagazzinata sia stato pari a 33.246,00 metri cubi.** Il dato fa riferimento alla quantità di acqua consumata che deriva da punti di accumulo e raccolta delle acque piovane (vasca di raccolta JHQ e laghetto artificiale JTCV).

Consumo di acqua	Unità di misura	1° luglio 2025 - 30 giugno 2026	1° luglio 2024 - 30 giugno 2025
Consumo totale di acqua	m³	203.797,29	212.315,60[14]
di cui prelevata dall'acquedotto		170.551,29	0,00
Consumo totale di acqua nelle aree a rischio idrico		0,00	0,00
Consumo totale di acqua nelle aree ad alto stress idrico		0,00	0,00
Totale acqua riciclata e riutilizzata		0,00	0,00
Acqua totale immagazzinata e variazioni nell'immagazzinamento		33.246,00	52.973,20[15]

Per la stagione 2025/2026, l'84% dei dati sui consumi idrici risulta proveniente da dati primari, mentre il restante 16% è oggetto di stime.

L'intensità idrica, calcolata come rapporto tra consumi d'acqua e ricavi, è pari a 0,0004293 m3 /€.

Consumo di acqua	Unità di misura	1° luglio 2025 - 30 giugno 2026	1° luglio 2024 - 30 giugno 2025
Consumo totale di acqua	m³	203.797,29	212.315,60
Ricavi netti	€ / 000	474.737	529.630
Rapporto di intensità idrica	m³ /€	0,0004293	0,0004009

E5 USO DELLE RISORSE ED ECONOMIA CIRCOLARE

Il tema dell'uso delle risorse e dell'economia circolare è stato integrato nella **strategia ESG** di Juventus, in particolare all'interno del pilastro **"Assist to Circularity"**. Ad oggi l'approccio del Club si concentra principalmente sul monitoraggio dei flussi in entrata dei materiali impiegati nelle attività sportive e di business e dei rifiuti generati in uscita, con l'obiettivo di **prevenire sprechi e individuare opportunità di efficientamento e riciclo.** In prospettiva, questo impegno rappresenta la base per lo sviluppo di iniziative più strutturate di economia circolare, orientate a una gestione sempre più responsabile e circolare delle risorse.

IRO-1 – DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI CONNESSI ALL'USO DELLE RISORSE E ALL'ECONOMIA CIRCOLARE

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come è stata condotta l'analisi e sui principali risultati, si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-3.

[14] Il consumo totale di acqua per la stagione 2024-25 è stato calcolato come somma dei litri di acqua prelevata dalla rete e dei litri di acqua prelevata dalla vasca di raccolta JHQ e laghetto artificiale JTCV – rilevati tramite appositi contatori.
[15] Il totale di acqua immagazzinata nella stagione 2024/2025 in via cautelativa è stato stimato essere pari al quantitativo di acqua effettivamente prelevata e utilizzata.

E5-1 – POLITICHE RELATIVE ALL'USO DELLE RISORSE E ALL'ECONOMIA CIRCOLARE

Per il Club, i principi dell'economia circolare rappresentano un'opportunità per contribuire a un futuro più sostenibile.

In coerenza con il pilastro **"Assist to circularity"** della **Strategia ESG**, Juventus **si impegna a valutare progressivamente opportunità volte a ridurre, ove tecnicamente ed economicamente sostenibile, il ricorso a materiali e risorse vergini**, favorendo l'utilizzo di materiali riciclati, recuperati o caratterizzati da un minore impatto ambientale lungo il ciclo di vita.

Per questi motivi il Club, negli anni, ha adottato diverse politiche con cui si impegna a garantire la tutela dell'ambiente rispetto all'uso delle risorse e al tema della circolarità, in particolare attraverso pratiche di approvvigionamento sempre più responsabili. Queste sono riportate all'interno del paragrafo E1 Cambiamenti climatici (ref. E1-2 Politiche relative alla mitigazione dei cambiamenti climatici).

E5-2 – AZIONI E RISORSE RELATIVE ALL'USO DELLE RISORSE E ALL'ECONOMIA CIRCOLARE

Coerentemente con quanto previsto dal pilastro "Assist to Circularity" della strategia ESG Black, White & More, Juventus monitora alcuni aspetti relativi all'utilizzo delle risorse e alla gestione dei materiali impiegati nello svolgimento delle proprie attività sportive e di business. Parallelamente, il Club promuove iniziative di sensibilizzazione rivolte ai dipendenti e agli stakeholder sui temi del corretto utilizzo delle risorse e della gestione dei rifiuti.

Nel corso della stagione 2025/2026 si segnalano, in particolare, le seguenti attività:

Gestione e monitoraggio dei rifiuti: per i quali si rimanda alla sezione E5-5.

Match day e food & beverage: nelle aree hospitality la pianificazione degli ordini di cibo e bevande viene effettuata sulla base delle previsioni di affluenza, tenendo conto di fattori quali la tipologia di evento, l'orario e il giorno della manifestazione. Le eventuali eccedenze alimentari vengono gestite dal fornitore esterno del servizio di catering e destinate al Banco Alimentare. Nelle aree hospitality e nei punti di ristoro dell'Allianz *Stadium* continua inoltre l'utilizzo di stoviglie e packaging compostabili o riciclabili in sostituzione della plastica monouso.



Gestione dei campi sportivi: lo sfalcio dell'erba derivante dalla manutenzione dei terreni di gioco viene conferito a operatori autorizzati per il successivo recupero e trattamento.

Sensibilizzazione interna: nell'ambito del pilastro strategico **Assist to Circularity,** Juventus promuove attività di coinvolgimento dei dipendenti anche attraverso la piattaforma AWorld, che mette a disposizione contenuti informativi, attività formative e strumenti dedicati alla registrazione di comportamenti individuali connessi ai temi ambientali.

Con riferimento ai sistemi di gestione, nel corso della stagione 2025/2026 le attività svolte presso l'Allianz *Stadium* e il JTC Continassa hanno continuato a essere gestite secondo procedure sviluppate nell'ambito del sistema di gestione ambientale precedentemente certificato secondo lo standard ISO 14001. Analogamente, fino alla sua scadenza avvenuta nel mese di aprile 2026, il Club ha mantenuto la certificazione ISO 20121 relativa alla gestione sostenibile degli eventi.

E5-3 – OBIETTIVI RELATIVI ALL'USO DELLE RISORSE E ALL'ECONOMIA CIRCOLARE

Nel corso della stagione 2025/2026 il Club non ha ancora formalizzato obiettivi quantitativi di lungo periodo o target specifici in materia di uso delle risorse ed economia circolare pienamente allineati ai requisiti dell'ESRS E5. Tuttavia, in coerenza con i sistemi di gestione ambientale certificati ISO 14001 e ISO 20121, Juventus ha definito obiettivi operativi che hanno riguardato anche la gestione delle risorse.

Inoltre, nell'ambito del percorso "ESG integrated", nel corso della stagione sono stati formalizzati interventi relativi alla gestione delle superfici sportive, alla raccolta e gestione dei rifiuti plastici e alla riduzione dell'utilizzo di materiali monouso nei servizi di caffetteria.

Obiettivo 1 | Compattazione plastica – Training Center Vinovo

Campo	Contenuto atteso
Descrizione del target	Valutare l'introduzione di sistemi di compattazione on-site per la gestione degli elevati volumi di plastica prodotti presso il Training Center di Vinovo, al fine di migliorare l'organizzazione della raccolta e del conferimento dei rifiuti.
Ambito / perimetro	Juventus Training Center Vinovo.
Baseline	Nuovo obiettivo
Target quantitativo / qualitativo	Completamento di un'analisi tecnico-economica finalizzata a valutare la fattibilità dell'introduzione di sistemi di compattazione della plastica e a stimarne gli effetti operativi.
Unità di misura	Completamento dell'analisi tecnico-economica; stima della quantità di plastica potenzialmente intercettata e compattata; stima della riduzione dei ritiri necessari; valutazione degli effetti economici e ambientali attesi.
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027 (chiusura al 30 giugno 2027).
Budget	Attività realizzata nell'ambito dei budget ordinari della funzione Facilities Management.
Responsabile interno	Impact Team Green Management.
Collegamento strategico	Pilastro **Assist to Circularity.**

Obiettivo 2 | Gestione delle superfici sportive

Campo	Contenuto atteso
Descrizione del target	Valutare e implementare interventi finalizzati all'evoluzione dei materiali utilizzati nei terreni di gioco del Club, anche in previsione delle future evoluzioni normative di settore.
Ambito / perimetro	Allianz *Stadium* e Juventus Training Center Vinovo.
Baseline	Nuovo obiettivo.
Target quantitativo / qualitativo	Realizzazione degli interventi previsti per la stagione 2026/2027, inclusa la sostituzione dell'intaso del Campo 7 del JTC Vinovo con materiale organico/vegetale e la conversione di due aree di warm-up dell'Allianz *Stadium* da superficie sintetica a naturale.
Unità di misura	Numero di campi o superfici interessate dagli interventi; metri quadrati di superfici convertite o riqualificate; avanzamento del programma di sostituzione degli intasi sintetici.
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027 (chiusura al 30 giugno 2027).
Budget	Attività realizzata nell'ambito dei budget ordinari della funzione Green Management.
Responsabile interno	Impact Team Facilities Management.
Collegamento strategico	Pilastro **Assist to Circularity.**

Obiettivo 3 | Riduzione dell'utilizzo di plastica monouso nei servizi di caffetteria

Campo	Contenuto atteso
Descrizione del target	Integrare criteri di gestione delle risorse nei servizi di caffetteria del Club attraverso il monitoraggio dei consumabili utilizzati e la valutazione di possibili soluzioni alternative ai materiali monouso attualmente impiegati.
Ambito / perimetro	Servizi di caffetteria e distributori automatici presenti nelle sedi del Club.
Baseline	Nuovo obiettivo
Target quantitativo / qualitativo	Adesione al programma Rivending per la raccolta dei bicchieri delle vending machine, monitoraggio dei consumabili utilizzati nei servizi di caffetteria e avvio di un confronto con i partner di riferimento per valutare possibili soluzioni evolutive.
Unità di misura	Numero di bicchieri conferiti nel circuito Rivending; disponibilità di dati quantitativi sui consumabili utilizzati; monitoraggio dei flussi di materiale e delle relative modalità di smaltimento.
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027 (chiusura al 30 giugno 2027).
Budget	Attività sviluppata nell'ambito dei budget ordinari della funzione People Services.
Responsabile interno	Impact Team People Services.
Collegamento strategico	Pilastri **Assist to Circularity** ed **Emissions in the Corner.**



Ciascun obiettivo è presidiato dal relativo Impact Team, responsabile della realizzazione delle iniziative previste e del monitoraggio del relativo stato di avanzamento. Nel corso della stagione, il responsabile dell'Impact Team fornisce periodicamente aggiornamenti alla funzione ESG nell'ambito dei **processi di monitoraggio degli obiettivi ESG del Club**, consentendo di verificare il corretto avanzamento delle attività previste e di identificare eventuali criticità o azioni correttive.

L'avanzamento delle iniziative viene valutato sulla base delle unità di misura e degli indicatori definiti per ciascun obiettivo, quali il completamento delle analisi previste, la realizzazione degli interventi programmati, il numero di superfici interessate dagli interventi, i quantitativi di materiale monitorati o raccolti e la disponibilità di dati utili a supportare future decisioni in materia di utilizzo delle risorse ed economia circolare.

Poiché gli obiettivi attualmente definiti sono prevalentemente di natura operativa e funzionali alla progressiva strutturazione di un sistema di target quantitativi più maturo, **la valutazione dell'efficacia delle azioni si basa principalmente sul raggiungimento delle milestone previste** e sul completamento delle attività programmate entro la stagione 2026/2027. Le evidenze raccolte contribuiranno inoltre alla definizione di obiettivi quantitativi e target di più lungo periodo nell'ambito della roadmap ambientale del Club. In linea con quanto descritto nella sezione E1-4, la definizione di obiettivi più strutturati e misurabili in materia di utilizzo delle risorse e circolarità costituirà inoltre uno degli ambiti di lavoro della roadmap ambientale la cui implementazione è prevista a partire dalla stagione 2026/2027.

E5-4 – FLUSSI DI RISORSE IN ENTRATA

Nello svolgimento delle proprie attività sportive e di business, Juventus utilizza diverse tipologie di materiali, prodotti e consumabili necessari al funzionamento delle proprie strutture e all'erogazione dei servizi. Tali risorse vengono impiegate nei principali siti del Club:

- Juventus Headquarter;
- Juventus Training Center Continassa;
- Juventus Training Center Vinovo;
- J Hotel;
- Allianz *Stadium*.



MATERIALE SPORTIVO

Le risorse impiegate nell'ambito dell'attività sportiva della Prima Squadra maschile e femminile, della Next Gen, dell'Under 19 e delle altre formazioni del settore giovanile comprendono principalmente alimenti, indumenti sportivi, palloni, accessori tecnici, attrezzature per l'allenamento e macchinari per la preparazione atletica.

Una parte del materiale sportivo non più utilizzato nelle attività del Club viene destinata a **organizzazioni del Terzo Settore e ad associazioni del territorio**, tra cui, a titolo esemplificativo, Punto Luce di Save the Children Torino, ASD Nessuno Escluso, Villa Sole S.C.S., SERMIG e Croce Rossa.

Per la gestione e manutenzione delle superfici sportive vengono inoltre utilizzati fertilizzanti, fitosanitari, sementi e sabbia. Nell'ambito delle attività di gestione agronomica, il Club utilizza differenti tecnologie e prodotti specialistici, tra cui macchine UVC, ventilatori, concimi a lenta cessione e biostimolanti ammessi in agricoltura biologica.

MATERIALI PER EVENTI MATCH DAY E NO-MATCH DAY

Le attività svolte presso l'Allianz *Stadium* richiedono l'impiego di materiali destinati alla gestione del campo, degli spogliatoi, delle aree hospitality, delle tribune, dei punti ristoro e dei servizi di intrattenimento. Tra questi rientrano, ad esempio, materiali per le coreografie, prodotti per la pulizia e materiali di supporto agli eventi. Per le coreografie vengono utilizzati materiali conformi ai requisiti tecnici e di sicurezza applicabili, inclusi i requisiti di reazione al fuoco ove richiesti. Nell'ambito degli allestimenti temporanei, il Club ricorre, ove compatibile con le esigenze operative dell'evento, a materiali e strutture noleggiate, in luogo dell'acquisto dedicato.

J HOTEL

Le principali risorse utilizzate dal J Hotel comprendono alimenti, bevande, stoviglie, tovagliato, biancheria da camera e prodotti destinati alle attività di pulizia e gestione della struttura. Per alcune categorie di materiali non è stato possibile riportare nella presente Rendicontazione una stima del peso complessivamente utilizzato nel periodo di riferimento.

Nella tabella sono rappresentati i materiali e i prodotti in entrata, costituiti dal 84,26% da materiali biologici e dal 15,74% da materiali tecnici. Per i materiali tecnici sono presenti allestimenti pari a 1.610 mq e per i materiali biologici le bevande del servizio mensa pari a 465.773 litri.

Tipologia acquisti[16]	Unità di misura	Quantità 2025/2026	Quantità 2024/2025
MATERIALI TECNICI			
ABBIGLIAMENTO SPORTIVO	kg	16.858,23	18.705
COREOGRAFIA	kg	2.050,00	3.078,2
ALLESTIMENTI (in mq)	mq	1.610,00	1.680
SERVIZIO PULIZIA E LAVANDERIA	kg	400.039,32	446.673
MATERIALI BIOLOGICI			
GESTIONE DEL VERDE	kg	1.487.832,00	1.508.757
CIBO SERVIZIO RISTORANTE/MENSA	kg	297.262,25	285.617
BEVANDE SERVIZIO MENSA	lt	465.773,00	472.126

Considerando la natura del proprio business, Juventus non possiede dati puntuali riguardo la proporzione di materiali secondari o riutilizzati impiegati nell'erogazione dei propri servizi.

La Società ha optato per la pubblicazione di una **tabella che riassumesse le principali tipologie di risorse in entrata**; i materiali non sono suddivisi tra tecnici e biologici, ma raggruppati in voci più specifiche.

Nella voce "Cibo servizio ristorante/mensa" sono compresi: carne rossa e bianca, pesce, formaggio, uova, yogurt, farina, cereali, cioccolato, verdura, frutta, riso, pasta, pane, dessert, caffè. Alla voce "Bevande servizio mensa" rientrano: acqua, soft drinks, latte, olio, birra e vino.

Sono stati esclusi, per mancanza di dati puntuali, gli imballaggi, le attrezzature mediche e i prodotti per la gestione della piscina (cloro e acido).

Nel rispetto dei propri principi di responsabilità ambientale, la Società ha prediletto fornitori di servizi di pulizia che utilizzano processi, materiali e prodotti sostenibili.

A titolo esemplificativo, **Samsic Italia**, fornitore dei servizi di pulizia presso le strutture del Club, è dotata di numerose certificazioni relative ai sistemi di gestione della qualità, dell'ambiente, della salute e sicurezza, dell'energia, della diversità e inclusione, della responsabilità sociale e dell'etica aziendale, tra cui:

- ISO 9001;
- ISO 14001;
- ISO 45001;
- Ecolabel EU;
- UNI/PdR125;
- SA8000
- Ecovadis Gold;
- ISO 27001;
- LEED O+M Gold;
- UNI 11352;
- ISO 50001;
- ISO 30415;
- ISO 37001;
- Rating Legalità 3 stelle;
- SOA OG1 - OG11;
- F-GAS

In particolare, il servizio di pulizia erogato presso i siti Juventus è certificato **Ecolabel EU** e prevede l'utilizzo di prodotti conformi a criteri ambientali riconosciuti a livello europeo, tra cui detergenti certificati secondo i requisiti stabiliti dalla Decisione (UE) 2017/1217 e dalla norma UNI EN ISO 14024.

La collaborazione tra Juventus e Samsic Italia si estende inoltre ad aspetti di carattere sociale. Nel corso del 2026, Samsic Italia ha ricevuto l'**Employer Branding Award (EBA) 2026** nella categoria *Diversity & Inclusion* per un progetto di inserimento lavorativo rivolto a persone migranti, sviluppato nell'ambito di diversi appalti di pulizia, tra cui quello relativo alle strutture Juventus. Tale esperienza rappresenta un esempio di collaborazione tra committente e fornitore anche su temi legati all'inclusione, alla valorizzazione delle persone e alla responsabilità sociale d'impresa.

[16] I quantitativi dei materiali acquistati riportati in tabella, riflettono una raccolta dati puntuale per ciascuna sede. Risultano esclusi dal calcolo quei materiali per i quali non sono disponibili gli specifici pesi o volumi, ad eccezione delle cialde di caffè per le quali è stato stimato un peso unitario pari a 5,3 g. Inoltre, per i detergenti liquidi utilizzati presso il JHotel è stata stimata una densità pari a 0,96 kg/l.

E5-5 – FLUSSI DI RISORSE IN USCITA

Coerentemente con il pilastro "Assist to Circularity" della strategia ESG Juventus adotta alcune pratiche finalizzate a favorire il riutilizzo e la valorizzazione dei materiali, con particolare riferimento alle attività legate agli eventi. In particolare,

AL TERMINE DELLE GIORNATE DI MATCH DAY, LE ECCEDENZE ALIMENTARI PROVENIENTI DALLE AREE HOSPITALITY E DAI PUNTI DI RISTORO VENGONO GESTITE DAL FORNITORE DEL SERVIZIO DI CATERING E DONATE AL BANCO ALIMENTARE DI TORINO.

Sia nell'ambito delle attività sportive che in quelle di business, **Juventus gestisce diverse tipologie di rifiuti**, in particolare durante gli eventi di match day. Operando in un settore di servizi, la maggior parte delle risorse in ingresso viene impiegata durante le attività, trasformandosi successivamente in rifiuti. Questa dinamica evidenzia l'importanza di un'efficace gestione dei rifiuti, soprattutto in occasione di eventi di grande affluenza.

IN TUTTI I SITI DEL CLUB VIENE EFFETTUATA LA RACCOLTA DIFFERENZIATA.

Attraverso il sistema di gestione ambientale ISO 14001, **la Società monitora la produzione di rifiuti, garantendone un corretto smaltimento.** La procedura distingue la gestione dei rifiuti pericolosi dai non pericolosi. I rifiuti sono principalmente[17] urbani e gestiti dalle municipalizzate locali: sulla base di ciò si è definita la destinazione della tipologia di rifiuto (attualmente non è disponibile un sistema di misurazione continuativa per peso e tipologia dei rifiuti: aspetto che rappresenta una potenziale area di miglioramento). Nel dettaglio:

- rifiuti indifferenziati: destinati a termovalorizzatore[18] (incenerimento con recupero energetico);
- carta, vetro e plastica: riciclati;
- rifiuti organici: gestiti tramite digestione aerobica e anaerobica[19];
- rifiuti pericolosi: legati ai rifiuti sanitari/medici e a parte della manutenzione del verde.

I rifiuti pericolosi prodotti dall'area sportiva consistono principalmente in residui di materiali sanitari contaminati (aghi, cerotti, garze, fasciature). Al termine delle partite, presso lo stadio, lo staff medico raccoglie tali rifiuti in eco-box conformi alla normativa; i sacchetti PVC sono sigillati, pesati e collocati nel deposito temporaneo dedicato. Entro i tempi previsti, la ditta specializzata incaricata provvede al ritiro, trasporto e conferimento presso impianti autorizzati. Procedura applicata sistematicamente allo stadio e, con tempistiche specifiche, anche negli altri siti del Club che producono rifiuti sanitari analoghi.

Grazie al Life Cycle Assessment effettuato a cavallo delle stagioni 2024/2025 e 2025/2026 è stato possibile effettuare analisi campionarie sulla composizione merceologica dei rifiuti, individuando aree a maggior impatto e possibili azioni correttive (potenziamento contenitori e segnaletica). Di seguito la tabella riepilogativa dei rifiuti prodotti (in tonnellate) da Juventus:

[17] Si specifica che i rifiuti sono classificati come urbani esclusivamente per le sedi amministrative, in quanto tali sedi presentano il MUD; resta esclusa l'area sportiva (Allianz *Stadium*, JTCC e JTCV).
[18] http://www.cittametropolitana.torino.it/cms/ambiente/rifiuti/osservatorio-rifiuti/rifiuti-urbani-residui/?utm
[19] https://www.eduiren.it/it/visita/visita-gli-impianti/impiianto-forsu-di-gavassa.html

Rifiuti generati (ton)[20]	1° luglio 2025 - 30 giugno 2026	1° luglio 2024 - 30 giugno 2025
RIFIUTI PERICOLOSI		
destinati allo smaltimento	2,22	1,27
Altre operazioni di smaltimento	*2,22*	*1,27*
Totale rifiuti pericolosi	**2,22**	**1,27**
RIFIUTI NON PERICOLOSI		
non destinati allo smaltimento	2.259,79	2.373
Riciclo	*2.259,79*	*2.373*
destinati allo smaltimento	1.239,18	1.293,4
Incenerimento (con recupero di energia)	*534,32*	*597,4*
Altre operazioni di smaltimento	**704,86**	**696**
Totale rifiuti non pericolosi	**3.498,97**	**3.666**
TOTALE	**3.501,19**	**3.667,3**

Il **totale di rifiuti**[21] generati da Juventus per la stagione 2025/2026 **è risultato pari a 3.501,19 tonnellate**, circa il 4,53% in meno rispetto alla scorsa stagione.

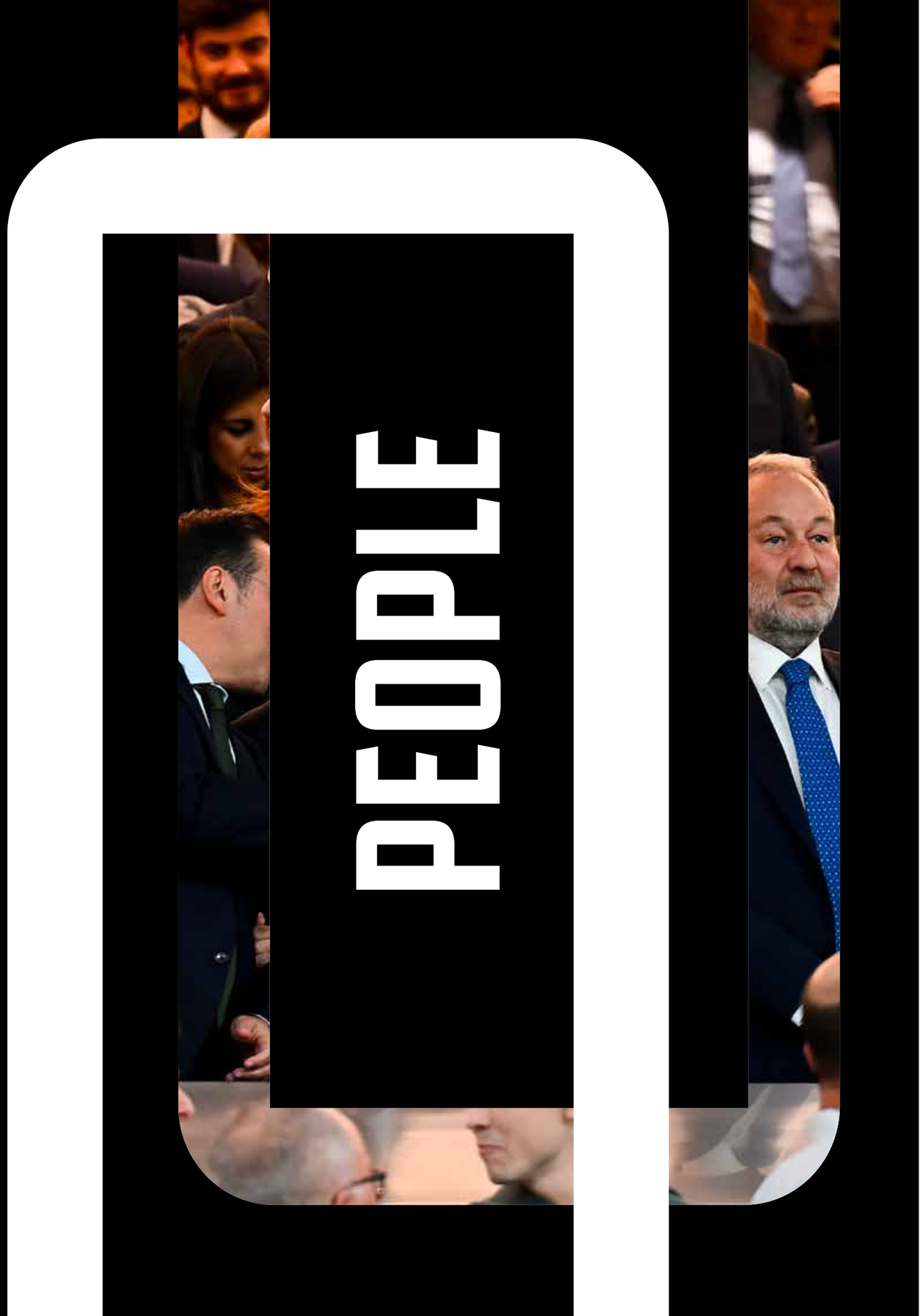
La quantità di rifiuti non riciclati è pari a 1.241,41 ton (35,46% dei rifiuti totali generati).

- Di questi, una percentuale inferiore all'1% è relativa a rifiuti pericolosi smaltiti secondo la legge.
- 534,32 ton di rifiuti non pericolosi sono stati destinati all'incenerimento con recupero di energia; i restanti 704,86 ton sono stati smaltiti tramite altre operazioni.
- La Società non genera rifiuti radioattivi.

Rifiuti	Unità di misura	1° luglio 2025 - 30 giugno 2026	1° luglio 2024 - 30 giugno 2025
Totale rifiuti pericolosi generati	Tons	2,22	1,27
Totale rifiuti radioattivi generati	Tons	0	0



[20] In assenza di dati puntuali, i quantitativi di rifiuti di JTCC, JTCV e JHQ sono stati stimati sulla base del peso tipico del carrellato ritirato dal fornitore del servizio, moltiplicato per il numero di ritiri effettuati nel corso dell'anno.
[21] Nell'ambito della metodologia di rendicontazione è stata considerata una stima dei rifiuti prodotti in occasione dei concerti.



INFORMAZIONI SOCIALI (S1)

S1 FORZA LAVORO PROPRIA

In Juventus le persone sono il motore del Club. Con competenze, passione e spirito di squadra, le persone contribuiscono ogni giorno ad affrontare le sfide di un contesto internazionale sempre più dinamico. La forza di Juventus risiede nella capacità di interpretare l'evoluzione delle preferenze e delle esigenze delle persone e creare valore per tifosi, partner e comunità, grazie al lavoro corale di chi opera con dedizione in ogni area del Club, dentro e fuori dal campo.

PEOPLE FIRST

IL PILASTRO "PEOPLE FIRST" DELLA STRATEGIA NASCE DALLA CONSAPEVOLEZZA – E DALLA CONVINZIONE – CHE LA SOSTENIBILITÀ NON SIA UN ONERE ESCLUSIVO DI UN TEAM DEDICATO, MA UNA RESPONSABILITÀ CONDIVISA DA OGNI PERSONA ALL'INTERNO DELL'ORGANIZZAZIONE.

Ogni team, ogni ruolo, ogni individuo può generare un impatto in ambito ambientale e sociale. Ne consegue che il successo della **Strategia ESG** non dipende solo dalle azioni del team dedicato, ma – soprattutto – dall'agire quotidiano di ogni persona del Club, dal suo allineamento alla strategia e ai valori che essa incarna.

A livello organizzativo, questa visione ha trovato una concreta attuazione nel luglio 2023, quando

LA SOCIETÀ HA COMPIUTO UNA SCELTA STRATEGICA: L'INTEGRAZIONE DEL TEAM ESG ALL'INTERNO DELLA DIREZIONE PEOPLE & CULTURE (OGGI "PEOPLE, CULTURE & ESG"), UNA DECISIONE CHE RIFLETTE LA VOLONTÀ DI RENDERE I PRINCIPI DI SOSTENIBILITÀ PARTE INTEGRANTE DEL LAVORO QUOTIDIANO TUTTE LE PERSONE DEL CLUB.

Maggiori informazioni in merito alla governance della sostenibilità in Juventus sono disponibili all'interno del capitolo "Informazioni generali" (par. "La governance della sostenibilità").

SBM-2 – INTERESSI E OPINIONI DEI PORTATORI D'INTERESSI

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come sono state condotte le attività di coinvolgimento degli stakeholder si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-2.

SBM-3 – IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come è stata condotta l'analisi e sui principali risultati, si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-3.

S1-1 – POLITICHE RELATIVE ALLA FORZA LAVORO PROPRIA

Il Club ha adottato, negli anni, diverse politiche volte a garantire un ambiente di lavoro inclusivo, sicuro e rispettoso, in linea con le migliori pratiche internazionali e le normative vigenti[22]. Queste politiche coprono diversi aspetti, tra cui la salute e la sicurezza, la qualità dei servizi nel settore medico e i criteri di diversità. Attraverso l'implementazione delle stesse, Juventus si impegna nel creare un clima di fiducia e collaborazione, valorizzando la diversità e prevenendo qualsiasi forma di discriminazione. In questo contesto,

IL CLUB NON SOLO MIRA A SODDISFARE LE ESIGENZE DEI PROPRI DIPENDENTI, MA ASPIRA ANCHE A COSTRUIRE UNA CULTURA AZIENDALE SOLIDA E SOSTENIBILE, CAPACE DI AFFRONTARE LE SFIDE FUTURE CON DETERMINAZIONE E RESPONSABILITÀ.

Alla base di tutte le Politiche di seguito citate c'è il **Codice Etico** (si veda il capitolo "Informazioni di governance") che stabilisce i principi e valori che caratterizzano la cultura d'Impresa e che guidano il rapporto con le risorse umane.



[22] Nel corso del periodo di rendicontazione non risultano presenti gruppi di lavoratori particolarmente a rischio di vulnerabilità.

POLICY PEOPLE FIRST E CERTIFICAZIONE UNI PDR 125:2022

Diversità e inclusione sono elementi fondanti dei regolamenti, procedure e policy che definiscono l'agire della Società, a livello degli organi sociali e di popolazione aziendale. A conferma di questo impegno, il Codice Etico del Club sancisce la posizione di Juventus contro ogni forma di discriminazione incluse quella sociale, di razzismo, di xenofobia, di intolleranza. Il club si impegna dunque ad evitare ogni discriminazione dalle proprie condotte e a rispettare, nelle relazioni con i propri stakeholder, le differenze di età, genere, orientamento e identità sessuale, etnia, religione, stato di salute, appartenenza politica e sindacale, lingua o diversa abilità.

AD APRILE 2025, JUVENTUS HA PUBBLICATO LA POLICY "PEOPLE FIRST", UN DOCUMENTO PROGRAMMATICO CON CUI IL CLUB RIBADISCE IL PROPRIO IMPEGNO NEL METTERE LE PERSONE AL CENTRO, DENTRO E FUORI DAL CAMPO.

La policy, sotto la responsabilità della *Chief People, Culture & ESG Officer*, tutela i diritti e la dignità delle persone, contrastando discriminazione e violenza, e promuovendo attivamente diversità, inclusione, parità di genere e accessibilità.

Con **People First**, Juventus si propone di assicurare pari opportunità, favorendo un contesto in cui ogni individuo possa sentirsi accolto, valorizzato e parte integrante della comunità bianconera. Il calcio viene così concepito come uno spazio aperto, senza barriere, in cui educare atleti, dipendenti e tifosi all'uso di un linguaggio rispettoso e alla condivisione di valori comuni.

La policy prevede regole chiare contro ogni comportamento discriminatorio, processi equi e trasparenti di selezione e gestione del personale, percorsi formativi periodici, controlli interni. A ciò si aggiungono progetti volti a migliorare l'accessibilità degli stadi, la promozione del calcio femminile e la collaborazione con realtà sociali del territorio.

La policy si applica a tutte le persone che entrano in contatto con Juventus: dipendenti, atleti, tifosi, partner, fornitori e membri della community.

A dimostrazione che i principi della policy non restano solo sulla carta, Juventus li traduce in iniziative concrete e in strumenti di monitoraggio e governance. In tal senso,

IL RINNOVO DELLA CERTIFICAZIONE UNI/PDR 125:2022 PER LA PARITÀ DI GENERE, OTTENUTO DA JUVENTUS NEL GIUGNO 2026 A SEGUITO DI AUDIT CONDOTTO DA BUREAU VERITAS, RAPPRESENTA UNA CONFERMA DEL PERCORSO INTRAPRESO DAL CLUB PER LA PROMOZIONE DI UN AMBIENTE DI LAVORO EQUO E INCLUSIVO. IN OCCASIONE DEL RINNOVO, IL PUNTEGGIO COMPLESSIVO CONSEGUITO È PASSATO DA 74/100 A 78/100, EVIDENZIANDO UN MIGLIORAMENTO RISPETTO ALLA PRECEDENTE CERTIFICAZIONE OTTENUTA NEL GIUGNO 2025.

La **UNI/PdR 125:2022**, riconosciuta a livello nazionale come riferimento per la parità di genere, attesta l'adozione da parte di Juventus di un sistema strutturato di gestione del tema, basato su indicatori oggettivi relativi ad ambiti quali opportunità di carriera, equità retributiva, work-life balance, tutela della genitorialità e cultura inclusiva. Juventus continuerà a monitorare e migliorare le proprie performance in materia, con l'obiettivo di consolidare una cultura organizzativa che valorizzi pienamente ogni persona.

RECRUITMENT & ONBOARDING POLICY

Tra le politiche adottate da Juventus per garantire una gestione strutturata e coerente della propria forza lavoro, un ruolo centrale è svolto dalla **Recruitment & Onboarding Policy**, che disciplina i processi di attrazione, selezione e inserimento del personale con contratto di lavoro subordinato. La procedura, sotto la responsabilità della *Chief People, Culture & ESG Officer*, definisce principi, responsabilità e modalità operative condivise, con l'obiettivo di assicurare un processo efficace, trasparente e inclusivo, offrendo un'esperienza coerente con i valori e la cultura del Club.

Per Juventus, il recruitment rappresenta molto più di un processo di selezione: è il primo momento di contatto tra il Club e le persone che ne entreranno a far parte e costituisce una leva strategica per costruire la cultura organizzativa del futuro. Attraverso un approccio fondato su meritocrazia, inclusione, trasparenza e valorizzazione del potenziale, il Club intende attrarre professionisti che, oltre alle competenze tecniche, condividano i valori, la visione e l'ambizione di contribuire al successo dell'organizzazione.

In un mercato del lavoro sempre più competitivo, Juventus considera l'attrattività come un elemento fondamentale per attrarre e fidelizzare i migliori talenti. Per questo motivo ha sviluppato **Black, White & You**, la propria *Employer Value Proposition*, che sintetizza l'esperienza offerta alle persone lungo l'intero ciclo di vita professionale all'interno del Club.



L'EMPLOYER VALUE PROPOSITION DI JUVENTUS SI SVILUPPA ATTRAVERSO QUATTRO PILASTRI COMPLEMENTARI.

Il pilastro **Reward** valorizza un sistema di Total Reward competitivo, che comprende una politica retributiva equa, sistemi di incentivazione di breve e lungo termine, welfare aziendale, coperture assicurative e iniziative a supporto del benessere economico delle persone.

Body & Mind raccoglie tutte le iniziative dedicate al benessere fisico e psicologico, dai programmi di prevenzione ai percorsi dedicati alla salute mentale, fino alle attività sportive e ai servizi messi a disposizione delle persone.

Il pilastro **Pride & Impact** mira a rafforzare il senso di appartenenza attraverso modalità di lavoro flessibili, esperienze esclusive all'interno del mondo Juventus, iniziative dedicate alle famiglie e occasioni di condivisione della cultura del Club.

Infine, **Growth** rappresenta l'impegno di Juventus nello sviluppo continuo delle competenze, attraverso programmi di formazione, coaching, mobilità interna, Talent Management Programme e percorsi di crescita professionale personalizzati.

Questa proposta di valore rappresenta il riferimento attraverso cui Juventus intende attrarre, coinvolgere e fidelizzare le proprie persone, offrendo un'esperienza che accompagna ogni fase dell'employee journey.

RECRUITMENT

Juventus adotta un processo di selezione basato su meritocrazia, equità, inclusione e valutazioni oggettive, volto a individuare i candidati più adatti per competenze, potenziale e allineamento culturale. Il percorso, trasparente e strutturato, coinvolge progressivamente *People Partner*, *Hiring Manager* e, ove previsto, *Leadership Team*, attraverso colloqui e strumenti di assessment che garantiscono una valutazione condivisa e multidimensionale. **Nella stagione 2025/2026** questo approccio è stato esteso anche ad alcune figure dell'Area Sportiva, introducendo processi selettivi innovativi e meritocratici per ruoli specialistici. Parallelamente, il Club promuove inclusione e ampliamento del bacino di talenti attraverso collaborazioni con università e realtà del territorio, come il progetto MagazziniOz di CasaOz, che ha favorito l'inserimento stabile di una persona con disabilità all'interno dell'organizzazione.

ONBOARDING EXPERIENCE

Per Juventus, l'onboarding rappresenta una fase strategica dell'esperienza delle persone, finalizzata a favorire una rapida integrazione nel contesto organizzativo, accelerare l'efficacia nel ruolo e rafforzare il senso di appartenenza al Club. Attraverso un percorso strutturato che combina momenti di scoperta della cultura e dell'ecosistema Juventus con iniziative di inserimento specifiche per il ruolo, **il Club accompagna i nuovi ingressi lungo tutto il processo di integrazione**.

Ulteriori dettagli relativi ai programmi di onboarding e sviluppo delle persone sono riportati nella sezione S1-2.

INTERNAL MOBILITY

Juventus considera la crescita professionale delle proprie persone una priorità strategica. Per questo motivo, dal 2022, promuove un sistema continuativo di **Internal Job Posting**, che offre a tutti i collaboratori la possibilità di candidarsi alle posizioni aperte all'interno del Club.

L'iniziativa nasce dalla convinzione che lo sviluppo delle persone possa realizzarsi non solo attraverso progressioni verticali, ma anche mediante esperienze trasversali, job rotation e cambi di ruolo, valorizzando aspirazioni individuali, competenze e potenziale in coerenza con le esigenze organizzative.

Le candidature interne vengono valutate attraverso il medesimo processo previsto per i candidati esterni e partecipano a tutte le fasi della selezione. Qualora emergano limitati gap di competenze rispetto ai requisiti del ruolo, Juventus accompagna il percorso di inserimento attraverso iniziative formative dedicate e percorsi di sviluppo personalizzati, favorendo una crescita sostenibile e di lungo periodo.



POLITICA DI REMUNERAZIONE (TOTAL REWARD FRAMEWORK)

La predisposizione, l'approvazione e l'attuazione della **Politica di Remunerazione** coinvolge, ciascuno per quanto di propria competenza, i seguenti organi e soggetti:

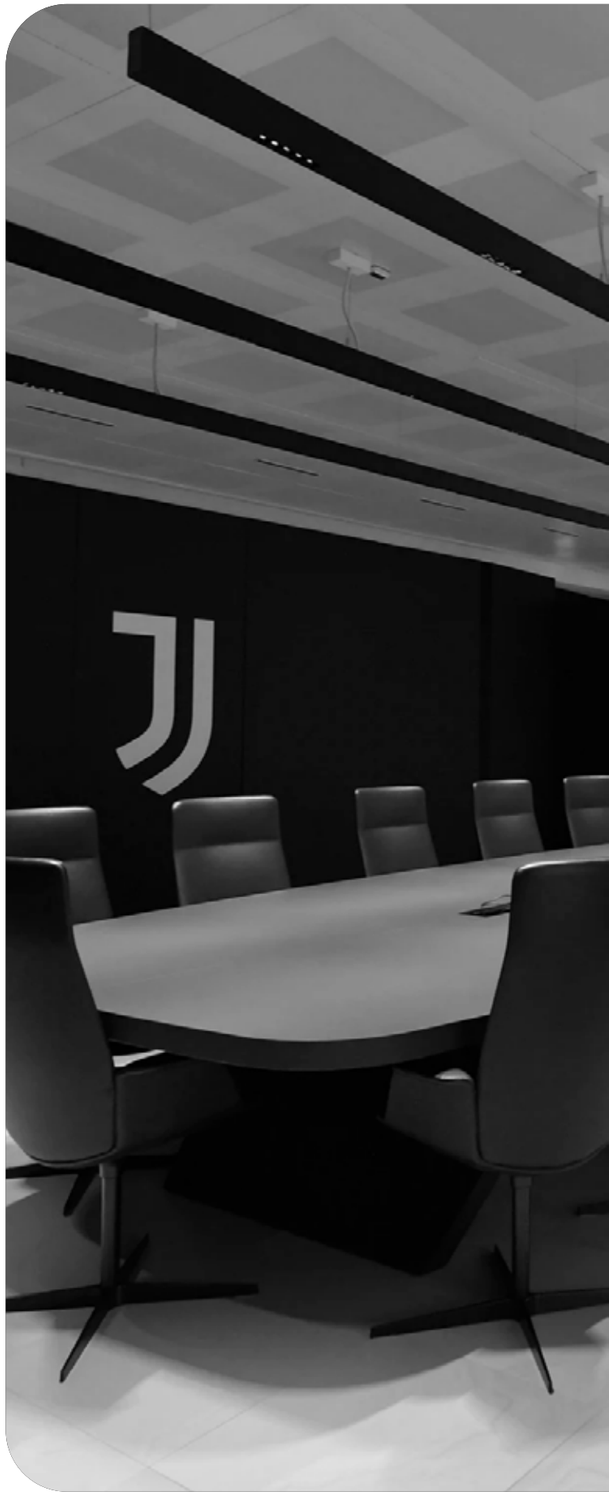
- il Consiglio di Amministrazione;
- il Comitato per le Nomine e la Remunerazione;
- l'Assemblea degli Azionisti;
- il Collegio Sindacale;
- la società di revisione.

In particolare, la Politica di Remunerazione è preliminarmente sottoposta all'approvazione del Consiglio di Amministrazione da parte del Comitato per le Nomine e la Remunerazione. Nella redazione della stessa, il Comitato per le Nomine e la Remunerazione coinvolge il Dipartimento People, Culture & ESG, anche con l'obiettivo di raccogliere i dati di mercato in termini di prassi, politiche e benchmarking, assicurare la compliance normativa e migliorare l'elaborazione della politica stessa e, dove necessario, anche esperti indipendenti in materia. Inoltre, sempre il Dipartimento People, Culture & ESG, attraverso la funzione ESG, elabora e sottopone ai competenti organi aziendali proposte relative agli obiettivi di performance ESG da includere nei sistemi di incentivazione variabile.

La Società nel 2022 ha adottato un sistema di remunerazione per il personale Corporate e Area Football non rientranti nei ruoli "on-field" denominato **Total Reward Framework**, orientato ai bisogni e alle motivazioni delle risorse, definendo un insieme di strumenti che consentono di delineare strategie di reward calibrate e coerenti rispetto ai diversi cluster di popolazione aziendale, nell'ambito di una struttura unica, equa e trasparente.

In particolare, il Total Reward Framework si innesta su un sistema di c.d. **"banding"**, che segmenta i ruoli aziendali in 8 diverse fasce (cosiddette bande), ovvero classi di posizione contigue, valutate secondo la metodologia **International Positioning Evaluation (IPE)** di Mercer, che rappresentano ruoli coerenti in termini di responsabilità, livello di complessità gestita e livello di impatto sui risultati aziendali.

Il sistema di banding rappresenta l'asse portante a cui sono collegati i processi di gestione, di reward e sviluppo delle risorse. Il Total Reward Framework si compone: (i) della **remunerazione fissa**, (ii) del **Piano STI**, rappresentato da una componente monetaria incentivante annuale di breve periodo destinata, inter alia, all'Amministratore Delegato e ai dirigenti con responsabilità strategiche, (iii) del **Piano LTI**, rappresen-



tato da una componente di incentivo di lungo termine derivante da un piano basato su strumenti finanziari, destinata, nel suo primo e secondo ciclo di attribuzione, ad un gruppo selezionato di risorse chiave, ivi inclusi l'Amministratore Delegato e i dirigenti con responsabilità strategiche e altri prestatori di lavoro con ruoli strategici della Società o di società controllate, e (iv) di taluni benefit e servizi accessori.

CON RIFERIMENTO ALL'ESERCIZIO 2025/2026, IN ENTRAMBI I SISTEMI DI INCENTIVAZIONE SIA DI BREVE CHE DI LUNGO TERMINE ALL'INTERNO DELLE RISPETTIVE SCORECARD SONO STATI INSERITI DEI KPI DI NATURA ESG.

Nello specifico per quanto riguarda il Piano STI strutturato con un'unica scorecard, composta da tre macro-obiettivi: un KPI di carattere economico-finanziario, KPI strategici per ogni funzione e un KPI ESG, quale obiettivo individuale riferito a parametri di sostenibilità ambientale, individuato in linea con l'ESG Strategy & Framework della Società e sul quale il Comitato ESG della Società ha espresso il proprio parere favorevole. In particolare,

RISPETTO ALL'ESERCIZIO 2024/2025, IN CUI ERA PREVISTO UN KPI DI NATURA "ENVIRONMENTAL", PER IL 2025/2026 SI È OPTATO PER TEMI "SOCIAL" (PILASTRO «PEOPLE FIRST») BASATO SULLA PARTECIPAZIONE ATTIVA A INIZIATIVE AZIENDALI DI WELL- BEING (FISICHE, MENTALI, PREVENTIVE) DA PARTE DEI DESTINATARI DEL PIANO STI.

Nel Piano STI la componente ESG ha un peso del 10% sulla remunerazione totale.

Anche nel Piano LTI che ha durata pluriennale (fino al 31 dicembre 2029) ed è suddiviso nei seguenti tre periodi di vesting, secondo una logica di attribuzione c.d. rolling: (i) 1° luglio 2024 – 30 giugno 2027; (ii) 1° luglio 2025 – 30 giugno 2028; e (iii) 1° luglio 2026 – 30 giugno 2029, in particolare è previsto che i diritti attribuiti giungono a maturazione qualora siano raggiunti specifici obiettivi economico-finanziari, di rendimento del titolo e ESG. Nel Piano LTI la componente ESG ha un peso del 15% sulla remunerazione totale con riferimento al primo ciclo di assegnazione e ha un peso del 10% con riferimento al secondo ciclo di assegnazione.

L'OBIETTIVO BASATO SULL'ESG KPI È STATO INDIVIDUATO NELL'OTTENIMENTO E MANTENIMENTO DELLA CERTIFICAZIONE DI PARITÀ DI GENERE (PDR UNI 125:2022),

introdotta dal PNRR, il piano italiano di investimenti e riforme nell'ambito del programma europeo Next Generation EU), definisce le linee guida sul sistema di gestione per la parità di genere.

La misurazione della certificazione è condotta all'inizio e al termine del periodo di vesting sulla base di specifici indicatori quali-quantitativi e l'accesso alla certificazione da parte dell'ente certificatore è previsto in caso di raggiungimento di un punteggio minimo di sintesi complessivo di almeno il 60%.

NEL CORSO DELL'ESERCIZIO 2025/2026, JUVENTUS HA LAVORATO PER ESTENDERE IL TOTAL REWARD FRAMEWORK ALL'"AREA FOOTBALL", CON PARTICOLARE RIFERIMENTO AI RUOLI "ON-FIELD". TALE ESTENSIONE – CHE SARÀ EFFETTIVA DALLA STAGIONE 2026/2027 - CONSENTE DI APPLICARE CRITERI OGGETTIVI DI VALUTAZIONE E CLASSIFICAZIONE ANCHE AI RUOLI SPORTIVI, RAFFORZANDO COERENZA INTERNA, TRASPARENZA RETRIBUTIVA E SOSTENIBILITÀ DELLE DECISIONI RETRIBUTIVE.

L'estensione del modello all'"Area Football" si inserisce inoltre nel percorso di adeguamento alla normativa italiana di recepimento della Direttiva Europea sulla trasparenza retributiva, che richiede la disponibilità di criteri oggettivi e gender-neutral per la definizione delle categorie di lavoratori e dei sistemi retributivi. Attraverso il Total Reward Framework, Juventus riesce a garantire a tutte le proprie risorse le medesime opportunità di lavoro e un equo trattamento normativo e retributivo.



LINEE GUIDA DI COMUNICAZIONE ESTERNA

Nell'ambito delle politiche rivolte alla forza lavoro, Juventus ha adottato specifiche **Linee Guida di Comunicazione Esterna**, finalizzate a garantire che ogni comunicazione ufficiale del Club sia coerente con i principi etici e normativi di riferimento.

Il documento, sotto la responsabilità del *Chief Communication Officer*, è redatto in coerenza con il Codice Etico, il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/01 ("Modello 231") e il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ai sensi dell'art. 7, comma 5 dello Statuto FIGC ("Modello di Prevenzione") previsto dallo Statuto FIGC.

Le Linee Guida definiscono le indicazioni principali relative alla comunicazione esterna su temi istituzionali, strategici e di business del Club, rivolte a stakeholder quali media, istituzioni, federazioni e altri soggetti appartenenti all'opinione pubblica.

Nel rispetto del Codice Etico, Juventus promuove una comunicazione chiara, precisa e veritiera, evitando la diffusione di informazioni non coerenti con gli obblighi di trasparenza e con le strategie societarie. Tale approccio contribuisce a prevenire rischi reputazionali e responsabilità per la Società, ed è parte integrante delle responsabilità del personale autorizzato alla comunicazione esterna.

Inoltre, la comunicazione di informazioni privilegiate avviene in conformità alla normativa sugli abusi di mercato e alla relativa procedura societaria per la gestione e la comunicazione delle informazioni privilegiate.

SOCIAL MEDIA GUIDELINES

Nell'ambito delle politiche interne rivolte alla forza lavoro, Juventus ha definito e diffuso le **Social Media Guidelines**, un documento volto a promuovere un utilizzo consapevole, responsabile e coerente dei social network da parte dei dipendenti e dei collaboratori. Le linee guida riconoscono l'importanza della comunicazione digitale come strumento di espressione personale, ma sottolineano anche l'impatto che questa può avere sull'immagine e sulla reputazione della Società.

In linea con il Codice Etico e con i valori di inclusività e rispetto promossi dal Club, le Guidelines stabiliscono principi fondamentali, tra cui:

- la responsabilità individuale nella pubblicazione di contenuti;
- la necessità di distinguere opinioni personali da posizioni ufficiali del Club;
- il rispetto delle norme su privacy, proprietà intellettuale e copyright;
- il divieto di pubblicare contenuti discriminatori o lesivi della reputazione della Società o dei suoi stakeholder.

Le Guidelines, sotto la responsabilità della Chief People, Culture & ESG Officer, promuovono inoltre l'inclusività come valore centrale, invitando a una comunicazione rispettosa e attenta alla diversità, e forniscono indicazioni pratiche per l'uso sicuro e professionale delle piattaforme social.

L'adozione di queste linee guida si inserisce nel più ampio quadro delle politiche di People & Culture, con l'obiettivo di tutelare i lavoratori, valorizzarne il ruolo come ambassador del brand e garantire un ambiente digitale positivo e conforme agli standard etici e legali.

POLITICA PER LA SALUTE E LA SICUREZZA

Juventus ha adottato un **Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza ("SGS")**, secondo lo standard internazionale **ISO 45001:2018**, ottenendo la prima certificazione in data 25 settembre 2009 (sull'allora disponibile OHSAS 18001:2007). Nell'ottica di un continuo miglioramento dei livelli di salute e sicurezza dei lavoratori, su base annuale, il sistema viene verificato dall'Organismo Certificatore, che a seguito di audit di terza parte rilascia i rinnovi del certificato (ultima conferma della certificazione: 19-21-24 settembre 2024).

La formazione è erogata nel rispetto degli accordi della Conferenza Stato-Regioni vigente; l'attuazione dell'informazione e, dove necessario dell'addestramento anche su temi di processo (es. procedure), la partecipazione alle prove di emergenza annuali, il mantenimento delle condizioni di salute e sicurezza degli impianti, attrezzature, strutture, costituiscono le principali misure di prevenzione e protezione. Il fine di tali misure è quello di sensibilizzare le persone sulle tematiche di salute e sicurezza e sui comportamenti sicuri da attuare durante le attività lavorative. In particolare, attraverso la Politica per la Salute e Sicurezza sul lavoro, sviluppata nelle procedure ed istruzioni del SGS, che permettono l'ottemperanza al D.Lgs. 81/08, sotto la responsabilità del datore di lavoro.

Dal momento che le attività manutentive sono esternalizzate ad alcuni main contractor, un tema specifico riguarda gli appalti, che sono gestiti in conformità all'art. 26 o, in caso di interventi edilizi, al Titolo IV del D.Lgs. 81/08.



POLITICA PER LA QUALITÀ DEL SETTORE MEDICO

Non solo per il raggiungimento degli obiettivi calcistici fissati, ma anche per il benessere dei collaboratori, Juventus mette i propri atleti e lo staff tecnico nelle migliori condizioni psicofisiche e di lavoro possibili. Per la natura particolare del business, le condizioni di lavoro dei giocatori e delle giocatrici rappresentano un aspetto fondamentale per il Club. In questo senso, Juventus è impegnata ad offrire, attraverso strutture innovative quali il J Medical, il JTCC e il JTCV, i migliori presidi di natura medico-sportiva nutrizionale e psicologica al fine di garantire performance del più alto livello possibile. Juventus certifica il raggiungimento di tali standard qualitativi anche grazie all'implementazione della propria politica per la qualità del settore medico, che definisce le linee guida e gli obiettivi a tutela dei calciatori e delle calciatrici e del settore tecnico, sotto la supervisione del responsabile sanitario. Il settore medico del Club è dotato di un Sistema di Gestione della Qualità certificato ISO 9001:2015 il cui scopo è la gestione sanitaria degli atleti da parte del settore medico della Juventus finalizzata alla tutela della salute sia in termini preventivi che terapeutici.

SAFEGUARDING POLICY

Juventus, in linea con il D.Lgs. 39/2021, la delibera CONI n. 255/2023 e le Linee Guida FIGC dell'agosto 2023 (emanate tramite CU 87/A del 31 agosto 2023), ha sviluppato una **Safeguarding Policy**, con l'obiettivo di garantire la tutela dei propri tesserati, in particolare quelli minorenni. Tale documento, riveste un ruolo particolarmente rilevante nel contesto dei settori giovanili, contribuendo a promuovere un ambiente sportivo sicuro, inclusivo e rispettoso dei diritti e del benessere dei giovani atleti. Per maggiori informazioni circa gli obiettivi, l'ambito e le finalità, si rinvia alla sezione G1-1 – "Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese.

S1-2 – PROCESSI DI COINVOLGIMENTO DEI LAVORATORI PROPRI E DEI RAPPRESENTANTI DEI LAVORATORI IN MERITO AGLI IMPATTI

Juventus adotta un'ampia varietà di canali per interagire direttamente con le proprie persone, in merito agli impatti rilevanti che li riguardano. Le attività descritte di seguito hanno l'intento di identificare, gestire e porre rimedio a eventuali impatti che il Club potrebbe causare sulle proprie persone. Le attività di coinvolgimento dei dipendenti, coordinate dal Dipartimento People, Culture & ESG, hanno modalità che possono variare da consultazioni formali a incontri informali, garantiscono che ogni persona abbia la possibilità di esprimere la propria opinione. Questo approccio deriva dalla **Strategia ESG** declinata per i dipendenti nel pilastro **"People First"** che pone al centro le persone all'interno del Club. Il pilastro sottolinea l'impegno di Juventus nell'integrare i temi ESG in ogni aspetto delle sue attività, sportive e non solo, garantendo al contempo percorsi virtuosi di sviluppo, engagement e benessere per tutte le persone.

La seguente tabella mostra le attività più significative intraprese dal Club riguardo la gestione dei processi di coinvolgimento dei lavoratori:



Attività	Modalità di coinvolgimento
Positive Impact Hub	Tra le iniziative di coinvolgimento sviluppate nel corso della stagione 2025/2026 si segnala la prima edizione del **Positive Impact Hub**, un gruppo interdisciplinare costituito da 12 dipendenti volontari provenienti da diverse funzioni aziendali, con l'obiettivo di favorire la partecipazione attiva della popolazione aziendale sui temi della sostenibilità. Il Positive Impact Hub rappresenta uno spazio di confronto e co-creazione attraverso il quale i partecipanti possono proporre, sviluppare e promuovere iniziative coerenti con la **strategia ESG** del Club, contribuendo all'identificazione di bisogni emergenti e alla definizione di soluzioni concrete. I membri dell'Hub si riuniscono periodicamente per discutere idee, valutarne fattibilità e potenziale impatto e contribuire alla progettazione di iniziative di breve, medio e lungo termine, con il supporto del Team ESG e dello ESG Steering Committee. L'iniziativa si inserisce nell'approccio **"ESG integrated"** adottato da Juventus e rappresenta uno strumento volto a rafforzare il coinvolgimento dei lavoratori nei processi di miglioramento continuo e nella diffusione della cultura della sostenibilità all'interno dell'organizzazione. L'Hub costituisce inoltre un canale strutturato attraverso cui i lavoratori possono contribuire alla definizione e all'attuazione di iniziative connesse agli impatti ESG rilevanti per il Club, favorendo un dialogo continuativo tra popolazione aziendale e funzioni responsabili della sostenibilità.
Doppia Materialità	Nell'ambito del processo di aggiornamento della doppia materialità il Club ha previsto il coinvolgimento dei propri dipendenti con le seguenti modalità: • **Materialità di impatto:** sono stati organizzati incontri one-to-one con gli IROs Owner del Club che sono stati chiamati a valutare l'aggiornamento di specifici impatti secondo la significatività ovvero in base alla gravità (scala, diffusione, carattere di irrimediabilità e diritti umani) e della probabilità di accadimento; • **Materialità finanziaria:** sono stati organizzati incontri one-to-one con gli IROs Owner del Club che sono stati chiamati a valutare l'aggiornamento di specifici rischi e opportunità secondo la significatività ovvero la combinazione di probabilità e severità (secondo prospettiva economico-finanziaria e reputazionale); Tutti i dipendenti erano invece stati coinvolti nel processo di analisi di rilevanza della materialità, nel corso della Stagione 2024/2025, attraverso un questionario che ha permesso di esprimere un parere diretto sull'importanza delle tematiche identificate.
Microsoft Viva Engage	**Microsoft Viva** è la piattaforma digitale di comunicazione interna di Juventus. Questo strumento rappresenta una leva fondamentale per alimentare un dialogo continuo con le persone del Club, facilitare l'ascolto strutturato dei loro feedback e promuovere una cultura aziendale partecipativa e inclusiva. Viva consente di integrare in un unico ambiente digitale comunicazioni aziendali, contenuti formativi, aggiornamenti HR, iniziative valoriali e molto altro ancora, rafforzando il senso di appartenenza e garantendo a ogni persona l'accesso trasparente alle informazioni strategiche del Club Rispetto agli strumenti tradizionali, Viva riduce l'uso della e-mail per le comunicazioni trasversali e valorizza contenuti meno formali ma significativi per la cultura aziendale. Grazie alla possibilità per tutti i dipendenti di pubblicare contenuti, rispondere, commentare e partecipare a sondaggi tematici, la piattaforma favorisce un dialogo orizzontale e costante tra ruoli, team e sedi differenti, contribuendo a rafforzare senso di appartenenza, trasparenza e partecipazione attiva. Infine, grazie alle sue funzionalità di insight e engagement tracking, la piattaforma permette di monitorare in tempo reale il coinvolgimento dei dipendenti, raccogliere suggerimenti e attivare survey tematiche in maniera capillare e tempestiva. La struttura aperta di Viva consente inoltre di monitorare in modo immediato le reazioni della popolazione interna su specifici temi, rendendola uno strumento strategico per intercettare opinioni e interessi e per integrare il punto di vista delle persone nei processi decisionali e nella definizione delle iniziative ESG.
Sharepoint Aziendale	Per garantire un coinvolgimento informato e continuativo dei lavoratori propri rispetto agli impatti connessi alle attività dell'organizzazione, Juventus ha attivato una serie di strumenti digitali strutturati. Tra questi, assumono un ruolo chiave la piattaforma di comunicazione precedente descritta e i repository aziendali interni, ospitati su piattaforma SharePoint, accessibili a tutte le risorse aziendali. In particolare: **Governance, Risk & Compliance Repository** rappresenta il principale punto di accesso alle policy e ai riferimenti normativi interni, nel dettaglio contiene: • Codice Etico; • Modelli di compliance (Modello 231, Modello di Prevenzione, Modello di Controllo amministrativo contabile, Modello Data Protection e Safeguarding Policy); • Procedure e istruzioni operative, • Policy e linee guida, • Materiale utilizzato per le sessioni di formazione in ambito compliance. Questo strumento supporta una diffusione capillare delle regole di condotta e dei presìdi di prevenzione, promuovendo la consapevolezza rispetto agli impatti potenziali dell'attività aziendale e al comportamento atteso da ogni lavoratore. People, Culture & ESG Repository: è dedicato all'area risorse umane e sostenibilità, e consente ai lavoratori di accedere a: • Vademecum del dipendente, • Piano di welfare aziendale, • Materiali informativi relativi a tematiche di welfare, wellbeing e insurance. Questi strumenti digitali contribuiscono a favorire il coinvolgimento attivo e il dialogo continuo con i lavoratori, supportando la diffusione delle informazioni. La presenza di questi canali facilita inoltre la consultazione autonoma da parte dei dipendenti favorendo una cultura di trasparenza e accountability interna.

Canale per le segnalazioni	Juventus, in coerenza con quanto definito dal D.Lgs. 24/2023, ha istituito il proprio canale di segnalazioni (anche detto **"canale whistleblowing"**). La disciplina del *whistleblowing*, dunque, si configura come un insieme di regole e procedure volte a incentivare e proteggere da ritorsioni e discriminazioni lo *stakeholder*, interno od esterno, che segnala illeciti o irregolarità di cui sia venuto a conoscenza. Per ulteriori informazioni si rinvia alla sezione G1-1 - Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese.
Coinvolgimento Rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza	All'interno dei processi aziendali relativi alla tutela della salute e sicurezza sul lavoro, Juventus coinvolge attivamente i **rappresentanti dei lavoratori per la sicurezza (RLS)**, pur in assenza di rappresentanze sindacali interne. I RLS sono stati eletti tramite votazione interna e restano in carica fino a quando decidono di mantenere il ruolo, non essendo prevista una scadenza formale del mandato. Il loro coinvolgimento avviene in diverse fasi chiave del SGS, a partire dalla condivisione e sottoscrizione dei documenti valutativi e pianificatori, come il Documento di Valutazione dei Rischi (DVR) e il Piano di Emergenza. Ogni aggiornamento di tali documenti viene discusso con i rappresentanti, che partecipano a incontri di confronto durante i quali vengono illustrati i cambiamenti proposti e raccolti eventuali suggerimenti o osservazioni. I documenti vengono poi formalmente sottoscritti dai RLS. Oltre a questo, i rappresentanti per la sicurezza partecipano alla riunione annuale con i datori di lavoro, prevista dalla normativa vigente, contribuendo con il proprio punto di vista alla valutazione e al miglioramento continuo delle condizioni di lavoro. Il coinvolgimento è dunque strutturato, ricorrente e mirato a garantire che i lavoratori siano rappresentati in modo efficace nei processi decisionali legati alla salute e sicurezza, con particolare attenzione al contesto degli impianti e alle specificità delle singole sedi aziendali.
Interazioni con le rappresentanze sindacali	Juventus stabilisce le condizioni contrattuali direttamente con i propri dipendenti in linea alle *best practice* locali e di settore e nel rispetto della regolamentazione aziendale. Per quanto riguarda i dipendenti della *branch* estera di Hong Kong, le condizioni contrattuali sono disciplinate dalla legislazione locale vigente.
Eventi di Welfare & Engagement	Si rinvia alla Sezione S1-4.

COSTRUIRE LA CULTURA JUVENTUS

Juventus ha proseguito il proprio percorso di evoluzione culturale, con l'obiettivo di consolidare i principi che guidano il modo di lavorare, collaborare e prendere decisioni all'interno del Club.

La convinzione alla base di questo percorso è che la cultura organizzativa non possa essere definita esclusivamente dal management, ma debba essere costruita insieme alle persone che la vivono quotidianamente. Per questo motivo,



IL CLUB HA COINVOLTO L'INTERA POPOLAZIONE AZIENDALE IN UN PERCORSO STRUTTURATO DI ASCOLTO, CONFRONTO E PARTECIPAZIONE FINALIZZATO A INDIVIDUARE I PUNTI DI FORZA DISTINTIVI DI JUVENTUS, DEFINIRE I VALORI MAGGIORMENTE RICONOSCIUTI E CONDIVISI DALLE PERSONE E IDENTIFICARE I COMPORTAMENTI CONCRETI CHE CARATTERIZZANO LA CULTURA DEL CLUB.

STEP 1

Il primo passo è stato rappresentato dalla **Cultural Diagnostic Survey**, condivisa con tutta la popolazione aziendale tra il 3 e il 15 dicembre 2025 per raccogliere la percezione della cultura organizzativa rispetto ad alcuni temi chiave, tra cui la qualità della collaborazione, la coerenza tra parole e comportamenti, il coraggio decisionale, la fiducia e la percezione di cura all'interno dell'organizzazione. L'iniziativa ha registrato una partecipazione pari al **circa 70% della popolazione aziendale**, fornendo una base di analisi ampia e rappresentativa.

STEP 2

Alla survey è stato affiancato un esercizio qualitativo basato su flowchart, attraverso il quale le persone hanno potuto rappresentare, in forma libera e anonima, il proprio vissuto rispetto ai principali processi decisionali, alle dinamiche di collaborazione e alle relazioni organizzative. L'integrazione tra dati quantitativi ed evidenze qualitative ha consentito di costruire una lettura approfondita della cultura aziendale, facendo emergere punti di forza e opportunità di evoluzione.

STEP 3

I risultati hanno costituito il punto di partenza dei **Culture, Values & Behaviours Labs**, un percorso di workshop aperto a tutta la popolazione aziendale e realizzato con il supporto di Gallup, società internazionale specializzata nello sviluppo organizzativo. I Labs hanno rappresentato uno spazio di ascolto, confronto e co-creazione nel quale le persone hanno contribuito direttamente a definire i comportamenti attraverso cui tradurre la cultura del Club nella quotidianità lavorativa, costruendo un linguaggio comune e una visione condivisa della leadership e della collaborazione.

STEP 4

Nell'ambito della collaborazione con Gallup, Juventus ha inoltre scelto di mettere a disposizione dell'intera popolazione aziendale il Clifton Strengths Assessment, consentendo a ciascuna persona di conoscere e approfondire i propri talenti dominanti.

L'iniziativa si inserisce nella **filosofia strengths-based**, promossa da Gallup e pienamente sposata da Juventus, secondo cui il massimo sviluppo delle persone si realizza valorizzando ciò che ciascuno sa fare meglio, piuttosto che concentrarsi esclusivamente sulle aree di miglioramento. Comprendere i propri punti di forza significa acquisire una maggiore consapevolezza del proprio contributo, collaborare in modo più efficace con gli altri e mettere il proprio talento al servizio degli obiettivi comuni. In questa prospettiva, crescita individuale e crescita organizzativa diventano elementi strettamente connessi.

Attraverso questo percorso Juventus continua a investire nella costruzione di una cultura organizzativa partecipata, nella convinzione che una cultura condivisa rappresenti uno dei principali fattori abilitanti per l'innovazione, la collaborazione e il raggiungimento degli obiettivi strategici del Club.

ONBOARDING | COSTRUIRE APPARTENENZA FIN DAL PRIMO GIORNO

Per Juventus, l'onboarding rappresenta il primo capitolo dell'esperienza professionale delle persone all'interno del Club e costituisce uno dei momenti più importanti dell'employee journey. L'obiettivo non è soltanto favorire l'inserimento operativo delle nuove persone, ma accompagnarle nella scoperta della cultura Juventus, accelerarne l'integrazione, facilitare la costruzione di relazioni efficaci e sviluppare fin dai primi giorni un forte senso di appartenenza. Per questo motivo

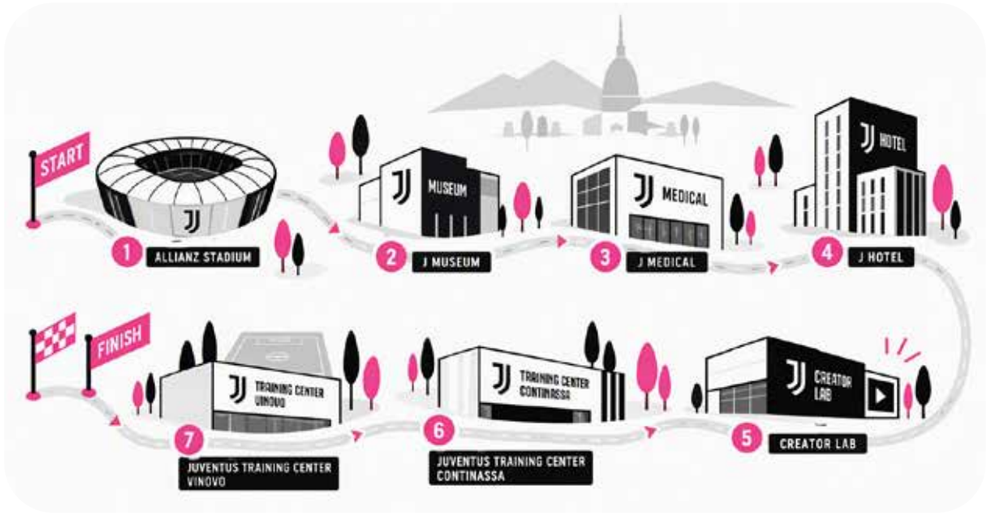
IL CLUB HA PROGETTATO UN INDUCTION PLAN STRUTTURATO, PENSATO PER OFFRIRE UN'ESPERIENZA COINVOLGENTE, COERENTE E PERSONALIZZATA CHE ACCOMPAGNI OGNI NUOVO INGRESSO BEN OLTRE GLI ASPETTI AMMINISTRATIVI DELL'ASSUNZIONE.

Il percorso si articola in due componenti complementari: una **Corporate Induction**, dedicata alla scoperta dell'identità del Club, e una **Individual Induction**, costruita sulle caratteristiche del ruolo e sulle responsabilità della persona. L'esperienza prende avvio fin dal Day One con un momento simbolico che celebra l'ingresso nella famiglia bianconera. Ogni nuovo collaboratore riceve la maglia ufficiale della Prima Squadra della stagione in corso, personalizzata con il proprio nome. Il numero riportato sulla maglia corrisponde all'anno di ingresso in Juventus, trasformando l'unboxing del Welcome Kit in un gesto identitario che rafforza immediatamente il senso di appartenenza al Club. Il kit comprende inoltre uno zaino, una borraccia e gli strumenti necessari per iniziare il proprio percorso professionale.



La **Corporate Induction** accompagna successivamente le nuove persone alla scoperta dell'universo Juventus attraverso incontri dedicati alla storia del Club, ai suoi valori, alla struttura organizzativa, ai principali processi aziendali e agli strumenti di lavoro. Il programma comprende inoltre momenti dedicati alla compliance, alla salute e sicurezza, agli aspetti amministrativi e occasioni di confronto con il management e con le principali funzioni aziendali.

Elemento distintivo del percorso è l'**Onboarding Tour**, un'esperienza immersiva che consente di conoscere da vicino l'intero ecosistema Juventus attraverso la visita di Allianz *Stadium*, J Museum, J Medical, J Hotel, Creator Lab, Juventus Training Center Continassa e Juventus Training Center Vinovo. Il tour è stato progettato per mostrare come le diverse realtà del Club contribuiscano, insieme, alla creazione di valore e per rafforzare la consapevolezza di appartenere a un'unica organizzazione. A partire dalla stagione 2024/2025, il percorso è stato reso disponibile, su base volontaria, anche alle persone già presenti in azienda, promuovendo una maggiore conoscenza trasversale dell'organizzazione e consolidando ulteriormente il senso di appartenenza.



La **Individual Induction** completa il percorso attraverso un programma personalizzato di incontri con il proprio manager e con i principali stakeholder con cui la persona collaborerà nello svolgimento della propria attività. Questo momento consente di chiarire aspettative e obiettivi, approfondire processi e modalità operative, costruire fin da subito una rete di relazioni efficace e ridurre il tempo necessario per raggiungere la piena autonomia nel ruolo *(time-to-productivity)*.

NEL CORSO DELLA STAGIONE 2025/2026, JUVENTUS HA INOLTRE INIZIATO AD ESTENDERE QUESTA FILOSOFIA DI ONBOARDING ANCHE AI NUOVI INGRESSI DELLE PRIME SQUADRE MASCHILE E FEMMINILE.

Attraverso contenuti video dedicati, materiali digitali e un percorso di visita delle principali strutture del Club, anche gli atleti vengono accompagnati alla scoperta della storia, della tradizione, dei valori e dell'organizzazione di Juventus. L'iniziativa nasce dalla convinzione che conoscere il Club significhi comprenderne l'identità e sentirsi parte di una storia che va oltre il campo da gioco. Per questo motivo, l'onboarding diventa uno strumento per accelerare l'integrazione, rafforzare il senso di appartenenza e creare un'esperienza comune a tutte le persone che entrano a far parte della comunità Juventus.

L'efficacia dell'intero percorso viene monitorata nel tempo attraverso specifici momenti di follow-up e strumenti di valutazione, nella convinzione che un'esperienza di inserimento ben progettata rappresenti uno dei principali fattori di coinvolgimento, sviluppo e retention delle persone.

S1-3 – PROCESSI PER PORRE RIMEDIO AGLI IMPATTI NEGATIVI E CANALI CHE CONSENTONO AI LAVORATORI PROPRI DI SOLLEVARE PREOCCUPAZIONI

Juventus mette a disposizione dei propri dipendenti un canale di segnalazione, raggiungibile on-line all'indirizzo pubblico: https://juventus.segnalazioni.net/ dedicato e sicuro, attraverso il quale è possibile segnalare violazioni di leggi, normative, procedure e policy aziendali o segnalare, più in generale, situazioni di potenziale rischio.

Questo sistema protegge l'identità dei segnalanti e garantisce la confidenzialità delle segnalazioni, visibili esclusivamente dal **comitato whistleblowing** ("Comitato whistleblowing") che vi provvede nel rispetto dei principi di imparzialità e riservatezza. Inoltre, la Società ha messo in atto misure rigorose per prevenire qualsiasi forma di ritorsione nei confronti di coloro che segnalano tramite il canale. Juventus vieta atti di tale forma, diretti o indiretti, nei confronti del segnalante, e prevede sanzioni disciplinari nei confronti di chi viola tale divieto o gli obblighi di tutela della riservatezza dell'identità del segnalante.

Al fine di accrescere la consapevolezza dell'esistenza di tale canale, i dipendenti di Juventus sono destinatari di programmi di formazione aventi ad oggetto le tematiche di compliance, incluse quelle relative al processo di segnalazione tramite la **piattaforma di whistleblowing**. Tali momenti formativi fanno parte del piano di onboarding aziendale, per il quale si rinvia alle sezioni S1-2 – Processi di coinvolgimento dei lavoratori propri e dei rappresentanti dei lavoratori in merito agli impatti e S1-13 – Metriche di formazione e sviluppo delle competenze.

Per maggiori informazioni, si rinvia alla sezione G1-1- Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese (Gestione delle Segnalazioni).

S1-4 – INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI PER LA FORZA LAVORO PROPRIA E APPROCCI PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL PERSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN RELAZIONE ALLA FORZA LAVORO PROPRIA, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

Juventus ha intrapreso azioni e iniziative mirate a favorire il benessere psico-fisico delle persone, l'engagement, il senso di appartenenza e la condivisione tra i propri dipendenti.

La gestione delle tematiche attinenti alla forza lavoro propria coinvolge diverse aree aziendali, in particolar modo il Dipartimento People, Culture & ESG, composto da 18 persone, che, con il supporto di specifiche funzioni, collabora per monitorare e migliorare continuamente l'ambiente di lavoro, promuovendo la formazione, la valorizzazione del talento e la tutela dei diritti dei dipendenti.



SALUTE E SICUREZZA

Nel corso degli anni Juventus si è dotata di un sistema di gestione strutturato e un insieme di processi e azioni volti a mitigare i potenziali impatti negativi sulla salute e sicurezza di tutti dipendenti attraverso il SGS, conforme allo standard internazionale **ISO 45001:2018**. Per maggiori informazioni si rinvia alla sezione S1-1 –Politiche relative alla forza lavoro.

WELLBEING

Anche per la stagione 2025/2026,

JUVENTUS HA INTRAPRESO UNA SERIE DI INIZIATIVE PER FAVORIRE IL BENESSERE PSICOFISICO DELLE PERSONE, PONENDO PARTICOLARE ATTENZIONE ALLA SALUTE, ALLA PREVENZIONE E AL SUPPORTO EMOTIVO E RELAZIONALE.

L'approccio adottato continua a promuovere un ambiente di lavoro attento ai bisogni individuali, attraverso iniziative in grado di generare valore sia per le persone sia per l'organizzazione.

Lavoro agile

Nel corso della stagione 2025/2026 il lavoro agile è entrato a pieno regime, configurandosi come uno degli strumenti chiave per favorire un equilibrio sostenibile tra vita privata e professionale. Il modello attuale prevede fino a 8 giornate mensili di smart working, con un elevato grado di flessibilità nella pianificazione e la possibilità, ove compatibile con il ruolo, di lavorare anche dall'estero. Tale assetto consente una gestione più autonoma ed efficace del tempo, contribuendo a ridurre lo stress legato agli spostamenti e migliorando la qualità della vita, con benefici anche in termini di sostenibilità ambientale grazie alla riduzione delle emissioni.

Salute Mentale

Nell'ambito delle iniziative volte a promuovere il benessere organizzativo, il Club ha proseguito il percorso di sensibilizzazione sul tema della salute mentale, con l'obiettivo di favorire una cultura aziendale aperta, inclusiva e consapevole, attraverso la promozione del dialogo, la condivisione di esperienze e la messa a disposizione di strumenti concreti a supporto delle persone.

Campagna Stories of Strength

- **Lancio**, in occasione della Giornata Mondiale della Salute Mentale (10 ottobre 2025), della nuova edizione della campagna di sensibilizzazione **Stories of Strength.**
- **Obiettivi**: promuovere una riflessione sul tema della salute mentale, contribuire al superamento dello stigma associato e veicolare il messaggio che chiedere aiuto costituisce un gesto di forza.
- **Modalità**: raccolta di storie e testimonianze personali, a supporto della condivisione come strumento di supporto reciproco.
- **Iniziativa interna dedicata ai dipendenti**: raccolta anonima di testimonianze in risposta al quesito "Raccontaci di quella volta in cui hai dovuto essere forte", successivamente integrate nel video della campagna interna.



Programma T.E.A.M. Strength – Tools for Empowerment And Mental Strength (II edizione)

Programma di incontri realizzato in collaborazione con il team del Prof. Giuseppe Vercelli, finalizzato a promuovere la crescita personale, la consapevolezza di sé e la salute mentale attraverso strumenti pratici e momenti di confronto. Il programma si è articolato in tre appuntamenti:

1. **Mindfulness – Allenare la presenza mentale**: approfondimento del percorso avviato nella stagione precedente, con nuove tecniche ed esercitazioni pratiche per la gestione dello stress, il miglioramento del focus e il recupero di equilibrio e lucidità nei momenti di maggiore pressione.
2. **La ricerca della felicità**: incontro condotto da Giuseppe Bertuccio D'Angelo (fondatore di Progetto Happiness), incentrato sull'analisi delle molteplici dimensioni del benessere e sul relativo legame con contesto, valori e relazioni personali.
3. **L'errore che non hai mai fatto – Alla scoperta del proprio talento nascosto**: percorso di introspezione sul cosiddetto "lato ombra", con l'obiettivo di valorizzare il potenziale individuale come leva di crescita personale, relazionale e professionale.

Piattaforma Kyan Health

- Introduzione dell'applicazione Kyan Health, dedicata al benessere mentale ed emotivo, quale evoluzione del supporto già avviato attraverso le attività di sensibilizzazione e i percorsi formativi.
- Funzionalità: assessment iniziale sul livello di benessere psicofisico; contenuti personalizzati; percorsi di sviluppo; strumenti per la gestione dello stress, dell'energia e dell'equilibrio psicologico.
- Accesso a sessioni individuali con coach e psicologi qualificati: le prime tre sessioni per dipendente sono integralmente sostenute da Juventus; possibilità di estensione del supporto in caso di necessità di un percorso più strutturato.

Health Talks

- Ciclo di incontri dedicato alla promozione di stili di vita sani e alla diffusione di conoscenze scientifiche applicabili nella quotidianità.
- Ampliamento del programma nella stagione con: un percorso sulla nutrizione (tre appuntamenti) e un incontro sulla qualità del sonno.
- Relatori: Laura Mancin (nutrizionista, Prima Squadra Maschile) e Darren Burgess (Performance Director, Area Football Maschile).

Attività fisica

- **Sport Programme**: prosecuzione dell'offerta di attività fisica durante la pausa pranzo presso lo Juventus Headquarters, comprendente Pilates, Functional Training e Yoga, a favore di occasioni di movimento e benessere nell'ambito della giornata lavorativa.
- **Fitness Room** (Juventus Headquarters): realizzata in collaborazione con Technogym, si conferma punto di riferimento per l'allenamento e la rigenerazione.
- **Palestra dello Juventus Training Center di Vinovo (JTCV)**: entrata in piena operatività nel corso della stagione, con conseguente ampliamento delle opportunità a disposizione delle persone del Club.
- Impatti: l'accesso a strutture professionali e a un ambiente dedicato alla preparazione atletica ha favorito una maggiore partecipazione alle attività sportive, contribuendo a promuovere uno stile di vita attivo e una cultura della prevenzione.

WELFARE & ENGAGEMENT

NEL CORSO DELLA STAGIONE 2025/2026, JUVENTUS HA CONTINUATO A INVESTIRE IN UN SISTEMA DI WELFARE E DI INIZIATIVE DI ENGAGEMENT VOLTO A MIGLIORARE LA QUALITÀ DELL'ESPERIENZA LAVORATIVA, SOSTENERE IL BENESSERE DELLE PERSONE E RAFFORZARE IL SENSO DI APPARTENENZA ALLA COMUNITÀ AZIENDALE.

L'approccio adottato integra strumenti di sostegno economico con opportunità di partecipazione alla vita del Club, nella convinzione che il benessere organizzativo si costruisca attraverso un insieme di

esperienze, relazioni e servizi capaci di accompagnare le persone lungo tutto il loro percorso professionale.

Flexible Benefits

È stato confermato, in continuità con le stagioni precedenti, il piano di **Flexible Benefits**, sviluppato in collaborazione con Willis Towers Watson e integrato nel **Total Reward Framework** aziendale, con mantenimento dell'estensione della platea dei beneficiari introdotta nelle stagioni precedenti. Il piano consente ai dipendenti di utilizzare l'intero budget welfare assegnato in regime di esenzione fiscale, secondo la normativa vigente, incrementando il potere d'acquisto e permettendo la scelta dei servizi più coerenti con le esigenze personali e familiari. Le principali aree di utilizzo comprendono:

- **Servizi a rimborso**, tra cui spese sanitarie, trasporti, istruzione, educazione e assistenza;
- **Contribuzione alla previdenza complementare**, con possibilità di destinare il budget al fondo pensione convenzionato con Juventus;
- **Servizi ad accesso diretto**, attraverso voucher dedicati al tempo libero, al benessere e all'intrattenimento;
- **Servizi per consumi e spese familiari**, tra cui buoni acquisto, carburante, abbigliamento, voucher Amazon e, ove previsto dalla normativa fiscale, rimborso delle utenze domestiche.

Coinvolgimento e senso di appartenenza

Parallelamente, il Club ha continuato a promuovere iniziative volte a rafforzare il senso di appartenenza, favorendo occasioni di incontro, condivisione e partecipazione alla vita del Club anche al di fuori del contesto lavorativo.

Nel corso della stagione sono state confermate le **opportunità per i dipendenti di assistere alle partite casalinghe** delle squadre Juventus – Prima Squadra Maschile, Prima Squadra Femminile, Juventus Next Gen, Juventus Under 20 e Juventus One – promuovendo una partecipazione diretta ai principali momenti della stagione sportiva.

È stata inoltre riattivata la **possibilità di partecipare alle trasferte di UEFA Champions League** delle Prime Squadre maschile e femminile, offrendo un'esperienza immersiva e contribuendo a rafforzare il senso di appartenenza alla realtà bianconera.

L'Allianz *Stadium* ha continuato a rappresentare un luogo di aggregazione anche oltre il calcio. I dipendenti hanno infatti avuto **accesso agli eventi e ai concerti ospitati nello *Stadium*** e, in occasione delle partite di UEFA Champions League disputate in trasferta, sono stati organizzati i tradizionali **J Pub,**







momenti di ritrovo informale che hanno permesso ai colleghi di vivere insieme le gare, favorendo socialità e spirito di squadra.

Particolare attenzione è stata dedicata anche alle famiglie delle persone Juventus. È stata confermata la **possibilità di richiedere la Membership Junior per figli e figlie under 13**, con accesso a benefit dedicati, eventi esclusivi e iniziative riservate, oltre alle agevolazioni per la partecipazione ai Juventus Training Camp.

In prossimità della pausa invernale, il Club ha inoltre organizzato la **Black & White Together Night**, una serata dedicata a tutte le persone Juventus, pensata per creare un momento di incontro e condivisione tra le diverse anime del Club. L'evento ha riunito dipendenti, Prima Squadra Maschile e Prima Squadra Femminile in un contesto informale, contribuendo a rafforzare il senso di appartenenza e a consolidare la cultura di un'unica comunità bianconera.

Nello stesso periodo si è rinnovato anche l'appuntamento con **Natale Bimbi,** iniziativa dedicata ai figli e alle figlie dei dipendenti, che continua a rappresentare un'importante occasione di incontro e condivisione per le famiglie Juventus.

Tra le iniziative più significative si conferma inoltre la **Shooting Experience**, che ha coinvolto alcuni dipendenti insieme ai propri figli nella realizzazione di contenuti fotografici per le campagne del Club e della foto ufficiale della squadra della stagione 2025/2026, offrendo un'esperienza esclusiva di partecipazione alla vita bianconera.

Infine, sono stati rinnovati gli **Shopping Days – Family & Friends**, giornate di vendita dedicate ai dipendenti con accesso agevolato ai prodotti delle stagioni precedenti. L'iniziativa coniuga il coinvolgimento delle persone con gli obiettivi di sostenibilità del Club, promuovendo la valorizzazione di prodotti già realizzati e incentivando un modello di consumo più responsabile.

Nel loro insieme, queste iniziative testimoniano la volontà di Juventus di sviluppare un modello di welfare sempre più evoluto, nel quale strumenti di sostegno economico, attenzione alle famiglie, occasioni di partecipazione e momenti di condivisione contribuiscono a rafforzare il benessere delle persone, il senso di appartenenza e la cultura organizzativa del Club.





S1-5 – OBIETTIVI LEGATI ALLA GESTIONE DEGLI IMPATTI NEGATIVI RILEVANTI, AL POTENZIAMENTO DEGLI IMPATTI POSITIVI E ALLA GESTIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

L'analisi degli IRO (Impatti, Rischi e Opportunità) relativi alla gestione della forza lavoro ha consentito a Juventus di individuare gli ambiti che incidono maggiormente sul benessere delle persone e sulla capacità del Club di creare valore nel lungo periodo. In particolare, gli IRO rappresentano gli effetti, positivi o negativi, che le attività del Club possono generare sulle proprie persone, nonché i rischi e le opportunità che possono influenzare il raggiungimento degli obiettivi strategici e la sostenibilità dell'organizzazione.

Per comprendere tali impatti e orientare le proprie politiche, Juventus adotta un sistema strutturato di ascolto e coinvolgimento delle persone, coordinato dal Dipartimento People, Culture & ESG, che combina strumenti di consultazione formale e occasioni di confronto diretto con la leadership.

Tra le principali iniziative rientrano **Bites & Bonds**, un ciclo di incontri a partecipazione volontaria durante i quali piccoli gruppi di collaboratori hanno l'opportunità di confrontarsi direttamente con il CEO in un contesto informale, favorendo il dialogo, lo scambio di idee e la condivisione di esperienze.

Il Club realizza inoltre la **Cultural Diagnostic Survey**, attraverso la quale raccoglie in modo strutturato la percezione delle persone rispetto alla cultura organizzativa, e promuove iniziative di engagement come **Stories of Strength**, che incoraggiano la condivisione volontaria di esperienze personali di resilienza e vulnerabilità, contribuendo a diffondere una cultura fondata sull'empatia, sul benessere mentale e sul senso di comunità.

Le evidenze raccolte attraverso questi strumenti costituiscono un elemento fondamentale per identificare gli impatti più rilevanti e definire le priorità di intervento del Club. Dall'analisi degli IRO sono emersi quattro ambiti strategici sui quali Juventus concentra le proprie azioni: salute e benessere psicofisico, soddisfazione e coinvolgimento delle persone, attrazione e retention dei talenti e diversità, equità e inclusione.

Il benessere e il coinvolgimento delle persone rappresentano fattori strategici per la crescita sostenibile del Club e, per questo, sono stati integrati tra gli obiettivi del Piano Short Term Incentive (STI) 2025/2026.

La scelta riflette la volontà di rafforzare il ruolo della leadership nella promozione di una cultura organizzativa orientata alla salute, alla prevenzione e alla cura delle persone, riconoscendo tali aspetti come elementi essenziali per il successo sostenibile dell'organizzazione.

In particolare, il Piano ha previsto uno specifico **KPI ESG** volto a promuovere la **diffusione della cultura del benessere attraverso la partecipazione attiva dei destinatari del piano a iniziative dedicate al benessere fisico, mentale e alla prevenzione.** Il raggiungimento dell'obiettivo richiede la partecipazione documentata sia ad attività di promozione dell'attività fisica sia a iniziative formative sui temi della salute, del benessere mentale e della prevenzione.



Attraverso questo meccanismo, il *Leadership Team* assume un ruolo attivo nel promuovere comportamenti virtuosi e nel consolidare una cultura del benessere diffusa e trasversale all'intera organizzazione, contribuendo a rendere la tutela delle persone un elemento concreto della governance aziendale.

Dettagli del KPI – Short & Long Term Incentive 2025/2026

Per il raggiungimento dell'obiettivo è stata richiesta la partecipazione documentata ad almeno un'attività in una delle seguenti categorie:

- Attività fisica (es. programmi sportivi aziendali, utilizzo della palestra interna).
- Formazione su salute, benessere mentale o prevenzione (es. workshop, seminari o percorsi informativi dedicati).

La popolazione target dell'iniziativa ha compreso tutte le persone eleggibili al **Piano STI** (Short Term Incentive) 2025/2026, secondo quanto previsto dal sistema di *banding* aziendale stabilito dal ***Total Reward Framework.*** Il KPI legato al benessere si inserisce in modo coerente all'interno del pilastro **"People First"** della **strategia ESG *Black, White & More***, che promuove l'integrazione dei temi ESG nella cultura organizzativa e nelle attività del Club – sia sportive che corporate. Tale approccio mira a:

Categoria	Fonte dati
Sport *Programme* e palestra	Registro istruttore / accessi palestra
Formazioni salute / mentale / prevenzione	Liste di iscrizione e partecipazione

- favorire percorsi virtuosi di sviluppo, coinvolgimento e benessere delle persone;
- consolidare un ambiente di lavoro che ispiri eccellenza, fiducia e senso di appartenenza a un unico *team*.

Al 30 giugno 2026, chiusura della stagione sportiva, l'obiettivo risulta raggiunto poiché il **60% dei partecipanti** ha garantito il raggiungimento del target richiesto.

Obiettivo ESG | Short Term Incentive 2025/2026	
Campo	**Contenuto atteso**
Descrizione del target	Valorizzare la diffusione della cultura del benessere, attraverso la partecipazione attiva dei destinatari del piano a iniziative aziendali dedicate al *well-being* fisico, mentale e preventivo.
Ambito / perimetro	Persone eleggibili al Piano STI 2025/2026, secondo quanto previsto dal sistema di *banding* aziendale stabilito dal *Total Reward Framework.*
Target quantitativo / qualitativo	Partecipazione ad almeno un'attività fra quelle previste dallo *Sport Programme.*
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2025/2026 (chiusura al 30 giugno 2026).
Responsabile interno	Dipartimento *People, Culture & ESG.*
Collegamento strategico	Pilastro ***"People First"***

I destinatari del piano STI vengono informati attraverso una e-mail all'inizio della stagione sportiva da parte della *Chief People, Culture & ESG Officer* che comunica l'Approvazione del Piano STI annuale da parte del CDA e l'avvio imminente del Piano, che verrà in seguito formalizzato individualmente ai beneficiari con successiva lettera di assegnazione e regolamento, all'interno dei quali sono dettagliati gli obiettivi di performance da raggiungere. Gli obiettivi vengono precedentemente definiti dal responsabile di direzione/funzione, previa condivisione con i propri collaboratori, destinatari del piano, e secondo i requisiti previsti dalla Direzione People, Culture & ESG. Il KPI ESG, parte della scorecard, è invece il medesimo per l'intera popolazione destinataria del piano: all'interno della lettera di assegnazione si trova, dunque, la descrizione dello stesso, che permette al dipendente di essere consapevole di come poter contribuire al raggiungimento. Il KPI ESG non si

caratterizza, dunque, come obiettivo individuale ma di gruppo. La consuntivazione e la relativa comunicazione del raggiungimento o meno del target avviene sempre tramite una apposita e- mail, in cui viene allegata una lettera di dettaglio, inviata dopo la chiusura della stagione sportiva di riferimento.

Nel quadro più ampio della strategia di sostenibilità, Juventus ha inoltre definito un obiettivo strategico in materia di diversità, equità e inclusione, integrandolo nel proprio **Piano LTI** 2024/2025 - 2028/2029 (Long Term Incentive). Il KPI individuato è finalizzato al mantenimento e al miglioramento del punteggio relativo alla **Certificazione per la Parità di Genere UNI/PdR 125:2022**, ottenuta nel giugno 2025 con un risultato pari a 74/100, a seguito dell'audit condotto da un ente accreditato; questo rappresenta un riconoscimento formale dell'impegno della Società nella promozione di un contesto equo, trasparente e inclusivo, e costituisce una base concreta su cui continuare a costruire evoluzioni strutturate e misurabili nel tempo.

A seguito della verifica di sorveglianza, prevista nell'ambito del processo di mantenimento della certificazione e condotta nel giugno 2026 dall'ente certificatore Bureau Veritas, Juventus ha registrato un miglioramento del proprio punteggio arrivando ad una valutazione di 78/100. Si tratta di un risultato che conferma l'impegno costante della Società in materia di parità di genere.

Obiettivo ESG | Long Term Incentive 2025/2026-2027/2028	
Campo	**Contenuto atteso**
Descrizione del target	Mantenimento e miglioramento del punteggio relativo alla Certificazione per la Parità di Genere UNI/PdR 125:2022.
Ambito / perimetro	Persone eleggibili al Piano LTI, secondo quanto previsto dal sistema di *banding* aziendale stabilito dal *Total Reward Framework*.
Baseline	74/100
Target quantitativo	>= 74/100
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo triennale (chiusura al 30 giugno 2028).
Responsabile interno	Dipartimento *People, Culture & ESG*
Collegamento strategico	Pilastro ***"People First"***

S1-6 – CARATTERISTICHE DEI DIPENDENTI DELL'IMPRESA

Ai fini del principio S1-6, la tabella fornisce una panoramica dettagliata delle principali tipologie contrattuali che compongono la forza lavoro di Juventus, suddivise in due aree: personale sportivo e personale corporate. Questa distinzione è funzionale a comprendere la varietà di ruoli e forme contrattuali che caratterizzano un'organizzazione calcistica strutturata come Juventus.

PERSONALE SPORTIVO

Il personale sportivo comprende:

- **Lavoratori dipendenti S1-6**, assunti con contratto subordinato ai sensi del D.Lgs. 36/2021 sul lavoro sportivo. Questa categoria include atleti professionisti, direttori sportivi, allenatori e preparatori atletici. Rientrano nella definizione dell'indicatore S1-6 anche gli atleti con contratto di apprendistato (fattispecie prevista a partire dalla stagione 2023/2024).
- **Lavoratori non dipendenti S1-7**, coinvolti tramite:
  - Collaborazioni Coordinate e Continuative (allenatori, osservatori, preparatori atletici, massofisioterapisti e altre figure di staff) che operano con carattere parasubordinato e non continuativo ovvero qualora vi sia una prevalente occupazione subordinata a favore di un soggetto terzo;
  - **Partita IVA** Tipologia scelta in presenza di specifiche professionalità e specializzazioni che operano ordinariamente in modo autonomo anche mediante iscrizioni ad Albi professionali (es. medici, fisioterapisti ecc.).

Nota: All'interno della categoria "atleti non professionisti" rientrano i giovani calciatori e calciatrici delle squadre giovanili, per i quali non è stato stipulato un contratto di apprendistato o da atleta professionista. Juventus fornisce disclosure anche su questa componente, pur consapevole che, non trattandosi di lavoratori in senso stretto, essi non rientrano nella nozione di "forza lavoro" ai sensi più tradizionali. La loro inclusione risponde tuttavia alla volontà del Club di rappresentare in modo trasparente e completo tutte le persone coinvolte nei propri ecosistemi sportivi, in considerazione anche del numero rilevante di tesserati e del potenziale impatto educativo e formativo su di essi.

PERSONALE CORPORATE

Il personale corporate include:

- **Lavoratori dipendenti S1-6**, suddivisi in dirigenti, ai quali si applica il CCNL Dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi e quadri, impiegati e operai, disciplinati da regolamentazione aziendale interna
- **Lavoratori non dipendenti S1-7**, come tirocinanti extra-curriculari per un periodo di almeno 6 mesi e personale steward, prestatori occasionali ai sensi dell'art. 54 bis D.L. 24 aprile 2017 n. 50 e ss.mm.ii.

Questa composizione del personale riflette una forza lavoro corporate strutturata secondo modelli tradizionali, ma arricchita dalla presenza di figure temporanee e di supporto, che contribuiscono in modo flessibile e mirato alle esigenze operative.

Nel complesso,

LA FORZA LAVORO DI JUVENTUS RIFLETTE LA COMPLESSITÀ ORGANIZZATIVA DI UN GRANDE CLUB CALCISTICO, IN CUI CONVIVONO COMPETENZE SPORTIVE E PROFESSIONALI ETEROGENEE.

La presenza di differenti tipologie contrattuali risponde alla necessità di adattare la struttura occupazionale alle specificità dei ruoli, alla durata delle prestazioni e alla natura delle attività, garantendo al contempo flessibilità operativa e rispetto delle normative di settore.

AREA	CATEGORIA	CONTRATTO	TIPOLOGIA
Personale sportivo	*Atleti professionisti*	Lavoratori subordinati ai sensi della D.Lgs. 36/2021 sui lavoratori sportivi	Lavoratori dipendenti S1-6
	Direttori sportivi		
	Allenatori		
	Preparatori atletici		
	Atleti apprendisti	Contratto di apprendistato	
	Allenatori	Collaborazioni Coordinate Continuative	*Lavoratori non dipendenti S1-7*
	Massofisioterapisti		
	Preparatori atletici		
	Osservatori		
	Altri collaboratori		
	Atleti non professionisti	Tesserati	
	Staff medico	P. IVA	
Personale corporate	*Dirigenti*	CCNL Dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi	Lavoratori dipendenti S1-6
	Quadri	Regolamento interno	
	Impiegati		
	Operai		
	Tirocini	Progetto formativo	Lavoratori non dipendenti S1-7
	Personale in somministrazione	Contratto di somministrazione	
	Steward	Prestatori occasionali	

Numero di dipendenti per genere (Personale sportivo + Corporate)	Stagione 2025 / 2026	Stagione 2024 / 2025
Uomini	401	399
Donne	151	139
Totale dipendenti	**552**	**538**

L'analisi della composizione della forza lavoro evidenzia una prevalenza maschile nell'organico di Juventus, riconducibile principalmente alle caratteristiche strutturali del settore calcistico professionistico. Storicamente, infatti, il calcio professionistico è stato caratterizzato da una limitata presenza femminile, in particolare nei ruoli tecnici, sportivi e di performance, configurando un contesto nel quale tali figure risultano ancora oggi prevalentemente maschili.

Pur operando in questo contesto, Juventus considera la diversità di genere un elemento di valore per lo sviluppo dell'organizzazione e promuove iniziative volte ad ampliare le opportunità di accesso, crescita e valorizzazione del talento. In tale ambito, le principali direttrici di intervento del Club riguardano:

Processi di selezione e sviluppo del talento: Juventus promuove processi di selezione fondati su criteri di meritocrazia, trasparenza, oggettività e pari opportunità. Nel corso della stagione 2025/2026,

IL CLUB HA CONSOLIDATO L'INTRODUZIONE DI PROCESSI DI RECRUITING STRUTTURATI ANCHE PER ALCUNE FIGURE DELL'AREA FOOTBALL, APPLICANDO METODOLOGIE DI VALUTAZIONE OMOGENEE E BASATE SULLE COMPETENZE PER RUOLI QUALI PREPARATORI ATLETICI, FIGURE APICALI DELL'AREA PERFORMANCE E NUTRIZIONISTI.

L'adozione di processi selettivi più strutturati amplia il bacino di ricerca dei candidati e favorisce una maggiore diversificazione dei profili professionali.

Sviluppo del calcio femminile: Juventus continua a investire nello sviluppo del settore giovanile femminile, contribuendo alla crescita del movimento e alla costruzione di un percorso strutturato per le giovani atlete. Nel corso degli anni, il Club ha progressivamente ampliato la propria attività, che oggi comprende squadre dall'Under 10 all'Under 19, offrendo alle ragazze un percorso di crescita tecnica, atletica e personale. Questo modello rappresenta un importante strumento per favorire lo sviluppo del talento femminile e il progressivo accesso al calcio di alto livello, come dimostrano le numerose convocazioni nelle Nazionali giovanili e i percorsi di crescita maturati presso società di Serie A e Serie B.

Un progressivo miglioramento dell'equilibrio di genere emerge inoltre dall'analisi relativa al solo personale corporate, come evidenziato nella tabella seguente.

Numero di dipendenti per genere (Personale Corporate)	Stagione 2025 / 2026	Stagione 2024 / 2025
Uomini	166	161
Donne	107	97
Totale dipendenti	**273**	**258**

L'elevata percentuale di personale con contratto a tempo determinato all'interno dell'organizzazione è principalmente attribuibile alla componente sportiva del Club, che include atleti/e e staff tecnico. In ambito calcistico professionistico, è prassi consolidata che tali figure vengano assunte con contratti a termine, in quanto la normativa vigente non prevede l'applicazione del contratto a tempo indeterminato per queste categorie. Questa caratteristica strutturale del settore sportivo determina una configurazione contrattuale differente rispetto ad altri ambiti aziendali, riflettendo le specifiche esigenze organizzative e operative legate alla stagionalità delle competizioni e alla gestione dinamica delle risorse tecniche. Le numeriche relative alla voce "Articolazione oraria non definita" si riferisce al personale sportivo caratterizzato dall'assenza di una articolazione oraria definita contrattualmente.

Dipendenti per tipo di contratto e genere (Personale sportivo + Corporate) Uomini	Stagione 2025 / 2026			Stagione 2024 / 2025		
	U	D	T	U	D	T
Tempo indeterminato	146	90	**236**	**138**	**86**	**224**
Tempo determinato	255	61	**316**	**261**	**53**	**314**
Totale dipendenti	401	151	**552**	**399**	**139**	**538**
Full-time	164	104	**268**	**159**	**94**	**253**
Part-time	2	3	**5**	**2**	**3**	**5**
Articolazione oraria non definita	235	44	**279**	**238**	**42**	**280**
Totale dipendenti	**401**	**151**	**552**	**399**	**139**	**538**

U: Uomini D: Donne T: Totale

Per garantire una maggiore trasparenza e consentire una lettura più accurata della qualità dell'occupazione, Juventus ha predisposto una seconda tabella che prende in considerazione esclusivamente il personale corporate (ovvero dipendenti non legati all'area sportiva). In questa componente, che include ruoli manageriali, amministrativi, comunicativi e di supporto alle attività operative del Club, si rileva una quasi totale prevalenza di contratti a tempo indeterminato, a conferma della stabilità e continuità del rapporto di lavoro applicabili in questi ambiti.

Dipendenti per tipo di contratto e genere (Personale Corporate)	Stagione 2025 / 2026			Stagione 2024 / 2025		
	U	D	T	U	D	T
Tempo indeterminato	145	90	**235**	**137**	**86**	**223**
Tempo determinato	21	17	**38**	**24**	**11**	**35**
Totale dipendenti	166	107	**273**	**161**	**97**	**258**
Full-time	164	104	**268**	**159**	**94**	**253**
Part-time	2	3	**5**	**2**	**3**	**5**
Articolazione oraria non definita	0	0	**0**	**0**	**0**	**0**
Totale dipendenti	**166**	**107**	**273**	**161**	**97**	**258**

U: Uomini D: Donne T: Totale

In continuità con quanto evidenziato in merito alla tipologia contrattuale, anche i dati relativi al personale in entrata e in uscita, così come il tasso di turnover in uscita, risultano influenzati in modo significativo dalla composizione del personale sportivo. Le caratteristiche contrattuali e organizzative di quest'area, soggetta a frequenti variazioni stagionali, determinano un ricambio fisiologico più elevato rispetto ad altri settori dell'organizzazione.

Numero e tasso di turnover dei dipendenti (Personale sportivo + Corporate)	Stagione 2025 / 2026	Stagione 2024 / 2025
Numero di dipendenti totali al 30/06/2026	552	538
Numero di nuove assunzioni	224	253
Numero di dipendenti usciti	207	140
Tasso di turnover in uscita	**37,5%**	**26%**

NOTA METODOLOGICA

Il tasso di turnover in uscita è stato calcolato come rapporto tra il numero di dipendenti usciti e il numero di dipendenti totali al 30/06/2026; in particolare:

- Per quanto riguarda il denominatore: le numeriche sul personale si considerano al 30 giugno 2026 (termine stagione sportiva 25/26).
- Per quanto riguarda il numeratore: sono state considerate tutte le uscite verificatesi nel corso della stagione 2025/2026; le persone cessate con data 30 giugno 2026 risultano ancora presenti in tale data essendo l'uscita effettiva dal 1° luglio 2026.
- Le numeriche relative al personale in entrata e uscita sono influenzate dalla stagionalità dei contratti del personale sportivo che prevedono una cessazione alla fine della stagione (30 giugno) ed un eventuale riassunzione successiva.
- Il dato comparativo è stato modificato a seguito di un aggiornamento metodologico.

Per offrire una rappresentazione più aderente alla realtà aziendale nella sua componente stabile, Juventus ha pertanto elaborato una seconda tabella riferita esclusivamente al personale corporate. In quest'ambito, il tasso di turnover risulta sensibilmente più contenuto, riflettendo una maggiore continuità occupazionale e un minore grado di mobilità.

Numero e tasso di turnover dei dipendenti (Personale Corporate)	Stagione 2025 / 2026	Stagione 2024 / 2025
Numero di dipendenti totali al 30/06/2026	273	258
Numero di nuove assunzioni	46	35
Numero di dipendenti usciti	28	31
Tasso di turnover in uscita	**10%**	**12%**

NOTA METODOLOGICA

Il tasso di turnover in uscita è stato calcolato come rapporto tra il numero di dipendenti corporate usciti e il numero di dipendenti corporate totali al 30/06/2026; in particolare:

- Per quanto riguarda il denominatore: le numeriche sul personale si considerano al 30 giugno 2026 (termine stagione sportiva 2025/2026).
- Per quanto riguarda il numeratore: sono state considerate tutte le uscite verificatesi nel corso della stagione 2025/2026; le persone cessate con data 30 giugno 2026 risultano ancora presenti in tale data essendo l'uscita effettiva dal 1° luglio 2026.
- Il dato comparativo è stato modificato a seguito di un aggiornamento metodologico.

SISTEMA DI RACCOLTA DATI RELATIVI AI LAVORATORI DIPENDENTI

I dati e le informazioni riportati in relazione alle caratteristiche del personale e ai relativi indicatori previsti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive (ad esempio: composizione della forza lavoro, turnover, formazione, infortuni, ecc.) sono espressi in termini di headcount e sono stati raccolti, ove disponibili, tramite il sistema informatico per la gestione delle risorse umane.

I dati sono stati successivamente aggregati e validati dal Dipartimento People, Culture & ESG al fine di garantirne coerenza, completezza e accuratezza rispetto agli indicatori richiesti.

Il numero totale di dipendenti riportato nella presente disclosure è coerente con quanto riportato nel Bilancio Consolidato del Gruppo al 30 giugno 2026, riferendosi al medesimo perimetro di rendicontazione.

S1-7 – CARATTERISTICHE DEI LAVORATORI NON DIPENDENTI NELLA FORZA LAVORO PROPRIA DELL'IMPRESA

Come anticipato nella sezione precedente, tra i lavoratori non dipendenti di Juventus, rientrano i professionisti inquadrati con Collaborazioni Coordinate e Continuative (allenatori, osservatori, preparatori atletici e massofisioterapisti), con partita IVA (staff medico), i tirocinanti e gli steward, espressi in termini di headcount.

Tale inquadramento riflette le diverse esigenze operative della struttura sportiva, dove coesistono professionisti con ruoli full-time e specialisti con collaborazioni più flessibili.

Di seguito, invece, è riportato un approfondimento su un'altra categoria di lavoratori non dipendenti, cioè quella degli steward. Conformemente alle disposizioni previste dal Decreto del Ministro dell'Interno, nonché alle direttive della FIGC e della Lega Serie A, Juventus implementa un sistema strutturato di stewarding per garantire lo svolgimento degli eventi in condizioni di ordine, sicurezza e accoglienza. Gli steward svolgono mansioni fondamentali, tra cui:

- accoglienza e orientamento del pubblico;
- controllo e sicurezza;
- assistenza agli spettatori;
- gestione delle emergenze.

Gli steward sono inquadrati come prestatori occasionali ai sensi dell'art. 54-bis del D.L. 24 aprile 2017 n. 50 e ss.mm.ii., e rientrano quindi tra i lavoratori non dipendenti secondo quanto previsto dal principio ESRS S1-7.

In merito ai dati relativi alla forza lavoro impiegata in attività di stewarding per la stagione 2025/2026, si riportano le seguenti informazioni:

- Numero totale di steward formati e contattabili al 30/06/2026: 856. Tale dato riflette la numerica di persone che hanno dato conferma di disponibilità per la stagione 2025/2026. Juventus procede con la richiesta di disponibilità per ogni singolo evento circa 10 giorni prima della partita e i collaboratori, a seconda della disponibilità personale, confermano o declinano la presenza.
- Ogni steward ha partecipato a un percorso formativo obbligatorio che include moduli teorici e pratici sulle norme di sicurezza, sulla gestione delle emergenze e sull'interazione con il pubblico.
- Due team dedicati alle persone con disabilità rispettivamente nei settori Nord e Sud guidati da un supervisor. Nei corsi steward organizzati da Juventus - in qualità di ente formatore accreditato dall'ONMS (Osservatorio Nazionale sulle Manifestazioni Sportive) sono previste 2 ore per la lezione di LIS (Lingua dei Segni Italiana).

- Numero medio di steward attivi per evento presso l'Allianz *Stadium*: 530. Tale valore varia in base alla criticità della partita, secondo le valutazioni effettuate prima di ogni incontro.
- Prima di ciascun evento, viene svolto un briefing pre-partita a cui tutti gli steward partecipano per ricevere aggiornamenti sulle specifiche procedure operative, piani di evacuazione e coordinamento con le forze dell'ordine.

Queste attività rappresentano un elemento chiave per la gestione responsabile degli eventi sportivi, assicurando un ambiente controllato e sicuro per tutti i partecipanti.



Lavoratori non dipendenti nella propria forza lavoro	Stagione 2025 / 2026	Stagione 2024 / 2025
Steward contattabili	856	859
Atleti non professionisti	402	402
Allenatori, massofisioterapisti, preparatori atletici, osservatori, altri collaboratori inquadrati con contratto di collaborazione coordinata e continuativa	87	88
Staff medico	54	64
Tirocini	7	1
Personale in somministrazione	2	0
Totale lavoratori non dipendenti	**1.408**	**1.414**

SISTEMA DI RACCOLTA DATI RELATIVI AI LAVORATORI NON DIPENDENTI

I dati e le informazioni riportati in relazione alle caratteristiche dei lavoratori non dipendenti e ai relativi indicatori previsti dalla Corporate Sustainability Reporting Directive sono stati raccolti, ove disponibili, tramite il sistema informatico per la gestione delle risorse umane.

I dati sono stati successivamente aggregati e validati dal Dipartimento People, Culture & ESG e, nel caso degli steward, dal Team Operations, al fine di garantirne coerenza, completezza e accuratezza rispetto agli indicatori richiesti.

S1-8 – COPERTURA DELLA CONTRATTAZIONE COLLETTIVA E DIALOGO SOCIALE

Al personale corporate Juventus applica le condizioni contrattuali stabilite direttamente con i propri dipendenti in linea alle best practice locali e di settore e nel rispetto della Regolamentazione Aziendale che sostituisce la Contrattazione Collettiva a cui si rinvia unicamente per i minimi retributivi ex art. 36 Costituzione. I dipendenti della branch estera di Hong Kong non sono coperti da contratti collettivi; tuttavia, le condizioni contrattuali sono disciplinate dalla legislazione locale vigente. Nel caso dei lavoratori sportivi, gli accordi collettivi risultano sottoscritti solo da alcune associazioni di categoria.

Il dato relativo al numero di dipendenti coperti da contratti collettivi è pari a 215 e include le seguenti categorie:

- Dirigenti;
- Atleti e apprendisti settore maschile ad esclusione di allenatori e staff;
- Atlete Prima Squadra femminile e relativo staff;
- Primo Allenatore della Primavera Femminile;
- Dipendenti del J Hotel.

Lavoratori coperti da contratti collettivi	Stagione 2025 / 2026	Stagione 2024 / 2025
Numero di dipendenti coperti da contratti collettivi	215	90
Numero totale di dipendenti	552	538
Percentuale di dipendenti coperti da contratti collettivi	**39%**	**17%**

A seguito dell'accordo del 31 luglio 2025, gli atleti del settore maschile risultano coperti da contratto collettivo, motivo per cui il numero totale di dipendenti coperti da contratti collettivi risulta in aumento rispetto alla stagione precedente.

Stagione 2025 / 2026		
Tasso di copertura	**Copertura della contrattazione colletiva** Lavoratori dipendenti- SEE	**Dialogo sociale** Lavoratori dipendenti- SEE
0-19%	0	-
20-39%	Italia (39%)	-
40-59%	0	-
60-79%	0	-
80-100%	0	-

Stagione 2024 / 2025		
Tasso di copertura	**Copertura della contrattazione colletiva** Lavoratori dipendenti- SEE	**Dialogo sociale** Lavoratori dipendenti- SEE
0-19%	Italia (17%)[a]	-%
20-39%	-	-
40-59%	-	-
60-79%	-	-
80-100%	-	-

Alla data di rendicontazione, **non sono presenti rappresentanze sindacali attive all'interno dell'organizzazione**, né sono operativi comitati aziendali o altri organismi di rappresentanza formale dei lavoratori.

Di conseguenza, il numero di dipendenti che lavorano in stabilimenti con rappresentanti dei lavoratori è pari a zero.

Dipendenti coperti dai rappresentanti dei lavoratori	Stagione 2025 / 2026	Stagione 2024 / 2025
Numero di dipendenti che lavorano in stabilimenti con rappresentanti dei lavoratori	0	0
Numero totale di dipendenti	552	538
Percentuale di dipendenti coperti da rappresentanti dei lavoratori	**0%**	**0%**

S1-9 – METRICHE DELLA DIVERSITÀ

Juventus monitora con attenzione la composizione della propria forza lavoro in relazione a variabili chiave legate alla diversità, con particolare riferimento al genere e ai gruppi di età. Le tabelle che seguono offrono una rappresentazione sintetica del profilo demografico del personale alla data del 30 giugno 2026, con un focus specifico sul top management ("Top Management") e sulla distribuzione per fascia anagrafica.

I dati evidenziano una prevalenza di uomini all'interno del Top Management (77,8%) rispetto alle donne (22,2%). Questo riflette ancora una volta le caratteristiche del settore calcistico e sportivo in cui il Club opera, storicamente connotato da una predominanza maschile nei ruoli apicali, pur riconoscendo l'importanza di promuovere una maggiore inclusione anche a questo livello. Juventus sta infatti lavorando per rafforzare la presenza femminile in ruoli strategici, anche attraverso percorsi di sviluppo interni e attività mirate alla valorizzazione del talento femminile.

Tale impegno verso l'equità è stato formalmente riconosciuto con l'ottenimento della **Certificazione UNI/PdR 125:2022** sulla parità di genere, che attesta la volontà del Club di adottare politiche e misure concrete per favorire un ambiente di lavoro equo, inclusivo e orientato alla valorizzazione del talento. L'analisi condotta durante il processo di certificazione ha al contempo evidenziato aree di miglioramento, tra cui l'incremento della rappresentanza femminile nei ruoli di vertice, elemento chiave per una governance sempre più equilibrata e rappresentativa.

In linea con l'obiettivo di rendere sempre più trasparenti, equi e coerenti i percorsi di crescita professionale, nel corso della stagione 2025/2026 Juventus ha avviato la progettazione del **Career Development Framework**, un modello pensato per definire un approccio strutturato e condiviso allo sviluppo professionale delle persone all'interno del Club.

La finalizzazione del progetto e il successivo rilascio del Career Development Framework sono previsti nel corso della stagione 2026/2027, completando un percorso volto a rafforzare ulteriormente la trasparenza dei criteri di crescita professionale, la valorizzazione del merito e la coerenza dei processi di sviluppo delle persone all'interno di Juventus.

La distribuzione per fasce d'età evidenzia una struttura equilibrata e diversificata: il 44% del personale rientra nella fascia tra i 30 e i 50 anni, seguito dal 38% under 30 e dal 18% over 50. Questa composizione riflette una forza lavoro dinamica, in cui coesistono profili junior e senior, contribuendo a un mix generazionale ricco e stimolante.



Dipendenti per genere e categoria	Stagione 2025 / 2026			Stagione 2024 / 2025		
	U	D	T	U	D	T
Top Management[23]	7	2	9	4	2	6

U: Uomini D: Donne T: Totale

% del Top Management per genere e categoria	Stagione 2025 / 2026			Stagione 2024 / 2025		
	U	D	T	U	D	T
Top Management[24]	77,80%	22,20%	100%	66,7%	33,3%	100%

Dipendenti per gruppi di età	Stagione 2025 / 2026				Stagione 2024 / 2025			
	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	Totale	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	Totale
Totale	207	245	100	**552**	184	258	96	**538**

% di dipendenti per gruppi di età	Stagione 2025 / 2026				Stagione 2024 / 2025			
	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	Totale	< 30 anni	30 - 50 anni	> 50 anni	Totale
Totale	38%	44%	18%	**100%**	34%	48%	18%	**100%**

Tali dati riflettono l'impegno di Juventus nel riconoscere e valorizzare le differenze intergenerazionali come un elemento distintivo della propria cultura organizzativa, promuovendo un ambiente di lavoro in cui l'innovazione, la condivisione di esperienze e il trasferimento di competenze possano generare valore trasversale, rafforzando collaborazione, apprendimento continuo e senso di appartenenza.

S1-10 – SALARI ADEGUATI

Juventus garantisce a tutti i dipendenti, a prescindere dal genere o dalla tipologia contrattuale, salari di ingresso almeno pari ai minimi stabiliti dalla legge o dai contratti collettivi applicabili. Questo approccio riflette l'impegno del Club verso la promozione dell'equità retributiva e la costruzione di un ambiente di lavoro fondato su criteri di trasparenza, meritocrazia e giustizia sociale. L'adeguatezza salariale viene costantemente monitorata anche in relazione al mercato di riferimento, al fine di valorizzare le competenze interne e sostenere il benessere economico dei lavoratori lungo tutto il loro percorso professionale.

In quest'ottica, Juventus ha adottato nel 2022 il sistema di remunerazione denominato **"Total Reward Framework"** descritto nella sezione S1-1 – POLITICHE RELATIVE ALLA FORZA LAVORO PROPRIA.

La promozione di una cultura fondata su equità, inclusione e trasparenza, è inoltre in linea con la Direttiva (UE) 2023/970 sulla Trasparenza Retributiva, e con il recente D.Lgs. 7 maggio 2026, n.96, con il quale tale normativa viene recepita all'interno dell'ordinamento italiano, volta a rafforzare il principio della parità salariale per lavori uguali o di pari valore e promuovere pratiche retributive sempre più trasparenti.

Juventus ha comunicato alle sue persone che ogni anno verranno informate della possibilità di richiedere e ricevere dati aggregati sulla retribuzione minima e media, suddivisi per genere, relativi alla categoria professionale di appartenenza.

A partire da giugno 2027, inoltre, si potrà conoscere anche il dato aggregato relativo al divario retributivo di genere della rispettiva categoria professionale, e dalla analisi svolte già attualmente Juventus risulta allineata agli obiettivi della Direttiva Europea sulla Trasparenza Retributiva. Sulla base dei dati attualmente disponibili, infatti, non emerge alcun divario retributivo di genere superiore al 5% tra donne e uomini nelle diverse categorie professionali presenti in azienda. L'obiettivo di questo percorso è continuare a garantire criteri retributivi sempre più oggettivi, trasparenti e neutrali rispetto al genere, rendendo la trasparenza un elemento concreto della nostra cultura organizzativa.

[23] Per *Top Management* si intende il *Leadership Team* di Juventus.
[24] Per *Top Management* si intende il *Leadership Team* di Juventus.

S1-11 – PROTEZIONE SOCIALE

I livelli di protezione sociale offerti da Juventus ai propri lavoratori dipendenti sono conformi agli standard di legge vigenti. Tutti i lavoratori dipendenti di Juventus godono di una copertura di previdenza sociale, come mostrato nella tabella sottostante.

Lavoratori dipendenti e non coperti dalla previdenza sociale	*UdM*	*Stagione 2025/2026*	*Stagione 2024/2025*
Numero totale di dipendenti che hanno accesso a forme di sicurezza sociale	n.	552	538
Numero totale di dipendenti		552	538
Percentuale di dipendenti coperti da previdenza sociale	%	*100%*	*100%*

S1-12 – PERSONE CON DISABILITÀ

In continuità con il percorso intrapreso nelle stagioni precedenti, Juventus conferma il proprio impegno nel favorire l'inclusione lavorativa delle persone con disabilità, promuovendo un approccio fondato sulle competenze, sulle pari opportunità e sulla valorizzazione del potenziale individuale.

Pur non avendo registrato, nel corso della stagione 2025/2026, nuovi inserimenti attraverso i progetti dedicati, il Club ha proseguito le attività di confronto e collaborazione con la rete territoriale, mantenendo un dialogo costante con **CasaOz** e **MagazziniOz**, partner con cui condivide l'obiettivo di favorire percorsi di inclusione lavorativa sostenibili e di qualità.

Le persone inserite in Juventus attraverso queste progettualità continuano a essere accompagnate nel proprio percorso professionale attraverso un confronto costante tra il Club, i responsabili di funzione e i partner coinvolti. Particolare attenzione viene dedicata alla definizione e al monitoraggio delle attività assegnate, con un processo continuo di verifica e, ove necessario, di ridefinizione del ruolo, affinché le mansioni siano coerenti sia con le competenze della persona sia con le esigenze organizzative.

I manager sono attivamente coinvolti nell'individuare eventuali necessità di supporto, sviluppo o revisione delle attività, contribuendo a creare un contesto di lavoro inclusivo e orientato alla crescita. In quest'ottica, per una delle risorse inserite è stato definito un percorso formativo su competenze tecniche precedentemente non possedute, con l'obiettivo di ampliare il perimetro delle attività gestibili, favorirne lo sviluppo professionale e rafforzarne il contributo all'interno del team.

La collaborazione con queste realtà continua a rappresentare un elemento strategico della politica di inclusione di Juventus, consentendo al Club di mantenere un presidio attivo sul territorio, approfondire le opportunità di inserimento e valorizzare, in occasione delle future esigenze organizzative, candidature provenienti da percorsi dedicati all'inclusione lavorativa.

Attraverso il mantenimento e il consolidamento di queste relazioni, Juventus conferma la volontà di contribuire allo sviluppo di un mercato del lavoro sempre più inclusivo, nella convinzione che la diversità rappresenti un valore per le persone, per l'organizzazione e per la comunità di riferimento.

Dipendenti con disabilità suddivisi per genere, salvo restrizioni giuridiche in materia di raccolta dei dati (Personale sportivo + Corporate)	Stagione 2025 / 2026			Stagione 2024 / 2025		
	U	D	T	U	D	T
Numero totale di dipendenti	401	151	552	399	139	538
Numero di dipendenti con disabilità	5	2	7	5	1	6
% di dipendenti con disabilità	1,25%	1,3%	1,27%	1,25%	0,72%	1,12%

Anche per la stagione 2025/2026, ai fini dell'applicazione degli obblighi previsti dalla Legge 68/1999, il calcolo della quota d'obbligo continua a escludere la forza lavoro afferente all'Area Football, quali atleti e staff tecnici. La base di riferimento per la determinazione del target occupazionale comprende pertanto esclusivamente dirigenti, quadri, impiegati e operai. La tabella seguente riporta la percentuale di dipendenti con disabilità riferita al solo personale corporate.

U: Uomini D: Donne T: Totale

Dipendenti con disabilità suddivisi per genere, salvo restrizioni giuridiche in materia di raccolta dei dati (Personale Corporate)	Stagione 2025 / 2026			Stagione 2024 / 2025		
	U	D	T	U	D	T
Numero totale di dipendenti	166	107	273	161	97	258
Numero di dipendenti con disabilità	5	2	7	5	1	6
% di dipendenti con disabilità	3%	1,9%	2,6%	3,11%	1,03%	2,33%



S1-13 – METRICHE DI FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Per Juventus, la formazione rappresenta una leva strategica per accompagnare l'evoluzione del Club e sostenere la crescita delle persone. In coerenza con quanto previsto dalla **strategia People & Culture,** oltre che dalla **Policy People First**, lo sviluppo delle competenze costituisce parte integrante del sistema di gestione delle risorse umane e contribuisce alla costruzione di un'organizzazione sempre più competente, responsabile e orientata al cambiamento.

La **filosofia di *Learning & Development*** adottata dal Club si fonda sulla convinzione che la crescita professionale sia un percorso condiviso tra organizzazione e persone. Se da un lato Juventus mette a disposizione strumenti, opportunità e percorsi di sviluppo, dall'altro promuove un ruolo sempre più attivo dei collaboratori nell'individuazione delle competenze da sviluppare e nella costruzione del proprio percorso di apprendimento. In linea con le più recenti evoluzioni del Learning & Development, il Club promuove un modello di apprendimento continuo, personalizzato e orientato all'autonomia, nel quale ciascuna persona è protagonista del proprio sviluppo professionale.

Anche nel corso della stagione 2025/2026, in continuità con il progetto **People First – *Empower People, Lead the Change***, è stata realizzata una raccolta strutturata dei fabbisogni formativi coinvolgendo i People Manager di tutte le funzioni aziendali. Le esigenze emerse sono state analizzate e integrate nella definizione del piano formativo annuale, che combina iniziative obbligatorie, necessarie a garantire il rispetto dei requisiti normativi e di compliance, con un'ampia offerta di formazione volontaria, costruita a partire dagli interessi, dalle aspirazioni e dai bisogni di sviluppo espressi dalle persone.

L'offerta formativa è stata articolata su tre direttrici strategiche – **Competences, Skills e Wellbeing** – con l'obiettivo di accompagnare lo sviluppo delle competenze tecniche, manageriali e trasversali, sostenendo al tempo stesso il benessere delle persone e la capacità dell'organizzazione di affrontare le sfide future.

Competences | Preparare le persone alle competenze del futuro

Nel corso della stagione 2025/2026 Juventus ha consolidato il proprio percorso di diffusione dell'Intelligenza Artificiale, dando continuità ai progetti **Am (A)I Smart?** e **AI Evolution** attraverso il programma **Copilot 4All.**

L'iniziativa ha coinvolto l'intera popolazione aziendale, incluso il *Leadership Team*, confermando la volontà del Club di accompagnare l'adozione dell'Intelligenza Artificiale non solo attraverso la disponibilità di nuovi strumenti, ma soprattutto attraverso lo sviluppo delle competenze necessarie per utilizzarli in modo consapevole ed efficace.

A tutte le persone sono stati messi a disposizione gli strumenti **Microsoft Copilot**, accompagnati da un percorso formativo fortemente orientato alla sperimentazione pratica. Attraverso workshop, casi d'uso e momenti di confronto, i partecipanti hanno individuato opportunità di automazione e ottimizzazione dei processi aziendali, sviluppando anche agenti dedicati in grado di semplificare attività ripetitive e aumentare l'efficienza operativa.

Parallelamente, Juventus ha proseguito il proprio investimento nello sviluppo delle **competenze tecniche e digitali** attraverso un'offerta formativa accessibile a tutta la popolazione aziendale. Nel corso della stagione sono stati organizzati percorsi dedicati all'approfondimento degli strumenti di produttività individuale, tra cui corsi di Microsoft Excel, con l'obiettivo di rafforzare le competenze digitali a supporto delle attività quotidiane.

In continuità con la stagione precedente, è inoltre proseguita la collaborazione con **goFLUENT**, la piattaforma di language learning messa a disposizione di tutte le persone del Club. La piattaforma consente di sviluppare competenze linguistiche in numerose lingue attraverso un percorso di apprendimento flessibile, che combina contenuti digitali fruibili in autonomia con sessioni di conversazione di gruppo guidate da docenti madrelingua. Anche nel corso della stagione 2025/2026 è stata confermata la possibilità di estendere gratuitamente l'accesso alla piattaforma a un familiare o a un amico, favorendo ulteriori occasioni di pratica e apprendimento anche al di fuori del contesto lavorativo.

Attraverso queste iniziative, Juventus continua a promuovere un modello di apprendimento continuo, accessibile e orientato all'autonomia delle persone, mettendo a disposizione strumenti che consentano a ciascuno di sviluppare le competenze necessarie per affrontare l'evoluzione del proprio ruolo e del contesto organizzativo.

Skills | Valorizzare i punti di forza

Accanto allo sviluppo delle competenze tecniche, Juventus continua a investire nella crescita delle competenze manageriali e trasversali, riconoscendole come un elemento essenziale per sostenere l'evoluzione organizzativa del Club.

Nel corso della stagione sono stati realizzati percorsi dedicati allo sviluppo di competenze chiave, tra cui il public speaking, mentre il team People & Culture ha partecipato a un master specialistico sulla comunicazione interna, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il ruolo strategico della funzione nell'accompagnare il cambiamento organizzativo.

Come anticipato in precedenza, Juventus ha inoltre scelto di mettere a disposizione dell'intera popolazione aziendale il CliftonStrengths Assessment nell'ambito del percorso Culture, Values & Behaviours Labs. L'utilizzo di questo strumento consente a ciascuna persona di conoscere e approfondire i propri talenti dominanti, in coerenza con la filosofia di sviluppo delle persone.

L'iniziativa è coerente con l'approccio strengths-based secondo cui il massimo sviluppo delle persone si realizza valorizzando ciò che ciascuno sa fare meglio, piuttosto che concentrarsi esclusivamente sulle aree di miglioramento. L'obiettivo è favorire una maggiore consapevolezza dei propri punti di forza, aiutando ogni persona a comprendere come mettere i propri talenti al servizio del team e dell'organizzazione. Questo approccio riflette la convinzione del Club che coinvolgimento, performance e benessere siano strettamente connessi alla possibilità di esprimere il proprio potenziale e di contribuire al raggiungimento degli obiettivi comuni facendo leva sulle proprie capacità distintive.

CINQUE PILASTRI STRATEGICI



TALENT MANAGEMENT PROGRAMME | COSTRUIRE LA LEADERSHIP DI DOMANI

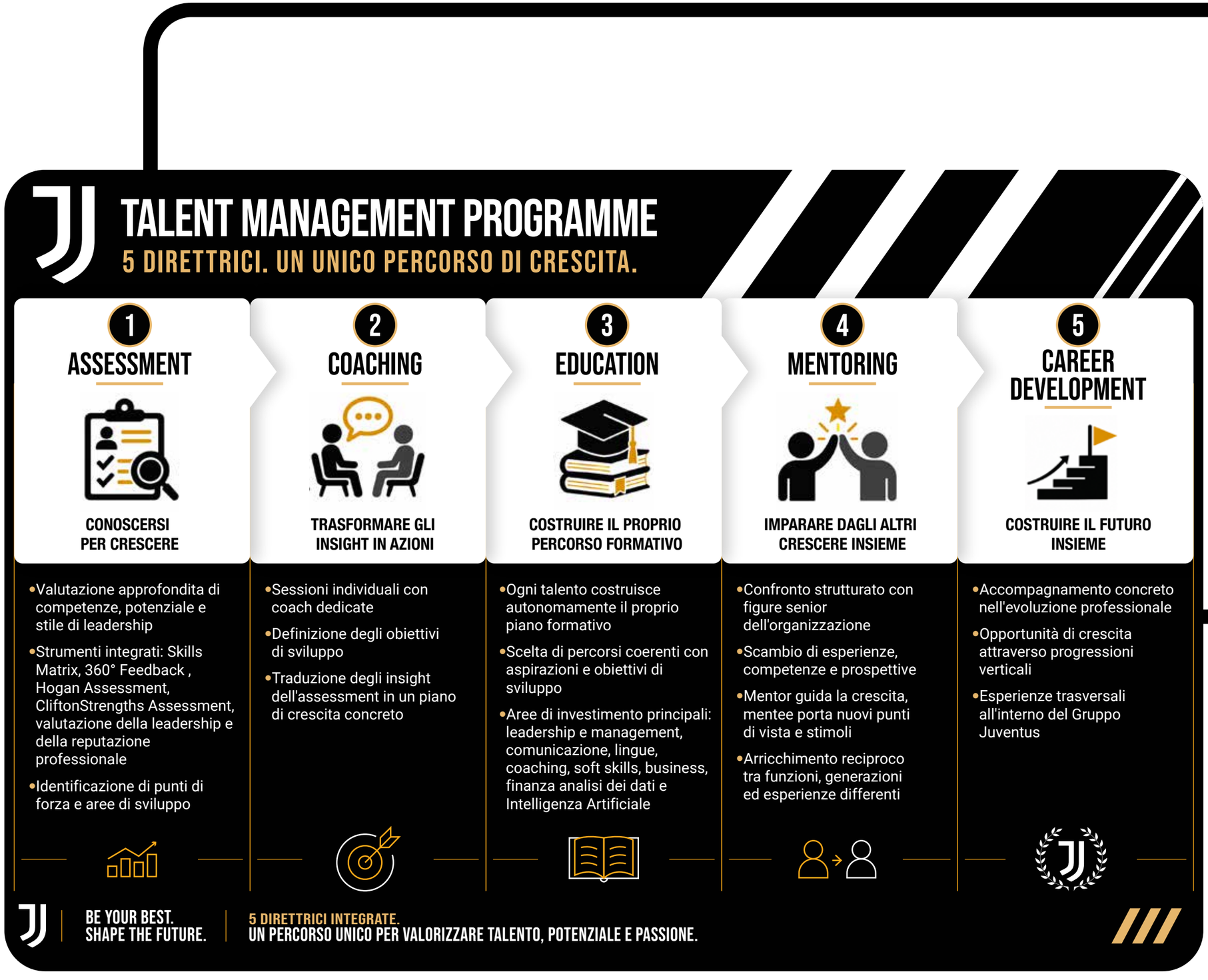
Juventus continua a investire nello sviluppo della leadership interna attraverso il Talent Management Programme (TMP), un percorso biennale dedicato alle persone ad alto potenziale dell'organizzazione.

Lanciato nel 2022, il programma si sviluppa su cicli di due anni: la prima edizione si è svolta tra il 2022 e il 2024, mentre la seconda, avviata nel 2024, si è conclusa nel giugno 2026. Il TMP nasce con l'obiettivo di sviluppare la futura leadership del Club, valorizzare il talento interno, favorire l'innovazione e accompagnare la trasformazione organizzativa, contribuendo al contempo alla crescita professionale delle persone e alla continuità del business. I partecipanti vengono individuati attraverso un processo di selezione che coinvolge attivamente i People Manager, chiamati a identificare le persone che dimostrano elevato potenziale di crescita, capacità di assumersi responsabilità, orientamento all'innovazione, attitudine alla leadership e capacità di trasformare le sfide in opportunità di sviluppo.

La seconda edizione ha coinvolto 16 Talenti, selezionati trasversalmente tra tutte le funzioni aziendali, garantendo una rappresentanza equilibrata di aree di business, livelli organizzativi e profili professionali. Il programma si rivolge infatti a persone che si trovano in momenti diversi del proprio percorso di crescita – dagli Emerging Talents, orientati a rafforzare le competenze tecniche del proprio ruolo, ai Growing Talents, chiamati a sviluppare capacità manageriali, fino ai Future Leaders, manager che desiderano consolidare ulteriormente il proprio stile di leadership.

Il percorso si articola lungo cinque direttrici di sviluppo, integrate tra loro e progettate per accompagnare ogni partecipante in un'esperienza di crescita completa:

- Assessment
- Coaching
- Education
- Mentoring
- Career Development



Rispetto alla precedente edizione, il programma ha assunto una connotazione ancora più esperienziale e orientata alla responsabilizzazione dei partecipanti.

Al termine del percorso, i talent hanno realizzato una presentazione di gruppo rivolta al *Leadership Team*, condividendo le principali esperienze maturate durante il biennio, gli apprendimenti sviluppati e il contributo che il programma ha avuto sul loro percorso di crescita professionale. I partecipanti hanno inoltre preso parte a una riunione del *Leadership Team*, vivendo dall'interno uno dei principali momenti di confronto strategico del Club e acquisendo una maggiore consapevolezza delle dinamiche decisionali, delle priorità organizzative e delle sfide che caratterizzano la governance aziendale.

L'efficacia del programma trova conferma anche nei percorsi di crescita dei partecipanti: tutte le persone ancora presenti in Juventus hanno assunto, nel corso del programma, ruoli di maggiore responsabilità, attraverso progressioni verticali o un ampliamento del proprio perimetro di attività. Più in generale, i risultati conseguiti nelle prime due edizioni confermano il **Talent Management Programme** come uno dei principali strumenti attraverso cui il Club valorizza il talento interno, rafforza la leadership diffusa e costruisce una solida pipeline di successione per il futuro.



Formazione ESG e sviluppo della cultura della sostenibilità

Nel corso della stagione 2025/2026, Juventus ha promosso diverse iniziative formative e di sensibilizzazione sui temi ESG, con l'obiettivo di rafforzare la consapevolezza interna rispetto alla sostenibilità ambientale e sociale, all'inclusione, alla prevenzione delle discriminazioni e alla responsabilità individuale nei comportamenti quotidiani.

Tali attività si inseriscono nel percorso di integrazione progressiva dei principi ESG nella cultura aziendale del Club e sono state sviluppate attraverso strumenti digitali, momenti formativi dedicati, esperienze di coinvolgimento diretto e percorsi rivolti a specifiche categorie di popolazione aziendale. A riguardo si segnalano:

- **AWorld** | Un primo ambito di intervento ha riguardato la collaborazione con AWorld, piattaforma digitale di Sustainability People Engagement basata su contenuti formativi, quiz, suggerimenti comportamentali e logiche di gamification. Attraverso una community aziendale dedicata, attiva fino a gennaio 2026, i dipendenti sono stati invitati ad approfondire i principi chiave dell'Agenda 2030 e della sostenibilità, registrando azioni quotidiane legate, ad esempio, alla mobilità sostenibile e al risparmio energetico. L'iniziativa ha previsto anche una classifica interna mensile, pensata per favorire partecipazione e senso di squadra.
- **Portraits of Identity, Inclusion & Youth** | Accanto agli strumenti digitali, Juventus ha valorizzato modalità formative di tipo esperienziale. In questo contesto rientra la mostra fotografica Portraits of Identity, Inclusion & Youth, dedicata a Juventus One e inaugurata il 3 dicembre 2025 presso lo Juventus Headquarter. Pur essendo descritta in modo più approfondito nella sezione dedicata alle comunità interessate, nell'ambito della formazione interna l'iniziativa ha rappresentato un'occasione di sensibilizzazione sui temi della disabilità e dell'inclusione anche per la popolazione aziendale, inclusi atleti e atlete delle Prime Squadre, dipendenti, staff e figure tecniche del Club. La mostra ha raccontato Juventus One attraverso undici ritratti e undici storie di atleti, favorendo una riflessione diretta sul valore dello sport come strumento di crescita, appartenenza e inclusione.
- **Ambassador Fondazione Libellula** | La collaborazione con Fondazione Libellula, per la prevenzione e il contrasto alla violenza di genere, è proseguita anche nella Stagione oggetto di rendicontazione ed ha visto la realizzazione di una campagna di sensibilizzazione, di percorsi formativi e di eventi rivolti ai dipendenti per i quali si rimanda all'indicatore S3-4.
- **Positive Impact Hub** | Infine, la prima edizione del Positive Impact Hub, conclusa al 30 giugno 2026, ha rappresentato un ulteriore strumento di apprendimento e coinvolgimento attivo sui temi ESG. Il gruppo, composto da dipendenti selezionati attraverso candidatura volontaria, ha promosso l'ideazione e lo sviluppo di iniziative bottom-up, contribuendo alla diffusione della cultura della sostenibilità e del benessere all'interno dell'organizzazione. In chiave formativa, l'Hub ha favorito un percorso di apprendimento collaborativo, basato sul confronto tra funzioni diverse, sulla co-creazione di idee e sulla capacità dei partecipanti di agire come ambassador del cambiamento positivo nella comunità Juventus.

Nel complesso, le attività realizzate hanno contribuito a rafforzare la diffusione interna delle competenze ESG, affiancando alla formazione tradizionale strumenti di engagement, esperienze dirette e percorsi di responsabilizzazione rivolti a dipendenti, staff tecnici e altre figure chiave dell'organizzazione.

Formazione ethics, compliance and health & safety

Juventus ribadisce la centralità della compliance come elemento chiave della propria cultura organizzativa fondata su etica, integrità, responsabilità e rispetto delle normative applicabili. L'impegno non si limita all'ambito Health & Safety, ma si estende anche alla piena aderenza alle normative in materia di responsabilità aziendale, a tutela dell'integrità e della sostenibilità del contesto lavorativo. Le attività formative in materia di compliance rappresentano uno strumento fondamentale per diffondere la conoscenza delle regole interne, rafforzare la consapevolezza dei rischi e favorire comportamenti coerenti con i valori del Club.

Le sessioni di formazione vengono sviluppate e adattate in funzione delle caratteristiche dei destinatari e del relativo livello di esposizione ai rischi. I contenuti affrontano, tra gli altri, i principi del Codice Etico, del Modello 231, del Modello di Prevenzione e le principali tematiche connesse alla prevenzione di comportamenti contrari al Codice di Giustizia Sportiva, alla normativa anticorruzione e ai principi di lealtà, correttezza e probità che caratterizzano l'attività sportiva, nonché allo strumento di gestione delle segnalazioni (piattaforma whistleblowing).

Particolare attenzione è dedicata ai dipendenti, agli atleti professionisti e ai tecnici del Club, che partecipano a percorsi formativi specifici erogati dalla Direzione Risk & Compliance and Internal Audit, finalizzati a garantire la piena consapevolezza delle responsabilità connesse al proprio ruolo. Tali attività sono parte integrante del processo di compliance induction previsto per le nuove risorse Corporate e vengono svolte in maniera sistematica e tracciata.

Nel corso della stagione è stato inoltre realizzato un percorso formativo dedicato ai Data Manager volto a rafforzare le competenze in materia di protezione dei dati personali. È stata inoltre svolta una formazione generale, per tutta la popolazione aziendale, riguardante le tematiche del GDPR tramite la piattaforma di cybersecurity.



Resoconto della formazione Ethics, compliance and health & safety 2025/2026

ORE DI FORMAZIONE COMPLIANCE E H&S			Stagione 2025/2026
	Donne	*Uomini*	*Totale*
Dirigente	28	28	56
Quadro	12	110	122
Impiegato	33	128,5	161,5
Operaio	24	152	176
Allenatore	0	30	30
Atleta professionista	13	15	28
Apprendisti	0	8	8
Direttore sportivo	1	26	27
Preparatore atletico	0	2	2
TOTALE	**111**	**499,5**	**610,5**

Le aree maggiormente esposte a potenziali rischi di corruzione attiva e passiva comprendono:

- Acquisti: che potrebbe essere influenzata nell'ambito delle attività di scelta del fornitore di beni e servizi.
- Risorse Umane: che potrebbe essere influenzata per favorire candidati in cambio di benefici personali o aziendali nell'ambito delle attività di selezione e assunzione del personale.
- Commerciale: che potrebbe essere influenzata per favorire partner commerciali in cambio di benefici personali.
- Calciatrici e Calciatori professionisti: che, nell'ambito dello svolgimento di una competizione sportiva, potrebbero essere influenzati con il fine di raggiungere un risultato diverso da quello conseguente al corretto e leale svolgimento della stessa.

Rispetto alle aree maggiormente esposte a rischio, il 100% è stato oggetto di attività di formazione su tematiche di anticorruzione nella stagione precedente; pertanto, le stesse figure risultano ancora formate, ad eccezione dei nuovi ingressi della prima squadra (calciatori professionisti e tecnici).

METRICHE DELLA FORMAZIONE

Nelle tabelle seguenti viene riportata un'analisi relativa a:

- Dipendenti che hanno ricevuto una valutazione periodica delle performance;
- dipendenti per genere e categoria;
- % dipendenti che hanno ricevuto una valutazione periodica delle performance;
- ore di formazione;
- media ore di formazione.

NOTA METODOLOGICA

- Atleti Professionisti: Nella voce "Atleti professionisti" sono inclusi sia i calciatori che le calciatrici.
- Dipendenti che hanno ricevuto una valutazione periodica delle performance: Per dipendenti che hanno ricevuto una valutazione delle performance si intendono esclusivamente coloro i quali sono stati intitolati ad accedere al Sistema di Short Term Incentive (STI) Aziendale. Se si tiene in considerazione solo questo sistema, sono attualmente escluse le seguenti Categorie:
  - Allenatore.
  - Atleta professionista.
  - Apprendisti.
  - Preparatore atletico.
  - Personale J Hotel (Società B&W Nest partecipata da Juventus al 100%).

Inoltre, una delle tabelle richiede il n. di revisioni concordate con il personale ma non è chiaro se intenda il n. di revisioni concordate per dipendente o per categoria organizzativa/genere.

- Personale J Hotel: Per i dati di formazione sono attualmente disponibili i soli dati riguardanti la formazione erogata da Juventus e non di quella erogata da B&W Nest. Lo stesso principio riguarda le attività di revisione delle performance che non sono gestite dal Direzione People, Culture & ESG di Juventus. Se necessarie queste informazioni, è necessario effettuare un ulteriore approfondimento.



DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE PERIODICA DELLE PERFORMANCE	Stagione 2025/2026				Stagione 2024/2025			
	Donne	*Uomini*	*Note*	*Totale*	*Donne*	*Uomini*	*Note*	*Totale*
Dirigente	2	10		12	2	7		9
Quadro	13	29		42	12	26		38
Impiegato	31	40		71	22	43		65
Operaio	0	0		0	0	0		0
Allenatore	0	0	Non prevista per specificità della mansione	0	0	0	Non prevista per specificità della mansione	0
Atleta professionista	0	0	Non prevista per specificità della mansione	0	0	0	Non prevista per specificità della mansione	0
Apprendisti	0	0	Non prevista per specificità della mansione	0	0	0	Non prevista per specificità della mansione	0
Direttore sportivo	2	11		13	2	10		12
Preparatore atletico	0	0	Non prevista per specificità della mansione	0	0	0	Non prevista per specificità della mansione	0
TOTALE	**48**	**90**		**138**	**38**	**86**		**124**

DIPENDENTI PER GENERE E CATEGORIA	Stagione 2025/2026			Stagione 2024/2025		
	Donne	*Uomini*	*Totale*	*Donne*	*Uomini*	*Totale*
Dirigente	3	14	17	3	10	13
Quadro	15	31	46	14	27	41
Impiegato	79	86	165	72	86	158
Operaio	10	35	45	8	38	46
Allenatore	1	81	82	1	85	86
Atleta professionista	34	90	124	33	98	131
Apprendisti	5	32	37	4	17	21
Direttore sportivo	2	14	16	2	17	19
Preparatore atletico	2	18	20	2	21	23
TOTALE	**151**	**401**	**552**	**139**	**399**	**538**

% DIPENDENTI CHE HANNO RICEVUTO UNA VALUTAZIONE PERIODICA DELLE PERFORMANCE	Stagione 2025/2026			Stagione 2024/2025		
	Donne	*Uomini*	*Totale*	*Donne*	*Uomini*	*Totale*
Dirigente	67%	71%	71%	67%	70%	69%
Quadro	87%	94%	91%	86%	96%	93%
Impiegato	39%	47%	43%	31%	50%	41%
Operaio	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Allenatore	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Atleta professionista	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Apprendisti	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Direttore sportivo	100%	79%	81%	100%	59%	63%
Preparatore atletico	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTALE	**32%**	**22%**	**25%**	**27%**	**22%**	**23%**

ORE DI FORMAZIONE	Stagione 2025/2026			Stagione 2024/2025		
	Donne	*Uomini*	*Totale*	*Donne*	*Uomini*	*Totale*
Dirigente	30	167,5	197,5	46	83,5	129,5
Quadro	189,75	599,25	789	278	436,5	714,5
Impiegato	1.802,5	1.573	3.375,5	1.824,5	2.269	4.039,5
Operaio	49,75	163,25	213	28	279,5	307,5
Allenatore	1	210,75	211,75	9	309,5	318,5
Atleta professionista	13	15	28	113	465	578
Apprendisti	0	8	8	24	95	119
Direttore sportivo	41,5	289	330,5	150,5	280,25	430,75
Preparatore atletico	1,25	52,25	53,5	10	95	105
TOTALE	**2.128,75**	**3.078**	**5.206,75**	**2.483**	**4.313,25**	**6.796,25**

MEDIA ORE DI FORMAZIONE	Stagione 2025/2026			Stagione 2024/2025		
	Donne	*Uomini*	*Totale*	*Donne*	*Uomini*	*Totale*
Dirigente	10	12	12	15	8	10
Quadro	13	19	17	20	16	17
Impiegato	23	18	20	25	26	26
Operaio	5	5	5	4	7	7
Allenatore	1	3	3	9	4	4
Atleta professionista	0	0	0	3	5	4
Apprendisti	0	0	0	6	6	6
Direttore sportivo	21	21	21	75	16	23
Preparatore atletico	1	3	3	5	5	5
TOTALE	**14**	**8**	**9**	**18**	**11**	**13**

S1-14 – METRICHE DI SALUTE E SICUREZZA

Tutti i dipendenti di Juventus sono coperti dal SGS, conforme allo standard internazionale UNI ISO 45001:2018. Tale sistema è:

- sottoposto ad audit interno periodico;
- sottoposto ad audit esterno da parte di terza parte indipendente;
- formalmente certificato.

Le attività del sistema di gestione includono valutazione del rischio, formazione periodica, attività ispettive interne finalizzate al rispetto delle prescrizioni normative cogenti, al raggiungimento di standard più elevati, e per potersi confrontare quando necessario, con i principali enti preposti al controllo (in particolare, Ispettorato del Lavoro e dal Servizio di prevenzione e sicurezza negli ambienti di lavoro (SPreSAL) dell'ASL Piemonte). Nel corso della stagione 2025/2026 si sono registrati:

- 2 infortuni sul lavoro per i lavoratori dipendenti;
- 0 decessi;
- 0 infortuni gravi;
- 30 giorni lavorativi persi per infortuni;
- 0 infortuni in occasione di trasferte o viaggi di lavoro.

Nel periodo considerato, infine, non si sono verificati casi documentati di malattia professionale.

Numero totale di infortuni (Personale Corporate)	UdM	Stagione 2025/2026			Stagione 2024/2025		
		Uomini	*Donne*	*Totale*	*Uomini*	*Donne*	*Totale*
Numero totale di infortuni	n.	1	1	2	0	0	0
Di cui sul luogo di lavoro	n.	1	1	2	0	0	0
Di cui viaggi di lavoro	n.	0	0	0	0	0	0
Numero totale di decessi sul lavoro	n.	0	0	0	0	0	0
Di cui sul luogo di lavoro	n.	0	0	0	0	0	0
Di cui viaggi di lavoro	n.	0	0	0	0	0	0
Numero totale di infortuni sul lavoro con conseguenze gravi	n.	0	0	0	0	0	0
Di cui sul luogo di lavoro	n.	0	0	0	0	0	0
Di cui viaggi di lavoro	n.	0	0	0	0	0	0
Giorni persi a causa di infortuni	n.	27	3	30	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Tasso di decessi dovuti a infortuni sul lavoro	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Tasso di infortuni sul lavoro con conseguenze gravi esclusi i decessi	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Indice di gravità	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Nota: Tabella al netto degli atleti professionisti.

Nel corso della stagione 2025/2026 non si sono quindi verificati decessi riconducibili a infortuni sul lavoro o malattie professionali né tra i lavoratori dipendenti né tra i lavoratori non dipendenti che operano nei siti della Società, inclusi steward, collaboratori coordinati e continuativi, personale medico e tirocinanti.

I dati sopra riportati si considerano al netto degli infortuni dei calciatori e delle calciatrici. A tal proposito, va precisato che gli infortuni subiti da calciatori e calciatrici professionisti durante allenamenti o gare (es. traumi da contatto, stiramenti, ecc.) non rientrano nell'ambito di applicazione del sistema di gestione salute e sicurezza, poiché – come chiarito dalla giurisprudenza sugli atleti professionisti – sono considerati parte integrante dell'attività sportiva ad alto impatto fisico e non sono soggetti a indagine da parte degli enti di controllo. Questi eventi, pur essendo tracciati internamente e registrati presso INAIL, non generano obblighi di gestione secondo le logiche ordinarie della normativa sulla salute e sicurezza sul lavoro, ma sono monitorati dallo staff medico che si interfaccia con il Servizio di Prevenzione e Protezione.

Infortuni atleti stagione 2025/2026				
	Stagione 2025/2026		Stagione 2024/2025	
Genere	Numero infortuni	Giorni persi	Numero infortuni	Giorni persi
D	6	416	10	830
U	56	2521	64	3012
Totale complessivo	62	2937	74	3842

Nota: Alcuni sportivi hanno avuto più eventi nel corso della stagione 2025/2026.

S1-15 – METRICHE DELL'EQUILIBRIO TRA VITA PROFESSIONALE E VITA PRIVATA

Juventus rispetta la normativa relativa al diritto al congedo parentale per motivi familiari, garantendo ai propri dipendenti la possibilità di poterne usufruire. La Società promuove un ambiente di lavoro che valorizza le esigenze familiari, contribuendo così al benessere dei dipendenti e riconoscendo l'importanza di un equilibrio tra vita professionale e vita privata.

Dipendenti che hanno usufruito di congedi per motivi familiari	Stagione 2025/2026			Stagione 2024/2025		
	D	U	T	D	U	T
Numero totale dei dipendenti	151	401	552	139	399	538
Numero dipendenti che hanno usufruito di un congedo per motivi familiari	12	10	22	12	8	20
Percentuale dipendenti che hanno usufruito di un congedo per motivi familiari	8%	2%	4%	9%	2%	4%

Dipendenti che hanno usufruito di congedi per motivi familiari	Stagione 2025/2026	Stagione 2024/2025
	T	T
Numero totale dei dipendenti	552	538
Numero dipendenti che hanno diritto al congedo per motivi familiari	552	538
Percentuale dipendenti che hanno diritto al congedo per motivi familiari	100%	100%

S1-16 – METRICHE DI RETRIBUZIONE (DIVARIO RETRIBUTIVO E RETRIBUZIONE TOTALE)

La retribuzione oraria lorda indica la retribuzione media per ora lavorata, calcolata per categoria contrattuale (dirigenti, quadri, impiegati e operai) e distinta per genere, con l'evidenza del gap retributivo uomo-donna all'interno di ciascuna categoria.

Retribuzione oraria lorda	Stagione 2025/2026			Stagione 2024/2025		
	U	D	Gap	U	D	Gap
Dirigente	155,88	93,63	39,93%	113,12	80,78	28,59%
Quadro	31,45	31,96	-1,62%	29,23	28,76	1,63%
Impiegato	18,60	18,08	2,80%	17,46	17,28	1,02%
Operaio	14,62	-	-	10,81	9,36	13,41%

NOTA METODOLOGICA

L'analisi è stata condotta esclusivamente sul personale corporate, ossia sui dirigenti inquadrati secondo il CCNL Dirigenti di aziende produttrici di beni e servizi, quadri, impiegati e operai. Si tratta infatti delle uniche categorie per le quali è prevista un'articolazione oraria della prestazione lavorativa. Il personale sportivo è stato generalmente escluso dal perimetro dell'analisi in quanto soggetto a modelli retributivi specifici del settore sportivo professionistico, che non prevedono un'articolazione oraria assimilabile a quella del personale corporate. Fanno eccezione alcune figure inquadrate contrattualmente come dirigenti. In particolare, il risultato osservato per la categoria dei dirigenti risente della presenza di figure la cui remunerazione è determinata da dinamiche tipiche del settore sportivo professionistico e da logiche di mercato non direttamente comparabili con quelle applicate alle altre categorie professionali del personale corporate. Tale circostanza contribuisce a spiegare il maggiore livello di differenziazione osservato all'interno di questa categoria rispetto a quanto rilevato per quadri, impiegati e operai. Si segnala inoltre che il presente indicatore è stato calcolato secondo la metodologia prevista dall'ESRS S1-16. Tale approccio è differente da quello previsto dalla normativa applicabile in materia di Gender Pay Gap, che utilizza criteri metodologici, popolazioni di riferimento e logiche di calcolo differenti. Pertanto, i risultati delle due analisi non sono direttamente comparabili e rispondono a finalità informative distinte.

Il **total compensation ratio** misura il rapporto tra la retribuzione annua individuale più elevata e la retribuzione annua totale del dipendente mediano (escluso il più alto retribuito). Nel caso di Juventus, trattandosi di un club calcistico, il rapporto risulta particolarmente ampio. Questo valore è determinato dal fatto che il compenso più elevato corrisponde a quello di un atleta professionista, la cui retribuzione segue logiche di mercato specifiche e non comparabili con quelle applicate al personale corporate. All'interno del calcolo della retribuzione mediana, infatti, confluiscono sia i compensi della parte sportiva (che includono anche i calciatori, con livelli retributivi sensibilmente più alti), sia quelli dei dipendenti corporate, che si collocano invece su valori in linea con il mercato del lavoro di riferimento.

Personale sportivo e corporate	
Totale compensation ratio	Stagione 2025/2026	Stagione 2024/2025
Ratio	0,21%	0,21%

Per offrire una lettura più equilibrata e rappresentativa della realtà aziendale, lo stesso indicatore è stato calcolato limitatamente al personale corporate. In questo caso, il rapporto risulta notevolmente più contenuto, evidenziando un maggiore equilibrio retributivo all'interno di questa componente della popolazione aziendale.

Focus personale corporate	
Totale compensation ratio	Stagione 2025/2026	Stagione 2024/2025
Ratio	8%	12,25%

S1-17 – INCIDENTI, DENUNCE E IMPATTI GRAVI IN MATERIA DI DIRITTI UMANI

Juventus riconosce l'importanza del suo ruolo nella condanna di qualsiasi violazione dei diritti umani e opera al fine di evitare che si verifichino episodi di violenza/molestia all'interno del suo perimetro. Nel periodo di riferimento, Juventus non ha registrato incidenti gravi, denunce formali né segnalazioni pubbliche relative a violazioni dei diritti umani connesse alla propria forza lavoro. In particolare, non sono emersi casi di discriminazione, molestie o altri impatti negativi gravi tali da richiedere sanzioni, risarcimenti o azioni correttive straordinarie.

Il Club riconosce la pratica corretta del **whistleblowing**, una componente fondamentale per assicurare l'efficacia dei suoi programmi di compliance e si impegna a garantire che tutte le sue attività siano condotte in modo etico e con la massima integrità. Per questo la Società incoraggia i propri dipendenti e chiunque abbia con l'organizzazione rapporti lavorativi a segnalare eventuali sospetti di condotte scorrette, con la garanzia della piena riservatezza. Non sarà tollerata nessuna misura ritorsiva verso il segnalante o persone a lui/lei vicine. Il monitoraggio continuerà a essere garantito in maniera sistematica, con l'obiettivo di prevenire ogni forma di violazione e promuovere un ambiente di lavoro sicuro, rispettoso e inclusivo.



INFORMAZIONI SOCIALI (S3)

S3 COMUNITÀ INTERESSATE

SBM-2 – INTERESSI E OPINIONI DEI PORTATORI D'INTERESSI

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come sono state condotte le attività di coinvolgimento degli stakeholder si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-2.



SBM-3 – IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come è stata condotta l'analisi e sui principali risultati, si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-3.

JUVENTUS ACADEMY E IL CONTRIBUTO ALLO SVILUPPO SOCIALE E CULTURALE

Nel quadro degli impatti positivi generati dalla propria attività e con particolare riguardo allo "Sviluppo di iniziative volte a contribuire allo sviluppo sociale e culturale del territorio", Juventus riconosce l'importanza del proprio ruolo nella crescita sociale e culturale delle comunità. In tale ottica,

IL PROGETTO JUVENTUS ACADEMY RAPPRESENTA UNO STRUMENTO STRATEGICO PER LA DIFFUSIONE DEI VALORI DELLO SPORT, PER LA PROMOZIONE DELL'INCLUSIONE E PER LO SVILUPPO EDUCATIVO DI RAGAZZE E RAGAZZI DAI 5 AI 17 ANNI.



Alla base del progetto Academy vi è il **Metodo Juventus**, un modello formativo che integra lo sviluppo delle competenze tecnico-calcistiche con la crescita educativa e personale dei giovani partecipanti. Nelle Academy viene proposto un percorso che, attraverso il calcio, promuove valori quali rispetto, fair play, responsabilità, spirito di squadra, fiducia in sé stessi e capacità di affrontare vittorie e sconfitte con equilibrio.

Attraverso attività sportive strutturate e un ambiente sicuro e inclusivo, il Metodo Juventus mira a favorire lo sviluppo complessivo della persona, valorizzando il benessere fisico e mentale dei partecipanti. L'obiettivo non è soltanto formare giovani calciatori, ma contribuire alla crescita di individui consapevoli, autonomi e rispettosi degli altri, diffondendo i valori e la cultura sportiva del Club in Italia e nel mondo: un'opportunità per generare un impatto positivo nelle comunità in cui le Academy operano e per costruire un'eredità valoriale duratura.



I PROGRAMMI

JUVENTUS ACADEMY ITALIA

Le Juventus Academy Italia rappresentano un selezionato network di società sportive distribuite sul territorio nazionale, individuate sulla base di criteri sportivi, organizzativi e valoriali. Attraverso la diffusione del Metodo Juventus, la formazione dei tecnici, il monitoraggio della qualità formativa e il supporto continuo garantito dallo staff Juventus Academy mediante visite e attività dedicate durante la stagione, il Club promuove lo sviluppo tecnico ed educativo dei giovani atleti. Le Academy costituiscono inoltre un presidio strategico sul territorio e un punto di riferimento per ragazze e ragazzi che desiderano vivere un'esperienza sportiva coerente con i valori bianconeri. Allo stesso tempo, il progetto contribuisce all'individuazione e alla valorizzazione di giovani talenti che possono accedere ai percorsi dell'attività di base e del settore giovanile di Juventus.

NUMERICHE E MAPPA JUVENTUS ACADEMY PIEMONTE-VALLE D'AOSTA:

Stagione sportiva 2025/2026

Piemonte-Valle d'Aosta

AFFILIAZIONI

Juventus Academy

16 SOCIETÀ

TESSERATI

Attività di base

4.500

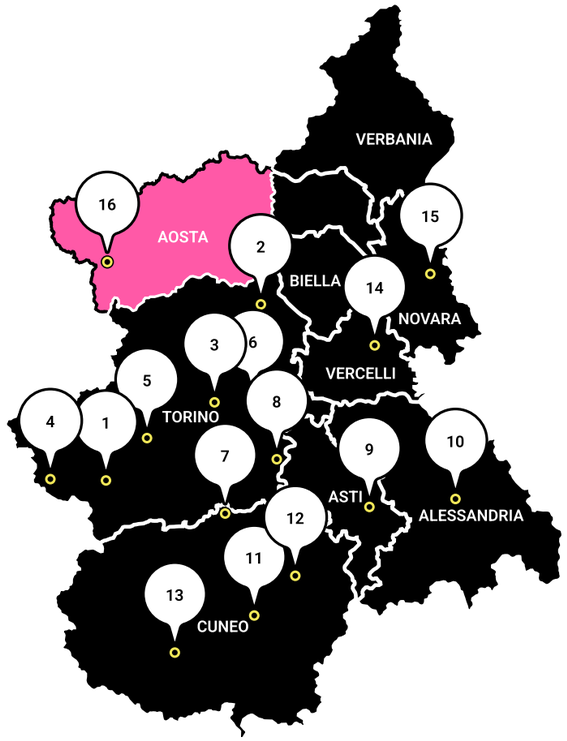
TESSERATI

Settore agonistico

1.500

TECNICI

500



1. A.S.D CHISOLA CALCIO Vinovo (TO)
2. U.S. IVREA CALCIO A.S.D. Ivrea (TO)
3. F.C.D. SPAZIO TALENT SOCCER Torino
4. F.C.D PINEROLO Pinerolo (TO)
5. CBS SCUOLA CALCIO A.S.D Torino
6. G.S.D. VOLPIANO PIANESE Volpiano (TO)
7. A.S.D. C.S.F. CARMAGNOLA Carmagnola (TO)
8. A.P.D. PECETTO Pecetto (TO)
9. A.S.D. SCUOLA ASTIGIANA Asti
10. A.S.D. DON BOSCO ALESSANDRIA Alessandria
11. A.S.D. FOSSANO CALCIO Fossano (CN)
12. A.S.D. CHERASCHESE 1904 Cherasco (CN)
13. A.C. CUNEO 1905 OLMO S.S.D a R.L. Cuneo
14. A.S.D. DIAVOLETTI CALCIO Vercelli
15. A.S.D. SPARTA NOVARA Novara
16. A.S.D. AYGREVILLE CALCIO Villeneuve (AO)

NUMERICHE E MAPPA JUVENTUS ACADEMY ITALIA:

Stagione sportiva 2025/2026

Italia

AFFILIAZIONI

Juventus Academy

16 SOCIETÀ

TESSERATI

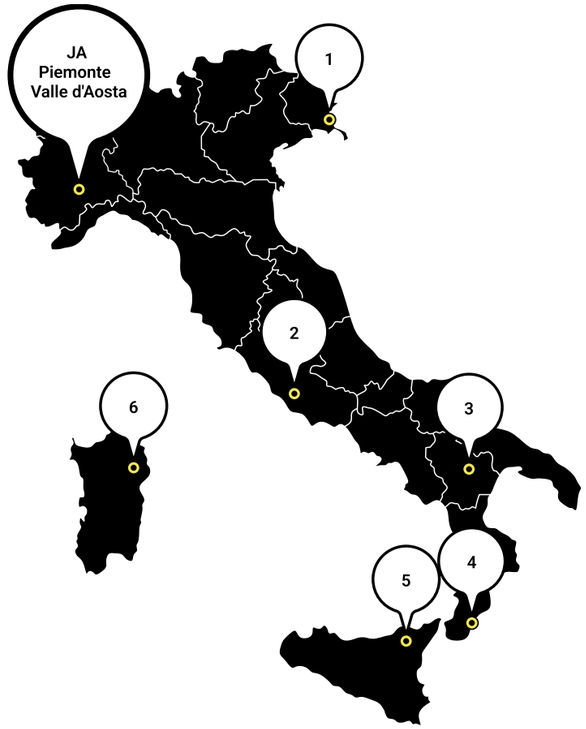
Attività di base

1.500

TESSERATI

Settore agonistico

500



1. A.S.D SAN LUIGI CALCIO Trieste
2. G.D.D. NUOVA TOR TRE TESTE Roma
3. A.S.D. INVICTA MATERA Matera
4. SEGATO S.S.D. a R.L. Reggio Calabria
5. FAIR PLAY MESSINA S.S.D. a R.L. Messina
6. S.S.D. ARZACHENA ACADEMY COSTA SMERALDA a R.L. Arzachena (SS)

ACADEMY INTERNATIONAL

Il programma Academy International rappresenta l'estensione globale del progetto Juventus Academy ed è attivo tutto l'anno in oltre 90 sedi internazionali, con l'obiettivo di promuovere il metodo tecnico, i valori educativi e l'identità del Club oltre i confini italiani.

Progettato per ragazze e ragazzi dai 5 ai 17 anni, il programma adatta i contenuti tecnici e formativi al contesto locale, mantenendo elevati standard di qualità grazie alla presenza di tecnici formati a Torino e al costante supporto dello staff Juventus Academy, che supervisiona e visita regolarmente le Academy in tutto il mondo.

Attraverso un percorso strutturato di allenamento e formazione continua, i giovani atleti vengono accompagnati nel loro sviluppo calcistico e personale, con particolare attenzione al benessere psicofisico, alla costruzione dell'identità e alla crescita valoriale.

Il programma rappresenta un ponte tra culture, capace di rafforzare il senso di appartenenza alla comunità sportiva globale Juventus e di contribuire allo sviluppo sociale nei territori coinvolti, attraverso lo sport come strumento universale di educazione e cittadinanza attiva.

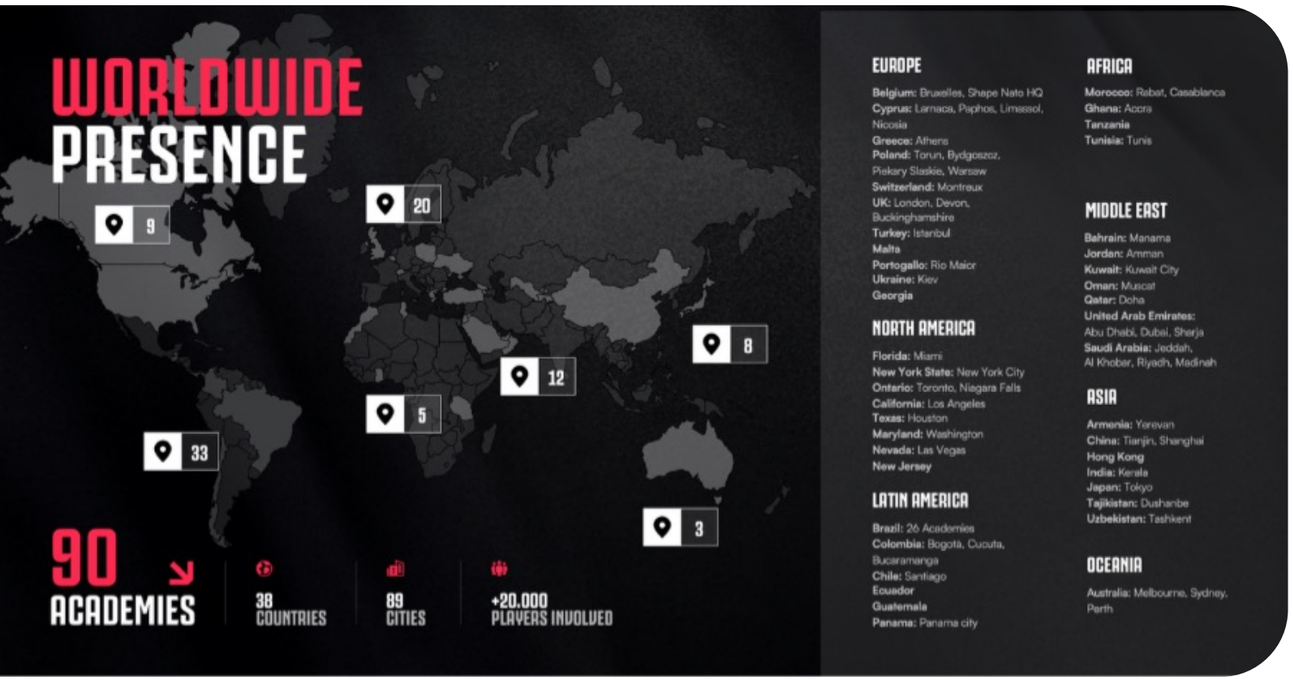
Le Academy International sono attive in numerosi Paesi e città in tutti i continenti, tra cui: Abu Dhabi, Amman, Arabia Saudita, Armenia, Atene, Bahrain, Bogotà, Brasile, Cile, Cipro, Washington DC, Devon, Dubai, Ghana, Guatemala City, Hong Kong, Houston, Kuwait, Londra, Los Angeles, Malta, Melbourne, Miami, Marocco, Nanchino, New York, Nigeria, Oman, Panama, Perth, Piekary Slaskie, Qatar, RAK, Shanghai, Sharjah, Sydney, Tagikistan, Tanzania, Tokyo, Toronto, Torun, Tsalenjikha, Tunisia, Turchia, Vaud, Galles, Varsavia.

JUVENTUS ACADEMY WORLD CUP

LA JUVENTUS ACADEMY WORLD CUP RAPPRESENTA L'EVENTO ANNUALE PER ECCELLENZA, UNA VERA E PROPRIA CELEBRAZIONE INTERNAZIONALE DEI VALORI SPORTIVI ED EDUCATIVI PROMOSSI DAL CLUB.



Giunta alla sua settima edizione nel 2026, la manifestazione ha coinvolto oltre 1.000 giovani atleti e atlete provenienti da 32 academy dislocate in 25 paesi e 5 continenti, con la partecipazione di 83 squadre composte da ragazze e ragazzi nati tra il 2013 e il 2016.



Le partite si sono disputate in alcune delle località montane più suggestive del Piemonte – Susa, Oulx, Sauze d'Oulx e Bardonecchia – mentre le finali "Gold" si sono svolte presso l'Allianz Training Center. A suggellare l'edizione 2026, la cerimonia di apertura ospitata all'Allianz *Stadium* ha regalato ai partecipanti un momento indimenticabile, impreziosito dalla presenza della Legend bianconera Leonardo Bonucci.

L'obiettivo principale dell'iniziativa – creare un'esperienza educativa e memorabile attraverso il calcio – è stato pienamente raggiunto: una settimana di sport, emozioni e nuove amicizie, che rafforza il legame tra Juventus e le sue Academy nel mondo, contribuendo alla costruzione di una community globale unita dai valori dello sport e dal senso di appartenenza.

SUMMER CAMP

Tra i principali progetti formativi promossi da Juventus Academy, i **Summer Camp** Juventus rappresentano un'iniziativa di forte impatto educativo e sociale, offrendo a ragazze e ragazzi dagli 8 ai 17 anni l'opportunità di vivere un'esperienza estiva immersiva – in svariate località italiane e internazionali - all'insegna del calcio, del divertimento e dei valori sportivi.

JUVENTUS RESIDENCY

Il programma **Juventus Residency** rappresenta un'eccellenza nell'ambito dell'offerta formativa Juventus, offrendo a giovani calciatori e calciatrici americani/e, sudamericani/e e canadesi l'opportunità unica di vivere, studiare e allenarsi a Torino per un intero anno accademico o per un semestre.
Questa iniziativa consente ai partecipanti di sperimentare la vita di un giovane atleta juventino, entrando in contatto diretto con uno staff certificato, usufruendo di infrastrutture professionali, oltre che di percorsi scolastici certificati presso il J College e WINS.
Gli atleti vivono un'esperienza immersiva che favorisce l'interculturalità, l'autonomia, la gestione emotiva e relazionale, nonché l'integrazione in un ambiente internazionale. Il percorso proposto ha l'obiettivo di accompagnare ciascun partecipante in un processo di crescita personale e sportiva, fornendo strumenti utili per affrontare sfide future dentro e fuori dal campo.

TRAINING CAMP

I **Training Camp** Juventus sono programmi intensivi della durata di una settimana rivolti a giovani calciatrici e calciatori, organizzati in contesti internazionali,



che consentono ai partecipanti di vivere un'esperienza formativa ispirata al Metodo Juventus. Attraverso sessioni di allenamento condotte da tecnici Juventus Academy, i Training Camp offrono l'opportunità di sviluppare competenze tecnico-sportive in un contesto educativo e coinvolgente, promuovendo al contempo i valori del Club. Il progetto rappresenta un'occasione di socializzazione e scambio culturale, permettendo ai partecipanti di vivere un'esperienza immersiva all'insegna dei colori bianconeri.

TRAINING EXPERIENCE

La Juventus **Training Experience** è una formula rivolta a gruppi sportivi e scolastici che desiderano immergersi nel mondo Juventus. Ogni esperienza è costruita su misura in collaborazione con il team Academy, includendo:

- sessioni di allenamento tecnico e tattico condotte da coach certificati;
- partite amichevoli;
- visite allo Juventus Museum e all'Allianz *Stadium*;
- momenti di scoperta culturale del territorio torinese e in altre città Italiane;
- Full board accommodation in hotel di Torino.

Il programma si svolge principalmente presso lo Juventus Academy Training Center di Cantalupa, una struttura immersa nella natura e dotata di impianti sportivi di eccellenza, individuata per garantire qualità tecnica, sicurezza e ispirazione.

S3-1 – POLITICHE RELATIVE ALLE COMUNITÀ INTERESSATE

Juventus, come esplicitato anche all'interno del proprio **Codice Etico**, aspira a costruire, mantenere e sviluppare un rapporto di fiducia con i suoi stakeholder e fonda il proprio modello di business sui più elevati principi etici e morali, ispirati alle principali best practice nazionali e internazionali e allineandosi ai valori del **Global Compact** promosso dall'ONU e alle **Linee Guida OCSE** per imprese multinazionali. La Società riconosce il ruolo centrale dello sport nell'integrazione sociale, nella promozione del rispetto reciproco e dell'equità sociale, impegnandosi a essere un punto di riferimento per la propria community nel suo significato più ampio. Di seguito sono riportate le politiche adottate a tutela delle comunità interessate.

SAFEGUARDING POLICY

Juventus ha sviluppato una **Safeguarding Policy**, con l'obiettivo di garantire la tutela dei propri tesserati, in particolare quelli minorenni. Per maggiori informazioni circa gli obiettivi, l'ambito e le finalità, si rinvia alla sezione G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese.

PROCEDURA "GESTIONE E COMUNICAZIONE DI INFORMAZIONI PRIVILEGIATE E RILEVANTI

Ai sensi dell'articolo 17 del Regolamento (UE) 596/2014 (c.d. Market Abuse Regulation o MAR), la Società comunica al pubblico, quanto prima possibile, le informazioni privilegiate che riguardano direttamente la Società, con modalità che consentano un accesso rapido e una valutazione completa, corretta e tempestiva da parte del pubblico. Alla figura del Managing Director Corporate & Finance è affidata la Funzione di Gestione Informazioni Privilegiate.

PROCEDURA PER LA "GESTIONE DELLE OPERAZIONI CON PARTI CORRELATE"

La Società, in attuazione dell'articolo 2391-bis del Codice Civile e del Regolamento adottato dalla Consob con delibera n. 17221 del 12 marzo 2010, come successivamente modificato e integrato (il "Regolamento Consob OPC"), tenuto anche conto, inter-alia, della comunicazione Consob n. DEM/10078683 del 24 settembre 2010 e del Codice di Corporate Governance, ha adottato la procedura di "Gestione delle operazioni con parti correlate". Tale documento definisce le regole relative all'identificazione, istruzione, approvazione ed esecuzione delle operazioni con parti correlate concluse dalla Società direttamente ovvero per il tramite di società da essa controllate, come definite dall'Appendice del Regolamento Consob OPC. Il Managing Director Corporate & Finance svolge la funzione di responsabile ai sensi della procedura. Inoltre, Juventus ha pubblicato nel corso della stagione la **policy People First** con l'obiettivo di garantire un ambiente inclusivo, equo, rispettoso e sicuro per chiunque lavori, giochi, tifi o collabori con la Società. La policy, sotto la responsabilità della Chief People, Culture & ESG Officer, si applica a tutte le persone che entrano in contatto con Juventus: dipendenti, atleti, tifosi, partner, fornitori e membri della community.
Il confronto continuativo tra il team ESG e i partner progettuali costituisce un canale di dialogo aperto con le comunità, favorendo l'ascolto, la raccolta di feedback e l'emersione tempestiva di eventuali criticità o problematiche. L'indicazione del portale di whistleblowing del Club e del relativo link di accesso emerge da tali confronti o dalle scritture private sottoscritte con i partner progettuali che possono includere specifici articoli dedicati ai principi etici, all'integrità e alla compliance.
Per maggiori informazioni si rinvia alla sezione S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria.

S3-2 – PROCESSI DI COINVOLGIMENTO DELLE COMUNITÀ INTERESSATE IN MERITO AGLI IMPATTI

NEL CORSO DELLA STAGIONE 2025/2026, JUVENTUS HA RAFFORZATO IL PROPRIO IMPEGNO NEL COSTRUIRE RELAZIONI SOLIDE E CONTINUATIVE CON I PROPRI STAKEHOLDER ATTRAVERSO INIZIATIVE DEDICATE E PROGETTI DI COLLABORAZIONE.

Questo percorso si inserisce in un approccio di coinvolgimento già avviato negli anni precedenti, anche attraverso momenti di confronto quali l'ESG Day organizzato presso l'Allianz *Stadium* nel dicembre 2024 per presentare la strategia ESG "Black, White & More" a partner, istituzioni e organizzazioni del Terzo Settore. Nel periodo di rendicontazione, il Club ha ulteriormente sviluppato tale approccio promuovendo nuove occasioni di networking, scambio di esperienze e collaborazione; per maggiori dettagli si rimanda a ESRS 2_SBM-2.

S3-3 – PROCESSI PER PORRE RIMEDIO AGLI IMPATTI NEGATIVI E CANALI CHE CONSENTONO ALLE COMUNITÀ INTERESSATE DI SOLLEVARE PREOCCUPAZIONI

Juventus ha inoltre istituito canali dedicati per consentire agli stakeholder che sono parte della propria comunità di segnalare direttamente esigenze o preoccupazioni. Per maggiori informazioni, si rinvia alla sezione G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese (Gestione delle Segnalazioni).



S3-4 – INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI SULLE COMUNITÀ INTERESSATE E APPROCCI PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL PERSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN RELAZIONE ALLE COMUNITÀ INTERESSATE, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

Coerentemente con i pilastri **"Sustainable Glocal Club" e "Fan Centrality" della strategia ESG Black, White & More**, Juventus promuove iniziative sociali rivolte alle comunità con cui entra in relazione, con particolare attenzione a minori, persone con disabilità, soggetti in condizioni di fragilità e contesti educativi vulnerabili. I progetti sono sviluppati in collaborazione con organizzazioni del Terzo Settore, istituzioni e partner locali e vengono supportati dalla capacità del Club di coinvolgere e sensibilizzare una vasta community nazionale e internazionale attraverso i propri canali e le proprie iniziative.

Progetti[25]	Tematica	Beneficiari	Impatto geografico	Budget stagione 25/26
Juventus One	Inclusione sociale e disabilità	Persone con disabilità	Local	92.500,00 €
JuventusOne@School	Sensibilizzazione sulla disabilità	Studenti	Local	10.000,00€
Portraits of Identity, Inclusion and Youth	Inclusione sociale e disabilità	Atleti Juventus One	Local	41.337,32€
Save the Children	Contrasto alla povertà educativa e inclusione	Bambini e famiglie in contesti svantaggiati	Glocal	150.000,00 €
Gioca con me	Accesso allo sport per minori vulnerabili	Bambini e famiglie in contesti svantaggiati	Local	10.000,00 €
Impegno contro il razzismo	Contrasto al razzismo	Giovani atleti	Local	Nota in calce*
Fondazione Libellula	Empowerment femminile e inclusione	Staff, dipendenti e tifosi	Glocal	5.100,00€
Fondazione Giulia Cecchettin	Empowerment femminile e inclusione	Staff, dipendenti e tifosi	Local	1.500,00€
Supporto comunità locali	Solidarietà e supporto alle comunità locali	Comunità locali	Local	Nota in calce**
Torino Pride	Advocacy su temi sociali	Comunità locali	Local	6.000,00€
Twinning Project	Empowerment giovanile e inclusione sociale	Giovani presso istituto penitenziario e staff	Local	5.000,00€
Salute Mentale	Salute e benessere	Comunità calcistica	Glocal	Nota in calce*
Campagne Sociali	Advocacy su temi sociali	Global fan base	Glocal	Nota in calce*

[25]Il coinvolgimento delle comunità e dei partner progettuali è garantito, per i progetti continuativi, attraverso momenti di confronto periodici. In particolare, il team ESG di Juventus si riunisce almeno una volta al mese con i referenti del progetto Juventus One per monitorare l'andamento delle attività. Con la referente di Save the Children sono previsti incontri almeno trimestrali, finalizzati alla pianificazione, al coordinamento e al monitoraggio dell'activation plan congiunto. Per il progetto Gioca con Me, il confronto avviene almeno tre volte nel corso della stagione sportiva (all'avvio, a metà percorso e al termine), con l'obiettivo di definire, monitorare e valutare l'implementazione del progetto. Il dialogo con Fondazione Libellula si sviluppa invece attraverso gli incontri semestrali del network. Per tutte le iniziative specifiche e le campagne di carattere occasionale, il coinvolgimento degli stakeholder avviene in funzione delle specifiche progettualità, attraverso incontri in presenza e online con i partner coinvolti e con le diverse funzioni aziendali di Juventus.

Tutte le progettualità sopra indicate sono gestite dalla Funzione ESG (3 risorse) col supporto trasversale di altri dipartimenti (fra cui: Comunicazione, Marketing, Eventi) e - se previsto - delle NGO partner.

*Per le campagne sociali non è stato possibile individuare un budget specifico in quanto ricomprese all'interno dei budget ordinari delle funzioni ESG e Marketing.

**In merito alle iniziative una tantum di natura solidali e alle rispettive erogazioni liberali non è stato possibile attribuire un budget specifico, in quanto ricomprese all'interno dei budget ordinari delle funzioni ESG ed External Relations.

La valutazione dell'efficacia delle iniziative sociali viene definita attraverso modalità e strumenti specifici per ciascun progetto, in funzione degli obiettivi perseguiti. Ad esempio, per il progetto Gioca con Me viene somministrato annualmente, al termine della stagione sportiva, un questionario di valutazione ai partecipanti, finalizzato a raccogliere feedback sull'esperienza e sugli effetti percepiti del progetto. Nell'ambito del Twinning Project, l'efficacia è stata misurata attraverso questionari somministrati agli allenatori prima e dopo il percorso. Per Juventus One, nel corso del 2026 è stata avviata un'analisi di Social Return on Investment (SROI) che ha previsto la raccolta e l'analisi di evidenze qualitative e quantitative tramite questionari rivolti ad atleti, staff, famiglie, volontari, visitatori alla mostra fotografica "Portraits of Identity, Inclusion and Youth" e docenti coinvolti in JOne@School. Per le iniziative specifiche e le campagne di carattere occasionale, la valutazione dell'efficacia viene effettuata attraverso il monitoraggio di indicatori qualitativi e quantitativi proporzionati agli obiettivi dell'attività, quali il numero di beneficiari raggiunti, il livello di engagement generato e i feedback raccolti dal team ESG e dagli stakeholder coinvolti.



JUVENTUS ONE

UNA NUOVA PROSPETTIVA SULLA DISABILITÀ

Juventus One è il progetto paralimpico del Club sviluppato in collaborazione con il partner locale **ASD Nessuno Escluso** per favorire l'inclusione delle persone con disabilità attraverso il calcio. Rappresenta una risposta concreta e coraggiosa a una visione ancora troppo tradizionale della disabilità e del suo rapporto con lo sport.

Questo approccio si rivela vincente sia dal punto di vista sportivo che da quello umano. Il senso di appartenenza a Juventus One rafforza l'autostima e la consapevolezza degli atleti, che scendono in campo con il desiderio di migliorare, di costruire relazioni, di superare i propri limiti e di farlo indossando con orgoglio una maglia importante.

JUVENTUS ONE SI FONDA SU UN PRINCIPIO TANTO SEMPLICE QUANTO ESSENZIALE: LA DISABILITÀ NON È UN LIMITE, MA UNA DELLE TANTE CARATTERISTICHE DELLA CONDIZIONE UMANA.

Juventus One mira a scardinare pregiudizi, stereotipi e atteggiamenti pietistici spesso associati alla disabilità, restituendo centralità, dignità e opportunità di espressione alle persone che ne fanno parte.

L'inclusione è il vero obiettivo: riconoscere pari diritti e pari dignità a tutte le persone, nella vita quotidiana così come nella pratica sportiva.

Il calcio, in questo percorso, svolge un ruolo centrale. I partecipanti vivono un'esperienza agonistica autentica: dallo staff tecnico qualificato agli allenamenti settimanali, dalla gestione dello spogliatoio fino alla selezione dei titolari per ogni partita. I giocatori sono atleti a tutti gli effetti, e come in ogni squadra, il posto in campo si conquista con l'impegno, la costanza e le prestazioni.

DAL 2017 AD OGGI, IL PROGRAMMA È CRESCIUTO IN MODO SIGNIFICATIVO: DA CIRCA 40 ATLETI AGLI ESORDI, NELLA STAGIONE 2025/2026 HA COINVOLTO 131 CALCIATORI CON DISABILITÀ COGNITIVE, RELAZIONALI E SENSORIALI, SUDDIVISI IN 7 SQUADRE, MILITANTI NEI CAMPIONATI DELLA DIVISIONE CALCIO PARALIMPICO ("DCP").

FOCUS | Divisione Calcio Paralimpico (DCP)

La DCP è nata con l'obiettivo di promuovere la pratica del gioco del calcio per persone con disabilità, riconoscendo la forte utilità sociale di questo sport; per questa ragione organizza competizioni di calcio a 7 a livello regionale, strutturate in più categorie, con finali nazionali. La DCP prevede la suddivisione delle squadre in quattro livelli (A, B, C e D) in base al grado di abilità dei partecipanti. Le prime classificate di ogni livello nel rispettivo torneo regionale accedono alle finali nazionali. La struttura attuale di Juventus One comprende:

- 1 team nel primo livello;
- 3 team nel secondo livello;
- 1 team nel terzo livello;
- 2 team nel quarto livello ("Fun and Play")



preso parte anche a 5 partite amichevoli, 16 tornei regionali in Piemonte e 15 tornei fuori regione. Particolarmente degna di nota, è stato il torneo internazionale "Mallorca Specials Cup 2025", a Palma di Maiorca, a cui ha partecipato un gruppo misto di secondo e terzo livello, portando a casa una bella prestazione contro il Chelsea (1-1) e un secondo posto finale.



«È STATO BELLISSIMO! NON SOLO PER IL TORNEO, MA PER L'ESPERIENZA IN SÉ. TANTI RAGAZZI HANNO PRESO L'AEREO PER LA PRIMA VOLTA. SONO ESPERIENZE DI VITA CHE NON SI DIMENTICHERANNO MAI»

ha raccontato Silvia Dema, allenatrice, di rientro dall'esperienza spagnola.

3 DIMENSIONI DEL PROGETTO:

- DIMENSIONE SPORTIVO AGONISTICA
- DIMENSIONE EDUCATIVA
- DIMENSIONE LUDICO-SOCIALE

LE TRE DIMENSIONI DI JUVENTUS ONE

JUVENTUS ONE SI ARTICOLA IN TRE DIMENSIONI, CHE INSIEME NE DEFINISCONO L'IDENTITÀ E L'IMPATTO SOCIALE:

1. DIMENSIONE SPORTIVO-AGONISTICA

Questa dimensione prevede la partecipazione alle competizioni ufficiali della DCP della FIGC.

Nella stagione 2025/2026, il Team di primo livello ha conquistato il torneo interregionale Piemonte-Lombardia, qualificandosi per le finali nazionali di Tirrenia. Qui, il cammino si è chiuso in semifinale, con una sconfitta ai rigori. Nonostante il verdetto del campo non sia stato quello desiderato dai ragazzi guidati da Gianluca Gallina, il risultato non ha offuscato la straordinarietà di una stagione vissuta intensamente. Il valore del gruppo è stato poi confermato dalla vittoria al Tardini For Special (6 giugno 2026), il rinomato torneo paralimpico, organizzato dal Parma Calcio.

Durante la stagione, i team di Juventus One hanno



Il palmares completo di Juventus One è riportato di seguito:

Stagione	Titolo	Livello
2017/18	Campioni nazionali divisione paralimpica	Livello A
	Campioni nazionali divisione paralimpica	Livello B
2018/19	Vicecampioni nazionali divisione paralimpica	Livello A
2020/21	Vicecampioni nazionali divisione paralimpica	Livello A
	Primi classificati torneo internazionale Vienna	Livello A
	Primi classificati torneo “Tardini Cup”	Livello B
	Primi classificati torneo internazionale “Tuttigioco”	Livello C
2021/22	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello A
	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello B
	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello C
2022/23	Vicecampioni regionali divisione paralimpica	Livello A
	Campioni regionali divisione paralimpica	Livello C
	Campioni nazionali divisione paralimpica	Livello C
	Primi classificati torneo internazionale Vienna	Livello C
	Primi classificati torneo “Tardini Cup”	Livello B
	Primi classificati torneo “Tardini Cup”	Livello B (duplicato)
	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello A
	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello B
	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello C
2023/24	Campioni regionali divisione paralimpica	Livello C
	Campioni nazionali divisione paralimpica	Livello C
	Primi classificati torneo “Tardini Cup”	Livello B
	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello A
	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello B
	Primi classificati torneo “Silvio Piola”	Livello C
	Primi classificati torneo internazionale “Tuttigioco”	Livello C
2024/25	Primi classificati torneo “Tardini Cup”	Livello A
	Primi classificati torneo internazionale “Tuttigioco”	Livello B
	Campioni interregionali (Piemonte-Lombardia) divisione paralimpica	Livello A
2025/2026	Primi classificati torneo Piacenza	Livello B
	Secondi classificati torneo internazionale Palma di Maiorca	Livello B
	Secondi classificati Campionato regionale DCP	Livello B
	Primi classificati Campionato interregionale DCP	Livello A
	Primi classificati torneo internazionale “Tuttigioco” Mantova	Livello B
	Primi classificati torneo internazionale “Tardini Cup”	Livello A
	Primi classificati torneo “Silvio Piola” Vercelli	Livello B
	Primi classificati torneo “Silvio Piola” Vercelli	Livello D
	Primi classificati torneo “Gazzetta dello Sport”	Livello C



2. DIMENSIONE EDUCATIVA – JUVENTUS ONE@SCHOOL

Avviato nella stagione 2018/2019, **Juventus One@ School** è un format di laboratori condotti dagli atleti e dallo staff delle squadre Juventus one, nelle scuole del territorio, che offre agli studenti un’esperienza diretta e formativa sulla disabilità.

L’attività si svolge in presenza ed è stata pensata per studenti e studentesse di istituti scolastici di qualsiasi ordine e grado (elementari, medie, superiori) in due fasi:

- a. La prima fase è esperienziale e avviene attraverso la riproduzione in palestra di diverse tipologie di disabilità. Questa attività si pone l’obiettivo di far provare direttamente ai ragazzi e alle ragazze le sensazioni che un atleta con disabilità prova giocando a calcio;
- b. La seconda fase è invece di confronto tramite un percorso fatto di testimonianze e racconti. L’obiettivo è condividere e normalizzare la loro esperienza scardinando i pregiudizi legati alla disabilità, ribadendo il principio del progetto secondo cui la disabilità non è un limite, ma una delle tante sfaccettature dell’esperienza umana.

Ogni incontro, si conclude con la raccolta di riflessioni sull’esperienza vissuta. Sovente emerge una presa di coscienza del proprio sguardo stigmatizzante e di come concetti precostruiti limitino l’inclusione di amici, compagni e persone con disabilità.

NEL CORSO DELLA STAGIONE 2025/2026, JUVENTUS ONE@SCHOOL È STATO RAFFORZATO ATTRAVERSO L’INTRODUZIONE DI NUOVI STRUMENTI DI INTERAZIONE DURANTE GLI INCONTRI, UN COORDINAMENTO PIÙ STRUTTURATO TRA I

SOGGETTI COINVOLTI E UN POTENZIAMENTO DELLE ATTIVITÀ DI PROMOZIONE E SENSIBILIZZAZIONE.

In particolare, il progetto si è arricchito con un momento di riflessione dedicato alle parole della disabilità, con l'obiettivo di sensibilizzare pre-adolescenti e adolescenti sull'importanza di un linguaggio rispettoso, inclusivo e consapevole. Un focus particolarmente rilevante in un'età in cui parole e atteggiamenti contribuiscono a formare percezioni e relazioni.

Gli atleti si sono confermati il cuore pulsante dell'attività nelle scuole. Grazie a un percorso di crescita e responsabilizzazione che ha coinvolto l'intero team composto da 13 persone (10 atleti e 3 membri dello staff), è stato possibile rafforzarne il ruolo nella conduzione dei laboratori. Questo percorso ha contribuito ad accrescere la consapevolezza del valore educativo e testimoniale che ciascuno può esprimere, favorendo una partecipazione sempre più attiva e autonoma nel dialogo con studenti e studentesse.

Tra settembre 2025 e maggio 2026 sono stati realizzati **oltre 100 incontri,** coinvolgendo **2.675 studenti e studentesse**, con un incremento di oltre 2.100 partecipanti rispetto alla stagione precedente. Sono stati inoltre raggiunti raggiunti **21 istituti scolastici,** a fronte dei 7 coinvolti nell'anno precedente, interessando tutti i principali livelli del sistema educativo.

3. DIMENSIONE LUDICO-SOCIALE (FASCIA 6-16 ANNI)

Rivolto a bambine, bambini e adolescenti con disturbi dello spettro autistico o disabilità cognitive, si tratta di uno spazio sicuro, stimolante e inclusivo per sviluppare competenze spesso inesplorate.

Attivo durante tutta la stagione con **31 partecipanti** (in crescita rispetto all'anno precedente), il progetto ha segnato una tappa particolarmente significativa grazie all'avvio, per la prima volta, di allenamenti di **Calcio Integrato** con il settore giovanile di Juventus. Questa nuova attività, denominata **"Passaggi di Inclusione"**, è nata con un'idea semplice ma potente: un allenamento congiunto tra il settore giovanile (U7–U12) e Juventus One & Youth, per favorire l'inclusione dei bambini con disabilità, ma anche per offrire ai ragazzi del Settore Giovanile un'esperienza concreta di confronto con la diversità, promuovendo empatia e collaborazione.

Tra ottobre 2025 e maggio 2026, l'Allianz Training Center di Vinovo ha ospitato **8 sessioni di allenamento con 200 giovani atleti, di cui 47 provenienti da Juventus One & Youth:** non solo esercizi tecnici, ma momenti pensati per far sentire tutti protagonisti, guidati da uno staff multidisciplinare che ha unito allenatori, psicologi e professionisti del Club.

L'attività non si è fermata alla superficie, ma ha adottato un approccio educativo basato sull'esperienza diretta e sulla cooperazione. Ogni esercizio è stato adattato per rispettare i tempi e le capacità di tutti. Un aspetto fondamentale è stato l'utilizzo di strumenti mirati, come le "storie sociali": piccoli supporti visivi e narrativi che hanno aiutato gli atleti con disturbo dello spettro autistico a vivere con serenità le novità e i momenti della giornata sportiva.



LA MOSTRA FOTOGRAFICA PORTRAITS OF IDENTITY, INCLUSION & YOUTH

Nell'ambito delle iniziative volte a promuovere una maggiore consapevolezza sui temi della disabilità Juventus ha realizzato la mostra fotografica **Portraits of Identity, Inclusion & Youth,** inaugurata il **3 dicembre 2025** presso lo Juventus Headquarter in occasione della Giornata Internazionale delle Persone con Disabilità. Per la prima volta nella propria storia, il Club ha aperto al pubblico la sede di Via Druento 175 per ospitare un percorso espositivo dedicato a Juventus One.

La mostra ha raccontato Juventus One attraverso **undici ritratti e undici storie di atleti** che hanno trovato nel calcio uno strumento di crescita personale, inclusione e appartenenza. Attraverso fotografie, testimonianze e contenuti multimediali, l'iniziativa ha consentito ai visitatori di conoscere da vicino le esperienze di persone che, grazie allo sport, hanno sviluppato nuove competenze, rafforzato la propria autonomia e costruito relazioni significative. L'obiettivo dell'esposizione era contribuire a una rappresentazione della disabilità centrata sulla persona e sulle sue potenzialità, favorendo una maggiore comprensione del valore dello sport come strumento di empowerment e inclusione sociale. Le visite sono state inoltre guidate dagli stessi atleti di Juventus One, offrendo un'occasione di confronto diretto con i protagonisti della squadra.

Particolare attenzione è stata dedicata all'accessibilità dell'esperienza espositiva. La mostra è stata progettata per garantire la fruizione da parte del maggior numero possibile di persone attraverso contenuti audio accessibili tramite QR Code, pannelli informativi in italiano e inglese, strumenti dedicati alle persone con disabilità visive e spazi adeguati alla mobilità delle persone che utilizzano sedie a rotelle o presentano ridotte capacità motorie.



La prima fase della mostra, ospitata presso lo Juventus Headquarter tra il **3 e il 10 dicembre 2025**, ha registrato la partecipazione di **538 visitatori** esterni oltre al coinvolgimento di tutta la popolazione aziendale, fra cui gli atleti e le atlete della prima squadra maschile e femminile.

L'iniziativa è stata inoltre amplificata attraverso un piano di comunicazione dedicato sui canali digitali del Club.

I CONTENUTI SOCIAL COLLEGATI ALLA MOSTRA E ALLE STORIE DEGLI ATLETI DI JUVENTUS ONE HANNO REGISTRATO RISULTATI PARTICOLARMENTE SIGNIFICATIVI, RAGGIUNGENDO OLTRE 171 MILA VISUALIZZAZIONI SUL SOLO CANALE INSTAGRAM.

Tali risultati si collocano su livelli di engagement comparabili a quelli normalmente registrati dai contenuti relativi alla Prima Squadra maschile, confermando l'interesse del pubblico verso i temi dell'inclusione e il valore delle storie raccontate attraverso Juventus One.

La mostra ha inoltre ricevuto un'ampia copertura mediatica, con **oltre 40 articoli pubblicati** tra stampa e web.

Nel mese di **aprile 2026**, la mostra è stata successivamente ospitata presso l'**Allianz Training Center di Vinovo**, con l'obiettivo di sensibilizzare le squadre dell'attività di base e del settore giovanile maschile e femminile del Club. Questa seconda fase ha coinvolto **478 visitatori**, tra cui **347 atleti e atlete e 30 membri degli staff tecnici**, oltre a dipendenti, segreterie sportive e dirigenti del Club.

Oltre ai significativi risultati ottenuti in termini di partecipazione, copertura mediatica e diffusione dei contenuti, particolare rilevanza hanno assunto i riscontri raccolti dai visitatori, che hanno evidenziato come l'iniziativa abbia contribuito a promuovere una maggiore consapevolezza sui temi della disabilità e dell'inclusione, consentendo a molte persone di conoscere più da vicino Juventus One e le storie dei suoi protagonisti.

FOCUS | ASD NESSUNO ESCLUSO.

Associazione Sportiva Dilettantistica senza fini di lucro, è il partner di riferimento per lo sviluppo e la gestione operativa dei progetti Juventus One, tra cui Juventus One@School e Juventus One & Youth. L'ASD promuove solidarietà, inclusione e pluralismo culturale attraverso attività sportive, artistiche e relazionali, valorizzando le potenzialità di ogni individuo. La collaborazione con Juventus ha permesso di ampliare negli anni le opportunità inclusive offerte a persone con disabilità, a partire dal territorio torinese.





A FIANCO DI SAVE THE CHILDREN

JUVENTUS PROSEGUE LA COLLABORAZIONE STRATEGICA CON SAVE THE CHILDREN, AVVIATA NEL 2018, CON L'OBIETTIVO DI SOSTENERE IL BENESSERE DELLE GIOVANI GENERAZIONI E COMBATTERE LE DISUGUAGLIANZE EDUCATIVE.

La partnership si basa su un impegno comune per garantire opportunità educative di qualità a bambini e adolescenti in condizioni di fragilità economica e sociale. Tale obiettivo viene perseguito attraverso una serie di progetti e attività che mettono al centro la crescita e l'inclusione sociale dei giovani. A maggio 2026, **Juventus ha rinnovato il suo supporto a Save the Children per un altro anno, con una donazione da 150.000,00 €,** che fa seguito al rinnovo del precedente triennio (2023 – 2026; valore: 600.000,00 €).



FOCUS | SAVE THE CHILDREN

Save the Children è la più importante organizzazione internazionale indipendente che da oltre 100 anni lotta per salvare le bambine e i bambini a rischio e garantire loro un futuro. La sua missione è quella di assicurare che ogni bambino possa vivere, imparare e crescere in sicurezza. Solo nel 2025 Save the Children ha raggiunto e sostenuto oltre 58 milioni di persone, di cui 38 milioni di bambine e bambini: ha supportato 150 progetti in 74 paesi, contribuendo a finanziare, con un fondo globale dedicato, 152 risposte umanitarie. In occasione dell'emergenza umanitaria verificatasi in Venezuela a giugno 2026, Juventus ha attivato la propria community per supportare la popolazione colpita attraverso il fondo globale di Save the Children. In Italia, grazie al supporto di 86 partner e all'implementazione di 115 progetti, Save the Children ha raggiunto 181 mila persone di cui oltre 137 mila bambini e adolescenti tra i più vulnerabili, al Nord come al Sud del Paese. Le principali aree d'intervento sono: educazione, salute e nutrizione, protezione, contrasto alla povertà e sicurezza alimentare, diritti e partecipazione. Trasversalmente a tutte le aree tematiche, l'Organizzazione svolge un'importante azione di advocacy per creare consenso presso gli stakeholder di riferimento al fine di ottenere cambiamenti positivi e duraturi per i bambini in Italia e nel mondo.

IL PUNTO LUCE E L'HUB EDUCATIVO 0-18: UN PRESIDIO EDUCATIVO NEL CUORE DELLE VALLETTE

UNO DEGLI ESEMPI PIÙ EMBLEMATICI DELLA COLLABORAZIONE TRA JUVENTUS E SAVE THE CHILDREN È L'HUB EDUCATIVO 0-18, INAUGURATO NEL 2022 ALL'INTERNO DEL PUNTO LUCE DEL QUARTIERE LE VALLETTE DI TORINO, A SOLI 800 METRI DALL'ALLIANZ STADIUM.

Il centro, riqualificato grazie al contributo di Juventus e sostenuto dal Club su base annuale, rappresenta oggi un presidio educativo fondamentale per il territorio.

I Punti Luce sono spazi educativi ad alta densità formativa, creati da Save the Children nei quartieri più svantaggiati delle città italiane per offrire opportunità gratuite a bambine, bambini e adolescenti tra i 6 e i 17 anni. Il sostegno di Juventus ha permesso di riqualificare e ampliare il centro, che oggi si estende su una superficie di 1.000 mq, diventando un punto di riferimento essenziale per il territorio.

Il centro offre un'ampia gamma di attività pensate per contrastare la povertà educativa e promuovere il pieno sviluppo delle potenzialità individuali:

- sostegno allo studio;
- promozione della lettura;
- laboratori artistici, musicali e digitali;
- attività motorie e sportive;
- accesso guidato alle nuove tecnologie.

NELLA STAGIONE 2025/2026, SONO STATI OLTRE 625 I MINORI CHE HANNO PARTECIPATO ALLE ATTIVITÀ DELL'HUB EDUCATIVO, DI CUI OLTRE 146 HANNO FREQUENTATO REGOLARMENTE IL CENTRO ESTIVO, AVVIATO A GIUGNO CON LA FINE DELL'ANNO SCOLASTICO.

All'interno dello stesso progetto è stato integrato anche lo Spazio Mamme, precedentemente una struttura separata, dedicata al supporto di famiglie con figli tra 0 e 6 anni in situazioni di vulnerabilità. Questo servizio offre:

- sostegno psicologico e consulenze pediatriche;
- percorsi formativi e orientamento al lavoro;
- attività per la prima infanzia;
- assistenza pratica per la genitorialità.

Lo Spazio Mamme mira a rafforzare il ruolo delle madri, promuovendo il benessere dei bambini fin dalla primissima età e contribuendo a rompere il ciclo della povertà educativa intergenerazionale.

NELLA STAGIONE 2025/2026, LO SPAZIO MAMME HA RAGGIUNTO 490 ADULTI E 222 MINORI (0-6 ANNI).



FOCUS | ATTIVITÀ DELL'HUB EDUCATIVO

Di seguito sono riepilogate le attività dell'Hub educativo, con un focus su risultati e numeriche relativamente alla stagione 2025/2026.

ATTIVITÀ DELL'HUB EDUCATIVO 0-6 ANNI

Nel corso del periodo, L'Hub educativo ha offerto un insieme integrato di attività a sostegno di donne, madri e bambini in condizioni di vulnerabilità, promuovendo il rafforzamento delle competenze genitoriali e la crescita armonica dei bambini nei primi anni di vita. Tra le principali iniziative: corsi di italiano L2, laboratori creativi, culinari e artistico-culturali, visite sul territorio, attività ricreative, percorsi di prevenzione socio-sanitaria, laboratori per lo sviluppo cognitivo e la lettura, supporto alla genitorialità, percorsi sull'educazione emotiva e momenti di orientamento ai servizi educativi e sociosanitari.

ATTIVITÀ DELL'HUB EDUCATIVO 6-17 ANNI

L'Hub educativo offre supporto scolastico e opportunità educative rivolte a bambini, ragazzi e adolescenti, favorendone la crescita personale, l'autonomia e lo sviluppo delle competenze trasversali. Le attività comprendono accompagnamento allo studio e recupero delle competenze con metodologie inclusive per Bisogni Educativi Speciali o Disturbi dell'Apprendimento, promozione di sani stili di vita e pratica sportiva, educazione digitale e STEM, percorsi di educazione ambientale, laboratori artistici ed espressivi, visite culturali e attività sul territorio. Completano l'offerta iniziative dedicate all'orientamento e al contrasto dell'inattività giovanile e del fenomeno dei NEET, con l'obiettivo di ampliare le opportunità formative, relazionali e di partecipazione dei giovani.





NELL'AMBITO DELLA PARTNERSHIP CON SAVE THE CHILDREN E DELLE ATTIVITÀ SVILUPPATE PRESSO IL PUNTO LUCE DI TORINO, JUVENTUS PROMUOVE IL COINVOLGIMENTO DI RAGAZZE E RAGAZZI IN ESPERIENZE EDUCATIVE, CULTURALI E SPORTIVE, METTENDO A DISPOSIZIONE COMPETENZE, SPAZI E OPPORTUNITÀ LEGATE ALL'ECOSISTEMA DEL CLUB.

In particolare, nella stagione 2025/2026, Juventus ha sviluppato un piano di attivazioni che ha previsto:



- **Orientamento e accesso al mondo del lavoro.** Juventus ha poi promosso un progetto finalizzato a **creare opportunità concrete di avvicinamento al mondo del lavoro.** Tra aprile e maggio 2025, il Club ha infatti attivato un canale dedicato di accesso alle selezioni per le attività di stewarding presso l'Allianz *Stadium*, rivolto a ragazze e ragazzi in situazione di fragilità che partecipano ai percorsi educativi previsti dal Punto Luce e dalle organizzazioni partner attive sul territorio. L'iniziativa si inserisce in una visione più ampia che mira ad accompagnare i giovani non solo nel proprio percorso educativo e di crescita personale, ma anche nell'acquisizione di esperienze utili allo sviluppo della propria autonomia e occupabilità. Attraverso questa opportunità, i partecipanti hanno potuto confrontarsi con un processo di selezione reale e avvicinarsi per la prima volta a una possibile esperienza professionale all'interno di uno dei principali impianti sportivi italiani. Nel corso dell'iniziativa sono state raccolte **16 candidature**, con i giovani interessati che hanno successivamente proseguito il percorso di selezione previsto. L'attività rappresenta un esempio di come Juventus intenda valorizzare la propria capacità di generare opportunità concrete per le comunità locali, contribuendo a ridurre le barriere di accesso al mondo del lavoro per persone che possono trovarsi in situazioni di fragilità sociale o educativa.



- **Formazione sulle competenze digitali.** Juventus ha promosso un percorso formativo dedicato alla comunicazione digitale e ai nuovi media attraverso lo **Juventus Creator Lab**, il centro di produzione creativa del Club. L'iniziativa è stata rivolta a giovani NEET (Not in Education, Employment or Training) e a ragazze e ragazzi con background migratorio, con l'obiettivo di offrire competenze e strumenti utili ad orientarsi in un settore caratterizzato da una crescente domanda di professionalità legate ai contenuti digitali, ai social media e alla comunicazione. Attraverso questo percorso, Juventus ha messo a disposizione dei partecipanti il proprio know-how e l'esperienza maturata nella gestione di uno degli ecosistemi digitali sportivi più rilevanti a livello internazionale, offrendo un'occasione concreta di apprendimento in un ambito particolarmente vicino agli interessi e alle aspirazioni delle nuove generazioni. I moduli formativi si sono svolti nel mese di **giugno 2025** presso lo Juventus Creator Lab. Al primo incontro, organizzato il **4 giugno 2025**, hanno partecipato **9 ragazzi e ragazze** accompagnati da **4 educatori,** mentre il secondo appuntamento, svoltosi l'**8 giugno 2025**, ha coinvolto **7 ragazzi e ragazze e 5 accompagnatori**. Attraverso queste attività, i partecipanti hanno potuto approfondire i linguaggi della comunicazione contemporanea, i processi di ideazione e produzione dei contenuti digitali e le possibili opportunità professionali offerte dal settore dei media e della comunicazione. In questo modo, il Club affianca i percorsi educativi già sviluppati sul territorio offrendo ai giovani l'opportunità di entrare in contatto con professionalità innovative e di acquisire competenze potenzialmente utili per il proprio futuro percorso formativo e lavorativo.



- **World Children's Day. Il 20 novembre 2025**, giornata in cui si celebra il World Children's Day, la Giornata Mondiale dei Diritti dell'Infanzia e dell'Adolescenza, **30 ragazze e ragazzi del Punto Luce di Torino** hanno vissuto un'esperienza unica all'**Allianz *Stadium***, visitando spazi esclusivi e scoprendo i segreti dei calciatori e delle calciatrici di Juventus, guidati dalla mascotte **Jay**, che ha reso la giornata ancora più magica.



- **Coinvolgimento nelle attività del Club.** Nel corso della stagione, i partecipanti hanno potuto accedere a tariffe agevolate per assistere alle gare delle Prime Squadre maschile e femminile, partecipare ad allenamenti a porte aperte e vivere da vicino alcune delle principali attività del Club. Tra le iniziative più significative, i giovani coinvolti hanno assistito a un concerto organizzato presso l'Allianz *Stadium* e visitato la mostra fotografica Portraits of Identity, Inclusion & Youth. Attraverso queste esperienze, il Club intende ampliare l'accesso allo sport e alla cultura, contribuendo a ridurre le barriere economiche e sociali e favorendo percorsi di inclusione, partecipazione e crescita personale. In questo contesto si inserisce anche la partecipazione dei ragazzi e delle ragazze del Punto Luce alle attività dello **Juventus Museum**. **Nel mese di giugno 2025**, il Club ha organizzato visite e laboratori didattici dedicati alle emozioni, coinvolgendo **11 partecipanti di età compresa tra i 17 e i 19 anni il 4 giugno**, accompagnati da **2 educatori**, e **10 partecipanti tra i 12 e i 16 anni il 5 giugno**, anch'essi accompagnati da **2 educatori.** Sempre nell'ambito delle attività di coinvolgimento, il **17 dicembre 2025**, in occasione della partita **Juventus Women – Manchester United,** Juventus ha accolto all'Allianz *Stadium* il gruppo di hip hop del Punto Luce di Torino, offrendo visibilità a un progetto che nei mesi precedenti era stato premiato dalla **Fondazione Carano 4 Children** nell'ambito dei Leonardo 4 Children Awards 2025 per la coreografia originale SELMA – The Step of Justice, dedicata al tema dell'uguaglianza. Attraverso questa iniziativa, il Club ha contribuito a valorizzare il talento e l'impegno dei giovani partecipanti, offrendo loro l'opportunità di condividere il proprio messaggio con il pubblico dello stadio.

KPI Comunicazione & Campagne - Children's Day

- Video e Carousel su FB Reach totale: 373.696
- News 246 letture ITA, 46 ENG
- LinkedIn 8853 visualizzazioni, 376 engagement

FOCUS | VIDES MAIN ODV

Associazione attiva a Torino nei settori dell'educazione, dei diritti umani e della solidarietà, in particolare a sostegno di giovani, donne e famiglie in situazione di difficoltà. Vides Main ODV è partner locale di Save the Children per la gestione dell'Hub Educativo 0-18 nel quartiere Le Vallette, sostenuto da Juventus. Questa realtà è dedicata principalmente a contrastare la povertà educativa e a rafforzare il sostegno alle famiglie vulnerabili del territorio.





CALCIO E INCLUSIONE CON GIOCA CON ME

"GIOCA CON ME" È UN PROGETTO SOCIALE PROMOSSO DA JUVENTUS PER PROMUOVERE L'INCLUSIONE SOCIALE ATTRAVERSO IL CALCIO, OFFRENDO A BAMBINE E BAMBINI PROVENIENTI DA CONTESTI SOCIO-ECONOMICI FRAGILI OPPORTUNITÀ DI PARTECIPAZIONE, CRESCITA E SVILUPPO DI COMPETENZE RELAZIONALI.

Attivo dal 2012/2013, il progetto si fonda su un approccio educativo che integra attività sportive non agonistiche con momenti di apprendimento sociale, orientati a favorire il rispetto, la collaborazione e la solidarietà.

Nella stagione 2025/2026, Juventus ha rinnovato il progetto in collaborazione con la Cooperativa Villa Sole, coinvolgendo 15 bambini tra i 7 e i 10 anni, tutti maschi, segnalati dai Servizi Sociali di quattro distretti della città di Torino. Gli allenamenti si sono svolti presso l'ASD Campo Luini, in zona Lucento/Vallette, dotato di campi in erba sintetica, spogliatoi attrezzati e illuminazione serale. Questa sede ha potuto garantire prossimità territoriale rispetto alle aree di residenza dei partecipanti. Durante l'anno, il programma si è articolato in 26 sessioni totali, coordinate da uno staff dedicato composto da:

- 1 coordinatore di progetto;
- 1 educatore professionale;
- 1 istruttore.

Il metodo educativo integra elementi di psicologia, gioco e sport, per favorire lo sviluppo del benessere fisico, emotivo e relazionale. Come racconta Simon Solomon, educatore del progetto:

«PER OGNUNO DEI RAGAZZI, IL CAMPO E GLI ALLENAMENTI SONO DIVENTATI UNO SPAZIO SICURO, PROTETTO E STIMOLANTE, DOVE POTERSI ESPRIMERE LIBERAMENTE SENZA PAURA DEL GIUDIZIO»

Nel corso della stagione, Juventus ha integrato il servizio di supporto psicologico **"Panchina d'Ascolto"**, prevedendo il coinvolgimento di un professionista dell'area psicologica del Club nelle attività di supervisione dello staff. Sono poi stati organizzati momenti di confronto al termine degli allenamenti, finalizzati a rafforzare ulteriormente l'efficacia dell'intervento educativo.

I principali temi affrontati hanno riguardato l'equilibrio tra accoglienza e autorevolezza nella gestione del gruppo, i ritmi e le modalità di conduzione delle attività, la gestione delle transizioni tra i diversi esercizi. Infine, anche quest'anno, i beneficiari del progetto hanno avuto l'opportunità di godere di occasioni di partecipazione e vicinanza al Club, con biglietti gratuiti o a tariffa agevolata allo stadio, in varie partite casalinghe.

Tra i momenti più significativi della stagione la Festa di Natale del 19 dicembre 2025 ha coinvolto bambini, bambine e famiglie, insieme a Jay, la mascotte ufficiale di Juventus, che ha preso parte ai giochi con i bambini, consegnato i kit previsti dall'iniziativa e condiviso un momento conviviale. Juventus ha inoltre donato un'ampia fornitura di capi di abbigliamento destinati a bambine/i, ragazze/i, ospiti e volontari della Cooperativa Villa Sole, contribuendo così anche a rispondere a bisogni materiali concreti.



DALLA SUA ATTIVAZIONE, "GIOCA CON ME" HA COINVOLTO 110 PARTECIPANTI, DI CUI 96 BAMBINI E 14 BAMBINE, OFFRENDO NON SOLO OPPORTUNITÀ SPORTIVE, MA ANCHE RELAZIONI EDUCATIVE E PERCORSI DI CRESCITA IN GRADO DI GENERARE UN IMPATTO DURATURO NELLA VITA DEI GIOVANI PARTECIPANTI.

FOCUS | IMPLEMENTING PARTNER COOPERATIVA VILLA SOLE

Partner storico del progetto Gioca con Me, Villa Sole è una cooperativa sociale attiva a Torino che accoglie e lavora con bambini e adolescenti provenienti da contesti familiari complessi, offrendo loro un ambiente sicuro e protetto. La cooperativa fornisce supporto educativo, psicologico e sociale, aiutando i minori a superare momenti critici e a sviluppare percorsi di crescita positivi.





CONTRASTO ALLA VIOLENZA DI GENERE

LA COLLABORAZIONE CON FONDAZIONE LIBELLULA

Nata nel 2022, la collaborazione con **Fondazione Libellula** consente a Juventus di affrontare tematiche legate alla prevenzione della violenza di genere, alla parità di trattamento e al contrasto delle discriminazioni, attraverso iniziative di formazione, sensibilizzazione e coinvolgimento. Negli anni, la collaborazione si è progressivamente consolidata attraverso iniziative di advocacy, campagne di comunicazione e percorsi formativi dedicati alle persone del Club

Nel 2024, il percorso ha compiuto un ulteriore passo avanti con l'ingresso ufficiale di Juventus nel network di Fondazione Libellula, un ecosistema di aziende e organizzazioni impegnate a promuovere il cambiamento culturale e la prevenzione della violenza di genere. Questa adesione consente ogni anno al team People, Culture & ESG di Juventus di partecipare ad attività di confronto, formazione e apprendimento.

UN ULTERIORE TASSELLO DELLA COLLABORAZIONE È RAPPRESENTATO DALLO SVILUPPO DELLE FIGURE AMBASSADOR LIBELLULA CONTRO LA VIOLENZA DI GENERE



Dopo aver avviato nella stagione precedente il percorso formativo di I livello, due persone di Juventus sono state presentate ufficialmente nel gennaio 2026 come punti di riferimento sui temi della prevenzione e del contrasto della violenza di genere nel contesto privato. Nel corso della stagione 2025/2026 le Ambassador hanno proseguito con il II livello di formazione, approfondendo competenze e strumenti utili a promuovere una cultura basata su ascolto, rispetto, inclusione e prevenzione.

L'INIZIATIVA PIÙ SIGNIFICATIVA DELLA STAGIONE È STATA LA CAMPAGNA "I BELIEVE YOU", SVILUPPATA IN OCCASIONE DELLA GIORNATA INTERNAZIONALE PER L'ELIMINAZIONE DELLA VIOLENZA CONTRO LE DONNE, IL 25 NOVEMBRE 2025.

La campagna nasce dalla consapevolezza che uno degli ostacoli principali per chi subisce violenza è spesso non essere creduto. Attraverso un messaggio semplice ma potente – "Ti credo" – Juventus e Fondazione Libellula hanno voluto promuovere una cultura dell'ascolto e del supporto, invitando persone e comunità a non voltarsi dall'altra parte. Il progetto ha trovato espressione concreta nell'installazione di sticker con QR code all'interno degli spazi del Club, dall'Allianz *Stadium* ai *Training Center*, offrendo un accesso immediato a servizi, numeri utili e risorse di supporto. Con questa campagna Juventus ha scelto di utilizzare la propria visibilità per affrontare un tema sociale rilevante, contribuendo a costruire una cultura in cui ogni persona possa sentirsi ascoltata, creduta e sostenuta.

In linea con l'impegno per il contrasto alla violenza di genere, il 17 Febbraio 2026, in occasione della Giornata Europea contro le Molestie, la capitana della Prima Squadra Femminile, Cecilia Salvai, ha lanciato un appello per sottolineare l'importanza di educare le nuove generazioni al rispetto, all'empatia e all'inclusione. Nel suo messaggio ha evidenziato il ruolo fondamentale di sport, famiglia e scuola nel promuovere una cultura del rispetto e contribuire a costruire una società più giusta e consapevole.



INSIEME A FONDAZIONE GIULIA CECCHETTIN

A conferma dell'impegno sul tema della violenza di genere, Juventus ha coinvolto Fondazione Giulia Cecchettin ETS per l'annuale incontro formativo promosso dall'Area Psicologica nell'ambito del Progetto Tutela e Benessere dei Minori FIGC-SGS. La Fondazione opera per prevenire la violenza di genere e promuovere relazioni basate sul rispetto, sulla consapevolezza e sull'educazione affettiva. Attraverso attività di sensibilizzazione, percorsi educativi e iniziative rivolte in particolare alle giovani generazioni, la Fondazione contribuisce a diffondere una cultura capace di contrastare stereotipi, pregiudizi e comportamenti discriminatori.

IL 14 MAGGIO 2026, GINO CECCHETTIN, PRESIDENTE DELLA FONDAZIONE, È STATO OSPITE E RELATORE DI UN INCONTRO RIVOLTO AD ALLENATORI E MEMBRI DEGLI STAFF TECNICI DEL SETTORE GIOVANILE FEMMINILE E MASCHILE DEL CLUB.

L'attività, realizzata in collaborazione con Fondazione Libellula, ha approfondito temi quali l'iceberg della violenza, le microaggressioni verbali e i pregiudizi inconsapevoli, con l'obiettivo di accrescere la consapevolezza sui comportamenti che possono alimentare discriminazioni e disuguaglianze, anche nei contesti sportivi, dagli spogliatoi ai campi da gioco.

«MI HA COLPITO MOLTO QUANDO GINO CECCHETTIN HA POSTO L'ENFASI SUL CONTROLLO EMOTIVO. QUANTO È IMPORTANTE CONOSCERE DAVVERO LE PERSONE E I GIOVANI CALCIATORI CON CUI LAVORIAMO: OGNUNO HA UNA STORIA E UN CONTESTO FAMILIARE UNICO." COACH SETTORE GIOVANILE JUVENTUS.»

Coach settore giovanile Juventus





KPI Comunicazione & Campagne - 25 Novembre - I Believe You	• Video su IG, X, FB, TikTok. Reach totale: 785.208 • Linkedin 19.769 visualizzazioni • 305 engagement
KPI Comunicazione & Campagne - Campagna 8 Marzo	• Carousel su IG, X, FB Reach totale: 662.605 • News 560 letture ITA, 150 ENG • Linkedin: 12.790 visualizzazioni, 399 engagement



LA SALUTE MENTALE SENZA TABÙ: STORIES OF STRENGTH

Negli ultimi anni, **Stories of Strength** si è affermato come uno dei principali progetti di Juventus dedicati alla promozione della salute mentale, con l'obiettivo di abbattere lo stigma legato alla fragilità emotiva e incoraggiare il dialogo attraverso la condivisione di storie autentiche.

Nato nel 2023 come format di storytelling con il coinvolgimento di atleti, degli staff e di voci influenti a livello globale, si è progressivamente evoluto fino a mettere al centro le voci della community bianconera, trasformando esperienze personali di difficoltà, resilienza e crescita in strumenti di consapevolezza e connessione.

Lanciata il 2 Novembre 2023, la **prima stagione del podcast** "Stories of Strength" ha riunito diverse figure all'interno della Juventus per condividere le loro storie e i loro percorsi di salute mentale mai raccontati prima. La scorsa stagione, in occasione della **Giornata Mondiale sulla Salute Mentale**, il 10 ottobre 2024, Juventus ha lanciato la **seconda stagione**: un viaggio attraverso la salute mentale di individui resilienti, mettendo in luce le loro battaglie personali e i loro trionfi, con voci provenienti dai mondi dello sport, della musica, del gaming e della motivazione sociale.

Nel corso della stagione 2025/26, l'evoluzione del format ha trovato espressione nella collaborazione con **Progetto Happiness**, con la realizzazione del **documentario** Stories of Strength, un racconto di circa 25 minuti dedicato al ruolo che il calcio può avere nella vita delle persone e al suo impatto sul benessere mentale.

Prima, in occasione della **Giornata Internazionale della Salute Mentale**, il 10 ottobre 2025, la Juventus ha raccolto le storie personali e vulnerabili della sua community di tifosi, trasformandole in una potente richiesta di connessione. Poi, grazie alla collaborazione con Giuseppe Bertuccio D'Angelo, fondatore di Progetto Happiness, è nato il documentario. Attraverso le testimonianze di tre tifosi provenienti da diverse parti del mondo, questo reportage esplora come il senso di appartenenza alla comunità juventina possa rappresentare una fonte di supporto, identità e forza nei momenti di fragilità e un valore chiave per superare ogni stigma. "Hani vive a Toronto. John a Bogotà. Pietro in Italia. Non si conoscevano. Li univa solo una maglia e qualcosa che non avevano mai detto ad alta voce. Sono andato a trovarli uno per uno. Mi hanno aperto le porte di casa. Mi hanno raccontato cose che non avevano detto a nessuno. Le loro storie sono diventate un reportage che parla esattamente di questo: esporsi non è una debolezza" Giuseppe Bertuccio D'Angelo

Presentato in anteprima all'Allianz *Stadium* alla presenza ei capitani delle Prime Squadre maschile e femminile e di 160 ospiti, il documentario ha rappresentato un importante passo avanti nel percorso del Club sul tema della salute mentale, in particolare quella maschile ancora permeata di tabu e reticenze, consolidando l'utilizzo dello storytelling come leva per generare consapevolezza, favorire il confronto e rafforzare il senso di comunità dentro e fuori dal mondo Juventus.

KPI Comunicazione & Campagne – Stories of Strenght

334 M Potential Reach, 65 M Total Impression, 688 K Engagement
(+50% on previous SoS seasons, 11 M views on YouTube, 13 K likes on YouTube, 660 comments on YouTube, 95% Positive Sentiment on YouTube comments).



IMPEGNO CONTRO IL RAZZISMO

Il 21 marzo 2026 in occasione della **Giornata internazionale per l'eliminazione della discriminazione razziale**, il Club ha promosso la campagna **"Never Again"**, affermando con forza che il razzismo non ha spazio nel calcio. Il Club ha lanciato un messaggio chiaro e diretto, ribadendo la necessità di un impegno collettivo e costante per contrastare ogni forma di discriminazione, dentro e fuori dal campo. Nel prepartita di Juventus–Sassuolo, le due squadre si sono simbolicamente unite al centro del campo per testimoniare una posizione condivisa contro il razzismo.

In aggiunta, come ogni anno Juventus ha aderito alla **Philadelphia Junior Cup | Keep Racism Out**: un progetto di coinvolgimento, sensibilizzazione e advocacy di Lega Serie A con iniziative educative per il settore giovanile e il coinvolgimento della comunità calcistica locale e dei tifosi.

La Philadelphia Junior Cup è un torneo nazionale giovanile di calcio a 7 che coinvolge gli oratori delle città delle squadre di Serie A. I calciatori, tutti Under 14, scendono in campo anche in una partita parallela a sostegno della campagna "Keep Racism Out" promossa da Lega Serie A e CSI. Il programma prevede incontri e attività educative, come quello organizzato a Vinovo, per promuovere consapevolezza e strumenti concreti di contrasto alla discriminazione.

Il 29 aprile 2026, la Philadelphia Junior Cup | Keep Racism Out è tornata all'Allianz Training Center di Vinovo. Protagonisti della giornata sono stati Viola Calligaris e Pierre Kalulu, che hanno incontrato **30 ragazzi tra i 12 e i 14 anni** della Parrocchia San Benedetto insieme a tre delegazioni del settore giovanile bianconero: U13 Femminile, U13 Maschile e Juventus One & Youth. Un momento di confronto sui valori dello sport, durante il quale i due difensori hanno raccontato la propria esperienza e posto l'accento sull'importanza della collaborazione e del gioco di squadra, nel calcio e non solo. L'iniziativa segue l'esperienza vissuta all'Allianz *Stadium* da **40 ragazzi** degli oratori San Francesco di Venaria e Maria Ausiliatrice di Villastellone in occasione di Juventus–Sassuolo.

KPI Comunicazione & Campagne - Never Again

Foto su IG, X, FB e video su FB Reach totale: 933.925





CALCIO COME OPPORTUNITÀ CON TWINNING PROJECT

Tra le novità della stagione, il Club ha avviato ufficialmente la collaborazione con **Twinning Project**, iniziativa internazionale che propone una collaborazione tra Club e istituti penitenziari del territorio, per offrire a detenuti e detenute programmi educativi e formativi sull'insegnamento del calcio e sullo sviluppo di competenze utili al reinserimento sociale e lavorativo.

Dal 17 aprile al 12 giugno 2026, **quattro allenatori del settore giovanile bianconero** hanno accompagnato **11 ragazzi** dell'**Istituto Penale per Minorenni "Ferrante Aporti"** di Torino, di età compresa fra i 18 e i 21 anni, in un percorso di nove incontri, che ha integrato formazione teorica e attività pratiche sul campo. Il programma ha previsto una formazione di base per il conseguimento delle competenze necessarie a diventare allenatori di calcio, inserita in un più ampio quadro di sviluppo di abilità trasversali quali comunicazione efficace, lavoro di squadra, leadership, gestione dei conflitti e capacità di riflessione.

Nato nel Regno Unito ed attivo dal 2018, Twinning Project ha dimostrato un impatto concreto e misurabile, contribuendo al miglioramento del benessere fisico e mentale dei partecipanti, alla riduzione dei comportamenti violenti, al miglioramento della condotta all'interno degli istituti e a una maggiore fiducia nelle prospettive future.

Dopo l'approdo in Italia nel 2024, Twinning ha avviato nel 2026 il suo programma in 5 città, con attenzione particolare agli istituti penitenziari minorili, grazie al supporto di **Enel Cuore**, l'Ente Filantropico del Gruppo Enel, che da oltre 20 anni è impegnato al fianco delle organizzazioni del Terzo settore nel sostenere persone in situazione di fragilità.

> "ATTRAVERSO IL TWINNING PROJECT, JUVENTUS CONFERMA IL PROPRIO IMPEGNO NEL VALORIZZARE IL RUOLO SOCIALE DEL CALCIO COME STRUMENTO DI COESIONE, EDUCAZIONE E SVILUPPO DELLE PERSONE. IL PROGETTO NASCE CON L'OBIETTIVO DI GENERARE OPPORTUNITÀ CONCRETE PER GIOVANI IN CONTESTI DI VULNERABILITÀ. UN CONTRIBUTO RESO POSSIBILE ANCHE GRAZIE AL LAVORO DEI NOSTRI ALLENATORI, CHE AFFIANCANO I RAGAZZI CON COMPETENZA E SENSO DI RESPONSABILITÀ"
>
> Greta Bodino, Chief People, Culture & ESG Officer di Juventus.



INIZIATIVE SOLIDALI

Accanto ai progetti sociali descritti nelle sezioni precedenti, Juventus promuove e sostiene una pluralità di iniziative con organizzazioni del terzo settore, enti benefici e di solidarietà.

Attraverso donazioni, campagne di sensibilizzazione e la messa a disposizione di esperienze e asset del Club, Juventus contribuisce a rafforzarne il proprio legame con il territorio e promuovere la partecipazione attiva delle proprie persone e dei propri stakeholder.

COLLABORAZIONI TERRITORIALI E RETI ASSOCIATIVE

Nella stagione 2025/2026 Juventus ha rinnovato la donazione di kit di abbigliamento a **Sermig, CasaOz e Croce Rossa Italiana**, organizzazioni impegnate sul territorio torinese nei campi della solidarietà, dell'inclusione e dell'assistenza alle persone in situazioni di fragilità.

Juventus ha inoltre accolto all'Allianz *Stadium* una delegazione di AIB Special, squadra che accoglie ragazzi e ragazze con varie forme di disabilità, affiliata all'ASD Accademia Isola Bergamasca e sostenuta da FC Internazionale Milano. In occasione della gara Juventus-Bologna del 19 aprile 2026, quaranta tra atleti, atlete e accompagnatori hanno partecipato a una visita del Juventus Museum e assistito alla partita insieme a una delegazione di Juventus One, dando vita a un momento di inclusione, socializzazione e condivisione attraverso lo sport.

CONTRASTO ALLA POVERTÀ ALIMENTARE

Nel corso della stagione 2025/2026 il Club ha rafforzato la collaborazione con **Banco Alimentare Piemonte**, realtà impegnata nel recupero e nella redistribuzione delle eccedenze alimentari a favore di persone e famiglie in situazione di fragilità, coinvolgendo attivamente **15 calciatori** della squadra U20 in due giornate di volontariato. Nell'aprile 2026, i giovani atleti hanno partecipato ad attività di selezione, riconfezionamento e distribuzione degli alimenti, entrando in contatto diretto con una realtà che nel 2025 ha supportato oltre 110.000 persone attraverso una rete di 560 organizzazioni partner attive sul territorio piemontese.

L'iniziativa ha rappresentato un'importante occasione di crescita civica per i ragazzi, contribuendo a rafforzare la consapevolezza sui temi della solidarietà, della responsabilità sociale e del sostegno alle comunità più vulnerabili. L'attività si inserisce in una collaborazione più ampia che comprende il recupero e la redistribuzione delle eccedenze alimentari generate durante gli eventi organizzati presso l'Allianz *Stadium*.

SALUTE, RICERCA SCIENTIFICA E SOSTEGNO AI PERCORSI DI CURA

La promozione della salute, il sostegno alla ricerca scientifica e la vicinanza alle persone che affrontano percorsi di cura rappresentano un ulteriore ambito di impegno per Juventus, sviluppato attraverso collaborazioni con organizzazioni e fondazioni attive a livello nazionale e locale.

Nel corso della stagione il Club ha supportato iniziative benefiche, eventi di raccolta fondi e attività di sensibilizzazione promosse da realtà quali **AISM – Associazione Italiana Sclerosi Multipla, AIL – Associazione Italiana contro Leucemie, Linfomi e Mieloma, Fondazione Telethon** e **Cometa**, mettendo a disposizione esperienze presso le aree hospitality dell'Allianz *Stadium*, maglie autografate ed esperienze dedicate da destinare ad aste solidali e iniziative benefiche.

Tra le collaborazioni attivate si inserisce quella con **Make-A-Wish Italia**, organizzazione che realizza i desideri di bambini e ragazzi affetti da gravi patologie. Nell'ambito di tale partnership, Juventus ha contribuito a esaudire il desiderio di due bambini, accogliendoli presso il Juventus Training Center Continassa e offrendo loro l'opportunità di incontrare i giocatori della Prima Squadra maschile.

Tra le collaborazioni consolidate si conferma quella con la **Fondazione Piemontese per la Ricerca sul Cancro**, sostenuta attraverso diverse iniziative nel corso della stagione. Juventus ha partecipato alla XXVI edizione del *Pro Am della Speranza – The Green is Pink*, contribuendo con una donazione e prendendo parte all'evento

sportivo organizzato presso il Royal Park I Roveri. Il sostegno è proseguito con il programma *Candiolo Cares*, con l'organizzazione presso il Juventus Headquarter di una lezione di pilates dedicata a pazienti oncologiche, persone guarite dal cancro e dipendenti del Club. Il Club ha inoltre sostenuto iniziative di raccolta fondi promosse dalla Fondazione, confermando il proprio supporto alla ricerca e alla cura oncologica.

Nell'ambito delle collaborazioni storiche rientra anche il rapporto con **UGI – Unione Genitori Italiani contro il tumore dei bambini ODV**, associazione che offre accoglienza e supporto alle famiglie di bambini e adolescenti in cura oncologica presso l'Ospedale Infantile Regina Margherita di Torino. Nel corso della stagione Juventus ha sostenuto l'affitto di un appartamento presso Casa UGI con un contributo di 15.000 euro, contribuendo concretamente a consentire alle famiglie di rimanere accanto ai propri figli durante le terapie.

COINVOLGIMENTO DELLA COMUNITÀ JUVENTUS

L'impegno sociale del Club passa anche attraverso il coinvolgimento diretto delle proprie persone e la partecipazione a iniziative che promuovono salute, inclusione, solidarietà e coesione sociale.

In questo contesto, Juventus ha preso parte a **Just The Woman I Am**, la tradizionale corsa-camminata organizzata a Torino in occasione della Giornata Internazionale della Donna, finalizzata a sostenere la ricerca universitaria sulla salute e sul cancro, promuovere la prevenzione e sensibilizzare sui temi dell'inclusione e della parità di genere. Attraverso il Team Juventus, il Club ha coinvolto dipendenti, collaboratori e membri del Business Club in un momento di partecipazione collettiva e condivisione dei valori legati al benessere e alla salute.

Nel corso della stagione Juventus ha inoltre aderito allo spettacolo teatrale **"My Name is Luca. Ballata per Vialli"**, promosso dalla **Fondazione Vialli e Mauro**, organizzazione impegnata nel sostegno alla ricerca medico-scientifica e nella realizzazione di iniziative solidali a favore di persone e famiglie che affrontano percorsi di malattia. Attraverso l'acquisto di 80 biglietti destinati alle proprie persone, il Club ha contribuito alla raccolta fondi dell'iniziativa e, al tempo stesso, ha reso omaggio alla figura di Gianluca Vialli e ai valori di coraggio, cura e attenzione alla comunità che ne hanno caratterizzato il percorso umano e sportivo.

[26] Media delle stagioni sportive 2023/2024 e 2024/2025.

S3-5 – OBIETTIVI LEGATI ALLA GESTIONE DEGLI IMPATTI NEGATIVI RILEVANTI, AL POTENZIAMENTO DEGLI IMPATTI POSITIVI E ALLA GESTIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

Nel quadro della **strategia ESG Black, White & More**, Juventus si è posta obiettivi specifici per rafforzare l'impatto sociale positivo del Club sulle comunità locali e globali, riducendo al contempo i rischi legati a esclusione e disuguaglianza. Coerentemente con l'approccio **"ESG integrated"**, alcuni degli obiettivi legati alla sfera sociale della stagione 2026/2027 sono stati affidati ad uno o più Impact Team del Club.

OBIETTIVO 1 | JUVENTUS ONE

Per la stagione 2025/2026 l'obiettivo del Club è stato quello di consolidare le numeriche raggiunte, con un aumento del 10% rispetto alla media delle ultime due stagioni, rafforzando al tempo stesso la qualità e la continuità del progetto.

Risultato 2025/2026: obiettivo raggiunto.

- **Baseline**: 117 atleti[26]
- **Obiettivo stagione 2025/2026**: +10% atleti
- **Atleti stagione 2025/2026**: 131 (+ 12%)

Aggiornamento stagione 2026/2027. Coerentemente con l'approccio **"ESG integrated"**, per la stagione 2026/2027 Juventus ha evoluto l'obiettivo associato a Juventus One, affidandone il presidio all'**Impact Team "Brand & Digital"**. L'obiettivo non riguarda più l'ampliamento diretto del numero di atleti coinvolti, bensì la diffusione e valorizzazione dei valori di inclusione e accessibilità promossi da Juventus One attraverso le attività di comunicazione del Club.



Campo	Contenuto atteso
Descrizione del target	Integrazione strutturale di Juventus One nelle attività di Brand & Digital
Ambito / perimetro	Attività di comunicazione, campagne di Brand, canali digitali e contenuti editoriali del Club
Baseline	Supporto nella promozione della mostra dedicata a Juventus One della Stagione 2025/2026.
Target quantitativo / qualitativo	Integrare Juventus One in almeno una campagna di Brand durante la stagione 2026/2027 e pubblicare almeno tre contenuti dedicati all'interno del flusso ordinario delle attività Brand & Digital, rafforzando la continuità della narrazione sui temi di inclusione e accessibilità
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027 (chiusura al 30 giugno 2027)
Responsabile interno	Impact Team: Brand & Digital
Budget	Attività realizzate nell'ambito dei budget ordinari delle funzioni Brand & Digital
Società Partner	ASD Nessuno Escluso
Collegamento strategico	Pilastro **"Sustainable Glocal Club"** e pilastro **"Fan Centrality"**

OBIETTIVO 2 | JUVENTUS ONE @ SCHOOL

Per la stagione 2025/2026, l'obiettivo del Club è stato quello di incrementare il numero di studenti coinvolti rispetto ai risultati raggiunti nella stagione 2024/2025.

Risultato 2025/2026: obiettivo raggiunto.

- **Baseline** 2024/2025: 520
- **Obiettivo stagione 2025/2026**: 1.040 studenti raggiunti
- **Studenti raggiunti stagione 2025/2026**: 2.675 (+ 414%)

Aggiornamento stagione 2026/2027. Alla luce degli ottimi risultati conseguiti nella stagione 2025/2026, l'obiettivo viene confermato anche per la stagione 2026/2027. In particolare, il Club si propone di consolidare la diffusione di Juventus One @School, mantenendo elevato il numero di studenti coinvolti e rafforzando ulteriormente la presenza dell'iniziativa all'interno del sistema scolastico. Per la stagione 2026/2027 il target è fissato in almeno 2.000 studenti raggiunti. Per le indicazioni sul budget si rimanda alla tabella dedicata in S3-4.

OBIETTIVO 3 | GIOCA CON ME

Per la stagione 2025/2026, l'obiettivo del Club è stato quello di ampliare la portata di Gioca con Me aumentando il numero di bambini coinvolti, garantendo al tempo stesso la qualità delle attività e la continuità del programma.

Risultato 2025/2026: obiettivo raggiunto.

- **Baseline** 2024/2025: 12
- **Obiettivo stagione 2025/2026**: +20% rispetto alla baseline
- **Bambini raggiunti stagione 2025/2026**: 15 (+ 25%)

Aggiornamento 2026/2027. L'obiettivo è stato raggiunto nella stagione 2025/2026 e non verrà riproposto nella stagione 2026/2027. Il Club proseguirà comunque le attività sviluppate nell'ambito dell'iniziativa attraverso la gestione ordinaria delle attività.

OBIETTIVO 4 | PROGETTO INTERNAZIONALE

Per la stagione 2025/2026, l'obiettivo del Club è stato quello di sviluppare e/o supportare un nuovo progetto in un contesto internazionale strategico, in linea con i principi del pilastro **"Sustainable Glocal Club"**.

Risultato 2025/2026: non raggiunto. Nel corso della stagione 2025/2026, non sono stati attivati nuovi progetti internazionali.

Aggiornamento stagione 2026/2027. In linea con l'approccio già adottato nella Stagione 2025/2026 e in quella precedente, il Club valuterà di orientare il proprio impegno internazionale sul supporto alle attività di emergenza promosse da Save the Children, valorizzando il proprio ruolo di sensibilizzazione e coinvolgimento della community bianconera. Ad esempio, in occasione del terremoto che ha colpito il Venezuela il 24 giugno 2026, il Club ha promosso la campagna di raccolta fondi per il Fondo Emergenze di Save the Children, contribuendo a diffondere l'iniziativa presso la propria community e sensibilizzando tifosi e stakeholder sull'importanza degli interventi umanitari in situazioni di crisi. Juventus valuterà inoltre modalità di supporto più continuative al Fondo Emergenze dell'organizzazione, al fine di contribuire agli interventi umanitari attivati in occasione di crisi internazionali e calamità naturali.

OBIETTIVO 5 | MODULO ESG PER LE JUVENTUS ACADEMY

Nel corso della stagione 2025/2026 è proseguita la collaborazione tra il Team ESG e il Team Academy finalizzato all'integrazione di contenuti educativi all'interno dei programmi **Juventus Academy**. A seguito delle attività di progettazione e dei confronti sviluppati nel corso dell'anno, il Club ha completato la definizione di un primo modulo dedicato ai temi della sostenibilità, inizialmente pensato per essere introdotto nell'ambito dei Summer Camp.

Nel corso della stagione, tuttavia, le riflessioni svolte congiuntamente dalle funzioni coinvolte hanno evidenziato l'opportunità di adottare un approccio più ampio, in grado di valorizzare maggiormente il potenziale educativo del network Academy. Per questo motivo, si è deciso di non procedere con un lancio limitato ai Summer Camp e di ampliare il progetto sia in termini di destinatari sia di contenuti, estendendolo progressivamente alle Academy nazionali e internazionali e integrando, accanto ai temi della sostenibilità, ulteriori argomenti legati al wellbeing e agli stili di vita salutari, con particolare attenzione alla nutrizione.

Alla chiusura della stagione 2025/2026, l'obiettivo risulta quindi completato nella sua fase di progettazione e ridefinizione strategica ed è stato conseguentemente esteso alla stagione 2026/2027 per consentirne l'implementazione all'interno di un perimetro più ampio e maggiore coerenza con la mission educativa di Juventus Academy.

OBIETTIVO 6 | INCLUSIONE ATTRAVERSO GLI EVENTI

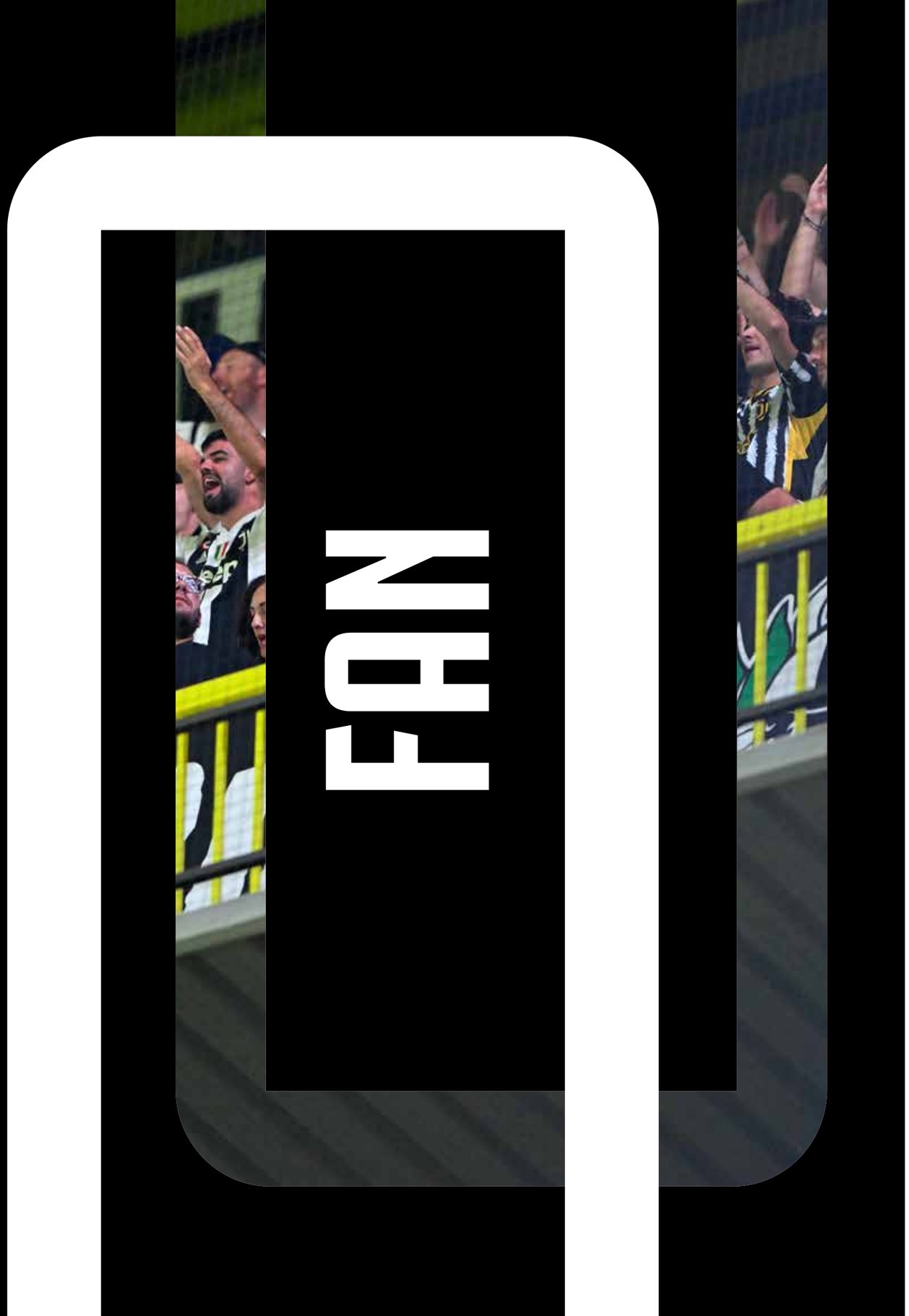
Coerentemente con l'approccio **"ESG integrated"**, a partire dalla stagione 2026/2027 Juventus ha affidato all'**Impact Team Events & Operations** un obiettivo volto a integrare progressivamente criteri di inclusione sociale nella pianificazione e gestione delle attività operative legate agli eventi del Club. L'iniziativa nasce dalla consapevolezza che gli eventi sportivi e istituzionali rappresentano un'importante opportunità per generare impatti positivi sulle comunità interessate e favorire percorsi di partecipazione e inclusione per persone che si trovano in situazioni di vulnerabilità sociale.

L'obiettivo prevede un percorso graduale che combina attività di analisi, coinvolgimento dei fornitori e sperimentazione di progettualità pilota, con l'intento di integrare nel tempo criteri di inclusione sociale nei processi ordinari di gestione degli eventi.



Campo	Contenuto atteso
Descrizione del target	Integrare criteri di inclusione sociale nella gestione operativa degli eventi del Club (match day e non-match day), favorendo il coinvolgimento di persone appartenenti a categorie a rischio di esclusione sociale.
Ambito / perimetro	Eventi organizzati dal Club e relativi fornitori strategici (es. catering, accoglienza, animazione, logistica e servizi operativi).
Baseline	Nella stagione 2025/2026 il Team Operations ha avviato una prima sperimentazione di inclusione sociale attraverso la creazione di un canale dedicato di accesso alle selezioni per attività di stewarding presso l'Allianz *Stadium*, rivolto ai giovani coinvolti nei percorsi educativi del Punto Luce di Torino e delle organizzazioni partner di Save the Children. Tale esperienza rappresenta il punto di partenza per lo sviluppo di un approccio più strutturato volto a integrare criteri di inclusione sociale nella gestione delle operazioni legate agli eventi del Club.
Target quantitativo / qualitativo	Fase 1: mappatura del 100% dei fornitori strategici degli eventi rispetto ai temi dell'inclusione sociale e predisposizione di un assessment del livello di maturità. Fase 2: definizione di linee guida per l'integrazione progressiva di criteri di inclusione sociale nella gestione degli eventi e nella relazione con i fornitori. Fase 3: avvio di almeno una progettualità pilota di inclusione sociale durante la stagione 2026/2027.
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027 (chiusura al 30 giugno 2027).
Responsabile interno	Impact Team: Events & Operations
Budget	Attività realizzata nell'ambito dei budget ordinari delle funzioni Events e Operations.
Collegamento strategico	Pilastro Sustainable Glocal Club





INFORMAZIONI SOCIALI (S4)

S4 CONSUMATORI E UTILIZZATORI FINALI[27]

Juventus, forte della sua identità storica e del legame profondo con il territorio torinese, si è affermata negli anni anche come *brand* globale capace di parlare a milioni di persone nel mondo. In linea con i valori, IROs, Juventus cerca di svolgere un ruolo chiave nel supportare la comunità in cui opera, con l'obiettivo di una crescita condivisa. Per questo motivo, all'interno della strategia *Black, White & More,* uno dei sei pilastri è la *"Fan Centrality".* Questo pilastro rimarca l'importanza dei tifosi per Juventus.

IL CLUB SI IMPEGNA A CREARE UN NETWORK COESO E INCLUSIVO CHE UNISCA TIFOSI, SPORTIVI E PARTNER, PROMUOVENDO DIVERSITÀ, EQUITÀ E INCLUSIONE.



[27] Si segnala che l'indicatore "S4 - Consumatori e utenti finali" è stato rinominato "Rapporto con i tifosi".

Il calcio è infatti un potente amplificatore sociale, pertanto Juventus – come Club di rilevanza internazionale – ha un'importante responsabilità nel promuovere messaggi positivi. Lo sviluppo di una *community* sana rappresenta dunque un obiettivo imprescindibile. Il Club si impegna a:

- potenziare il coinvolgimento dei fan e, più in generale, di tutti i propri tifosi;
- garantire ai fan piena accessibilità alle strutture sportive.

Inoltre, Juventus è particolarmente attenta alla tematica della disabilità e lavora per garantire che i tifosi abbiano piena accessibilità alle strutture sportive e possano partecipare attivamente alla vita del Club, rafforzando il senso di appartenenza e comunità.

I processi e le modalità di coinvolgimento dei Fan sono approfonditi all'interno della sezione S4-2 – *Processi di coinvolgimento dei consumatori e degli utilizzatori finali in merito agli impatti.*

SBM-2 – INTERESSI E OPINIONI DEI PORTATORI D'INTERESSI

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come sono state condotte le attività di coinvolgimento degli stakeholder si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-2.

SBM-3 – IMPATTI, RISCHI E OPPORTUNITÀ RILEVANTI E LORO INTERAZIONE CON LA STRATEGIA E IL MODELLO AZIENDALE

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come è stata condotta l'analisi e sui principali risultati, si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-3.

S4-1 – POLITICHE RELATIVE AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI

I fan che usufruiscono dei servizi di Juventus presso l'Allianz *Stadium* (e presso: lo stadio Pozzo La Marmora di Biella per le partite della Prima Squadra femminile; lo stadio Moccagatta di Alessandria per le partite della Juventus Next Gen) sono tenuti a rispettare:

- **Regolamento d'uso dell'impianto:** definisce regole di comportamento e responsabilità per i tifosi, con l'obiettivo di garantire sicurezza, legalità e inclusione. Disciplina l'utilizzo dei titoli di accesso, l'occupazione del posto assegnato, i controlli di sicurezza e l'accesso ai tifosi con disabilità. Stabilisce divieti a tutela dell'incolumità (discriminazioni, violenza, sostanze, materiali pericolosi) e prevede sanzioni in caso di violazioni. Il documento è approvato dalla Questura e il Delegato alla gestione evento di Juventus ne garantisce il rispetto e l'applicazione.

- **Codice di regolamentazione della cessione dei titoli di accesso alle manifestazioni calcistiche (Codice di Condotta):** il Codice di Condotta disciplina la cessione e l'utilizzo dei titoli di accesso alle manifestazioni calcistiche, assicurando che lo stadio sia un luogo sicuro, accogliente e rispettoso dei principi di legalità, correttezza e inclusione. Juventus rifiuta ogni forma di violenza e discriminazione, prevedendo provvedimenti inibitori (cd. gradimento) verso chi adotta comportamenti contrari a tali valori. Le misure tutelano i tifosi, la società e le istituzioni, garantendo trasparenza, responsabilità e rispetto dei diritti di tutti gli spettatori. La Società si è dotata di un comitato composto dal **Supporter Liaison Officer ("SLO")** e dai Dipartimenti *Legal, Stadium & Consumer Business, Facilities Management e Communication* che analizzano i comportamenti e valutano eventuali sanzioni.

- **Modulo per la richiesta di esposizione di striscioni, bandiere, tamburi o megafoni all'Allianz *Stadium*:** garantisce trasparenza, sicurezza e rispetto delle normative di pubblica sicurezza e antincendio. I tifosi devono compilare un modulo ufficiale, allegando documento di identità e grafica dello striscione, che viene valutato da Juventus, nella figura del SLO e dalle Autorità competenti per il rilascio del nulla osta; l'approvazione finale viene data dal Gruppo Operativo Sicurezza gestito dalla Questura. L'autorizzazione assicura che le coreografie siano conformi alle regole del regolamento d'uso dell'impianto e non presentino contenuti discriminatori o pericolosi, tutelando così l'incolumità, l'ordine pubblico e i diritti di tutti gli spettatori.

- **Condizioni generali di abbonamento e di vendita di un posto auto temporaneo per le singole gare all'interno delle aree parcheggio Juventus:** disciplinano l'acquisto e l'utilizzo dei posti auto presso le aree di sosta Juventus, come servizio accessorio al titolo di accesso allo stadio. Le regole garantiscono trasparenza contrattuale, corretto utilizzo degli spazi e sicurezza dei tifosi, definendo procedure di acquisto, modalità di accesso, divieti e responsabilità degli utenti. Il regolamento stabilisce inoltre limiti chiari (es. rispetto della segnaletica, divieto di materiali pericolosi o uso improprio degli spazi), sanzioni in caso di violazioni e prevede la tutela dei dati personali e l'uso della videosorveglianza nel rispetto della normativa vigente. Il referente per questo documento è il Dipartimento *Stadium & Consumer Business*.

- **Policy People First:** La policy People First, già descritta nei paragrafi precedenti, viene qui richiamata poiché trova piena applicazione anche nei confronti dei tifosi, considerati a tutti gli effetti stakeholder centrali del Club. In particolare, questa policy – assieme alle precedenti - costituisce uno strumento di mitigazione dei rischi precedentemente indicati (rischio di comportamenti violenti o discriminatori da parte dei tifosi, con conseguenti impatti reputazionali e possibili sanzioni ai sensi della normativa sportiva; il rischio di sicurezza e di ordine pubblico in relazione alle modalità di accesso e fruizione dell'Allianz *Stadium* durante i match day). Attraverso i principi di inclusione, equità e rispetto, nonché tramite strumenti concreti di prevenzione, sensibilizzazione e regolamentazione (che verranno di seguito descritti), la policy contribuisce a garantire un'esperienza sportiva sicura e accogliente per tutti. La policy People First è inoltre ispirata alle best practice e alle principali normative applicabili, linee guida e documenti nazionali e internazionali in materia di diritti umani, responsabilità sociale d'impresa e Corporate Governance, tra cui, a titolo esemplificativo, le Linee Guida OCSE per le imprese multinazionali e i principali framework delle Nazioni Unite e dell'Unione Europea.

Juventus ha scelto di instaurare un rapporto diretto e regolamentato con i propri fan club, attraverso il riconoscimento e la gestione degli official fan club. A tal fine, il Club richiede la sottoscrizione di un accordo quadro di convenzionamento annuale, valido per ciascuna stagione sportiva di riferimento, che descrive i servizi offerti a tutti i soci iscritti e le condizioni generali di affiliazione.

L'accordo quadro rappresenta uno strumento essenziale di governance e trasparenza, poiché:

- definisce i requisiti giuridici e fiscali che ogni fan club deve possedere per essere riconosciuto ufficialmente;
- include le clausole e gli impegni che il fan club, attraverso il proprio presidente e consiglio direttivo, è tenuto a rispettare in termini di correttezza, comportamento e rispetto delle normative vigenti;
- esplicita i servizi e i benefici che Juventus mette a disposizione degli official fan club, rafforzando il legame diretto con i propri tifosi;
- contiene l'informativa privacy, a tutela dei dati personali dei soci.

A tutela dei diritti delle persone fisiche, Juventus ha implementato anche una Privacy Policy in linea con il Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), che definisce modalità e finalità del trattamento dei dati personali. Il Club assicura trasparenza, correttezza e sicurezza nel trattamento dei dati dei propri stakeholder, garantendo un'adeguata informazione agli interessati e offrendo canali di contatto per l'esercizio dei diritti previsti dalla normativa.

S4-2 – PROCESSI DI COINVOLGIMENTO DEI CONSUMATORI E DEGLI UTILIZZATORI FINALI IN MERITO AGLI IMPATTI

Nel corso della stagione 2025/2026, Juventus ha mantenuto il proprio impegno nel promuovere un dialogo continuativo con i propri tifosi, riconoscendoli come stakeholder fondamentali per la vita del Club. Il confronto con la fan base avviene attraverso canali permanenti di ascolto, iniziative dedicate e attività di coinvolgimento su tematiche sociali, ambientali e di accessibilità. Per maggiori informazioni sul coinvolgimento dei tifosi si rimanda a: SBM-2 – INTERESSI E OPINIONI DEI PORTATORI DI INTERESSI.

S4-3 – PROCESSI PER PORRE RIMEDIO AGLI IMPATTI NEGATIVI E CANALI CHE CONSENTONO AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI DI SOLLEVARE PREOCCUPAZIONI

Tutti i feedback raccolti attraverso i canali precedentemente descritti (incluse preoccupazioni, richieste o reclami) vengono gestite attraverso un processo che prevede:

- ricezione della richiesta;
- valutazione tempestiva del feedback;
- coinvolgimento delle funzioni interessate per la gestione del feedback (ad esempio, funzioni *Stadium & Consumer Business, ESG, Support Liaison Officer, Disability Access Officer, Legal*);
- implementazioni di soluzioni e miglioramenti.

Juventus ha inoltre istituito canali dedicati per consentire ai consumatori e utilizzatori finali di segnalare direttamente esigenze o preoccupazioni. A tal fine, Juventus mette a disposizione di tutti gli stakeholder un canale di segnalazione, raggiungibile on-line all'indirizzo pubblico: https://juventus.segnalazioni.net/ dedicato e sicuro, attraverso il quale è possibile segnalare violazioni di leggi, normative, procedure e policy aziendali o segnalare, più in generale, situazioni di potenziale rischio.

Questo sistema protegge l'identità dei segnalanti e garantisce la confidenzialità delle segnalazioni, visibili esclusivamente dal Comitato whistleblowing che vi provvede nel rispetto dei principi di imparzialità e riservatezza. Inoltre, la Società ha messo in atto misure rigorose per prevenire qualsiasi forma di ritorsione nei confronti di coloro che segnalano tramite il canale.



Juventus vieta atti di tale forma, diretti o indiretti, nei confronti del segnalante, e prevede sanzioni disciplinari nei confronti di chi viola tale divieto o gli obblighi di tutela della riservatezza dell'identità del segnalante.

Juventus promuove la conoscenza e l'accessibilità dei propri canali di ascolto e segnalazione attraverso diversi strumenti di comunicazione e coinvolgimento della fan base. In particolare, il canale di whistleblowing e il **Contact Center** sono pubblicamente accessibili attraverso il sito internet del Club. Inoltre, il personale del Contact Center è in grado di indirizzare i tifosi verso il canale di whistleblowing qualora le richieste o le segnalazioni ricevute risultino più coerenti con le finalità e le modalità di gestione previste da tale strumento, contribuendo così a promuoverne la conoscenza e l'utilizzo.

Ulteriori occasioni di confronto e ascolto sono garantite attraverso la figura dello Supporter Liaison Officer (SLO), contattabile direttamente dai tifosi, e attraverso il coinvolgimento del Disability Access Officer (DAO) in iniziative e momenti di dialogo dedicati alla fan base e agli stakeholder rappresentativi. Tali attività includono, ad esempio, lo **JOFC Day**, gli incontri con gli Official Fan Club e i momenti di confronto con associazioni attive sui temi dell'accessibilità.

L'efficacia di tali canali viene valutata attraverso il monitoraggio delle richieste e dei feedback ricevuti, il confronto diretto con tifosi e stakeholder rappresentativi e la capacità del Club di tradurre le esigenze raccolte in interventi concreti e miglioramenti dei servizi offerti. La partecipazione ai momenti di confronto organizzati dal Club e la continuità delle interlocuzioni con i rappresentanti della fan base costituiscono inoltre elementi attraverso i quali Juventus valuta la capacità dei propri meccanismi di ascolto di mantenere un rapporto di fiducia con consumatori e utilizzatori finali.

Per maggiori informazioni, si rinvia alla sezione G1-1 – Politiche in materia di cultura d'impresa e condotta delle imprese (Gestione delle Segnalazioni).

S4-4 – INTERVENTI SU IMPATTI RILEVANTI PER I CONSUMATORI E GLI UTILIZZATORI FINALI E APPROCCI PER LA MITIGAZIONE DEI RISCHI RILEVANTI E IL PERSEGUIMENTO DI OPPORTUNITÀ RILEVANTI IN RELAZIONE AI CONSUMATORI E AGLI UTILIZZATORI FINALI, NONCHÉ EFFICACIA DI TALI AZIONI

Al centro del business di Juventus si trova l'organizzazione e la gestione di eventi sportivi che raccolgono, all'interno della stessa struttura, migliaia di persone contemporaneamente.

Con un bacino di tifosi fra i più ampi al mondo, Juventus è impegnata nel garantire la sicurezza degli impianti sportivi di proprietà, in particolare dello *Stadium* e delle strutture commerciali ivi adiacenti. Garantire la salute e sicurezza di chi usufruisce dei servizi offerti da Juventus è un'attività che comprende diversi aspetti e deve far fronte a molteplici rischi al fine di mantenere e rafforzare quella fiducia che garantisce l'adempimento di obiettivi di business duraturi e sostenibili nel tempo.



IL RUOLO DEL SUPPORTER LIAISON OFFICER

In tale contesto

UN RUOLO CHIAVE È GIOCATO DAL SUPPORTER LIAISON OFFICER (SLO) - DELEGATO AI RAPPORTI CON LA TIFOSERIA, CHE HA IL COMPITO DI INTRATTENERE ADEGUATE RELAZIONI CON IL PUBBLICO; LO SCOPO DELLA SUA FUNZIONE È DI COSTRUIRE, CONSERVARE, CONSOLIDARE E SVILUPPARE IL "LEGAME UNICO" DELLA SOCIETÀ CON I PROPRI TIFOSI.

Questo ruolo, in Juventus ricoperto da una risorsa dedicata, è stato introdotto dalla UEFA per impegnare i club a migliorare il rapporto con i propri supporter e a organizzare al meglio la loro partecipazione a eventi e iniziative. L'obiettivo principale è di rendere disponibile, ai tifosi e agli appassionati, un canale di dialogo diretto e bidirezionale con il Club.

Si tratta di una figura professionale introdotta dalla UEFA nel 2010, recepita dalla FIGC nei criteri organizzativi per l'ottenimento delle licenze nazionali come adempimento per la partecipazione delle società calcistiche ai campionati professionistici.

Lo SLO si pone come punto di riferimento per il pubblico su svariati fronti: fornire informazioni in generale, accogliere istanze di gruppi di tifosi, proporre iniziative e, più in generale, essere disponibile per favorire la partecipazione positiva dei supporter all'attività del Club. È importante sottolineare, in base anche alle ultime disposizioni della FIGC (si veda il comunicato ufficiale n. 326/A e il riferimento all'Art. 12 del codice di giustizia sportiva – sub 9), che lo SLO rappresenta l'unica funzione nel Club a cui è affidata la conoscenza dei tifosi e le comunicazioni "bidirezionali" con essi.

Tramite lo SLO si definiscono i rapporti del Club con i tifosi e/o gruppi di sostenitori; tali rapporti possono entrare a far parte della "vita" del Club grazie all'impegno dello SLO che, a sua volta, si relaziona internamente con tutte le aree di attività. La definizione della funzione dello SLO è a cura del management di ciascun club in base alle peculiarità della propria organizzazione.

Grazie alla figura dello SLO, Il Club mantiene inoltre un dialogo continuativo con i propri tifosi. Lo SLO partecipa al processo di approvazione per la costituzione e il rinnovo degli Official Fan Club ed è coinvolto negli eventi periodicamente organizzati dal Club con i propri Fan Club, che rappresentano importanti occasioni di ascolto, confronto e dialogo. In occasione delle partite, sia casalinghe sia in trasferta, lo SLO costituisce inoltre un punto di riferimento per i tifosi, attraverso momenti di confronto con i referenti territoriali dei Fan Club e attività svolte a bordo campo, favorendo la raccolta di esigenze, osservazioni e suggerimenti provenienti dalla fan base.

È possibile contattare lo SLO attraverso il seguente indirizzo mail: slo@juventus.com

LA FIGURA DEL DISABILITY ACCESS OFFICER E I SERVIZI DI ACCESSIBILITÀ

Juventus ha inoltre proseguito nel proprio impegno a favore dell'inclusione sociale e dell'accessibilità, contribuendo in modo significativo a creare un ambiente sportivo sempre più aperto, accogliente e fruibile per le persone con disabilità.

Un passo fondamentale in questa direzione è rappresentato dalla nomina del ***Disability Access Officer (DAO)***, figura introdotta in linea con i requisiti UEFA.

IL DAO HA LA RESPONSABILITÀ DI COORDINARE E PROMUOVERE TUTTE LE INIZIATIVE LEGATE ALL'ACCESSIBILITÀ, CONTRIBUENDO A INTEGRARE LE ESIGENZE DEI TIFOSI CON DISABILITÀ NELLE POLITICHE E NELLE STRATEGIE DEL CLUB.



Questo ruolo non solo facilita l'accesso e migliora l'esperienza delle persone con disabilità all'interno delle strutture del Club e durante gli eventi sportivi, ma si inserisce anche in un più ampio impegno volto a garantire pari opportunità di partecipazione e intrattenimento, rafforzando il rapporto con la fan base sia a livello fisico che digitale.

Sempre in quest'ottica, Juventus ha redatto i **"Termini e condizioni del Servizio Accrediti Tifosi con disabilità"**, sviluppati congiuntamente dai Dipartimenti "*Stadium & Consumer Business", "People, Culture & ESG"* e il DAO. Questo servizio consente l'**accesso gratuito** alle partite casalinghe della Prima Squadra maschile ai tifosi con disabilità e, se previsto, ai loro accompagnatori. La procedura online sul portale dedicato garantisce trasparenza e sicurezza attraverso accrediti nominativi e non cedibili, con regole chiare per la richiesta e l'accesso, oltre a controlli volti a prevenire abusi e assicurare un impiego equo delle risorse. In particolare, l'Allianz *Stadium* dispone di: 280 posti dedicati a persone con disabilità, assegnati gratuitamente – tramite la procedura sopra indicata - ai fan non deambulanti in carrozzina (a prescindere dal grado di invalidità) e ai fan deambulanti con invalidità del 100%, con la possibilità di richiedere un accredito gratuito anche per un accompagnatore (a tal fine, il Club ha riservato un numero equivalente di posti). L'accredito avviene secondo il principio del first come, first served, data la disponibilità limitata.

Per garantire sicurezza e comodità, sono stati progettati **settori dedicati** (in Tribuna Nord e Tribuna Sud) a persone con disabilità con necessità specifiche per rispondere, in particolare, alle esigenze di circolazione di carrozzine e persone con difficoltà motorie. Sempre nei medesimi settori è attivo un **servizio di stewarding dedicato.**

Oltre agli accrediti per singole partite, è prevista anche la possibilità di sottoscrivere un **abbonamento agevolato** nei settori dedicati, con tariffe comunicate ogni anno nell'ambito della Campagna Abbonamenti.

Nel corso della stagione 2025/2026, Juventus ha previsto servizi dedicati per i tifosi con disabilità, anche attraverso il confronto con community specifiche, tra cui l'**Ente Nazionale per la protezione e l'assistenza dei Sordi ETS APS ("ENS")**.



DA AGOSTO 2024 È ATTIVO UN SERVIZIO INNOVATIVO DI TRADUZIONE IN LINGUA DEI SEGNI ITALIANA ("LIS"), A BENEFICIO DEI TIFOSI SORDI O CON DISABILITÀ UDITIVA.

Il servizio riguarda le conferenze stampa prepartita della Prima Squadra maschile (Serie A, UEFA Champions League, FIFA Club World Cup), nonché gli inni e i messaggi di servizio trasmessi all'Allianz *Stadium* durante i match.

PER I TIFOSI CON DISABILITÀ VISIVA, JUVENTUS GARANTISCE, IN OCCASIONE DI TUTTE LE PARTITE CASALINGHE DELLA PRIMA SQUADRA MASCHILE, UN SERVIZIO DI AUDIODESCRIZIONE DEL MATCH,

a cura di un commentatore dedicato, posizionato in tribuna stampa, in grado di offrire un racconto dettagliato e accessibile dell'evento sportivo. Nel corso della stagione 2025/2026 sono state inoltre predisposte **3 postazioni riservate a tifosi con disabilità visiva che necessitano del supporto di un cane guida.**

LO JUVENTUS MUSEUM È STATO PROGETTATO PER ESSERE PRIVO DI BARRIERE ARCHITETTONICHE E SENSORIALI

e offre percorsi dedicati a persone sorde, ipovedenti o cieche. L'esperienza è resa realmente inclusiva e immersiva grazie a **pannelli in grafica e Braille, supporti tattili, audioguide con descrizioni e contenuti in LIS attivabili tramite QR code in rilievo.** Infine, in occasione degli **allenamenti a porte aperte**, Juventus riserva gratuitamente postazioni dedicate ai tifosi con disabilità che abbiano manifestato la volontà di partecipare, rafforzando ulteriormente l'impegno a favorire la piena partecipazione di tutti i fan alla vita sportiva e sociale del Club.

Con queste azioni, Juventus riafferma la propria convinzione che l'inclusione non significhi creare spazi separati, ma costruire un ambiente comune dove ogni persona possa sentirsi parte integrante della famiglia bianconera. Un impegno sintetizzato dal messaggio: "Juventus is ONE".



STRUMENTI PER L'INDIVIDUAZIONE DI COMPORTAMENTI DISCRIMINATORI

Parallelamente, per far fronte all'impatto relativo al "mantenimento di standard eccellenti per l'individuazione di episodi discriminatori all'interno dello stadio e social media"

È STATO IMPLEMENTATO, ALL'INTERNO DELLO STADIO, UN INNOVATIVO SISTEMA SOFTWARE CHE CONSENTE L'INDIVIDUAZIONE PUNTUALE E TEMPESTIVA DEI SOGGETTI RESPONSABILI DI COMPORTAMENTI DISCRIMINATORI, PERMETTENDO AL CLUB DI INTERVENIRE IN MODO EFFICACE.

Inoltre, Juventus si è dotata di uno **strumento di monitoraggio automatico dei contenuti sui social media**, in grado di rilevare e segnalare la presenza di commenti contenenti linguaggio d'odio, contribuendo così a preservare un ambiente digitale sicuro e rispettoso.

Nella sezione S4-5 – Obiettivi legati alla gestione degli impatti negativi rilevanti, al potenziamento degli impatti positivi e alla gestione dei rischi e delle opportunità rilevanti il tema verrà approfondito ulteriormente, con una descrizione delle misure specifiche e degli obiettivi programmatici sul tema.

CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

Infine, il Club continua a promuovere il dialogo attivo e costante con i propri supporter, anche attraverso campagne dedicate e strumenti di coinvolgimento, con l'obiettivo di rafforzare il senso di comunità e la partecipazione consapevole dei tifosi. Per maggiori informazioni si rinvia alla sezione S3-4 – Interventi su impatti rilevanti sulle comunità interessate e approcci per la mitigazione dei rischi rilevanti e il perseguimento di opportunità rilevanti in relazione alle comunità interessate, nonché efficacia di tali azioni.

Il piano di azione per le stagioni successive è da intendersi non come un nuovo set di attività, bensì come miglioramento e perfezionamento delle misure già in essere, con l'obiettivo di rafforzarne progressivamente l'efficacia e l'allineamento agli standard internazionali in materia di diritti umani, sicurezza e inclusione.

S4-5 – OBIETTIVI LEGATI ALLA GESTIONE DEGLI IMPATTI NEGATIVI RILEVANTI, AL POTENZIAMENTO DEGLI IMPATTI POSITIVI E ALLA GESTIONE DEI RISCHI E DELLE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

Juventus è contraria a ogni forma di discriminazione sociale e territoriale, razzismo, xenofobia e violenza, come riportato nel suo Codice Etico. Per questo motivo, consapevole del suo ruolo in qualità di Football Company conferma il proprio impegno sul tema attraverso azioni concrete.

Il Club è costantemente impegnato a garantire ai propri tifosi un'esperienza calcistica inclusiva, accessibile e priva di discriminazioni, coerentemente con i principi espressi nella **policy People First** e con il pilastro strategico **"Fan Centrality"**. In quest'ottica, il Club ha definito specifici obiettivi e implementato misure concrete volte

a prevenire impatti negativi e rafforzare quelli positivi, contribuendo alla costruzione di un ambiente sano e rispettoso dentro e fuori dallo stadio.

Il Club si impegna a promuovere una cultura ed un ambiente inclusivo, ponendosi i seguenti obiettivi:

- garantire un ambiente sano, che non comprenda alcun tipo di espressioni di discriminazione, tra cui quelle razziali;
- garantire l'uguaglianza e l'equità, valorizzando le diversità;
- prevenire e condannare le molestie, la violenza di genere e ogni altra condizione di discriminazione, sia essa per questioni di etnia, religione, convinzioni personali, disabilità, età o orientamento sessuale.

All'interno della policy People First, è esplicitato l'approccio "Zero tolleranza per la discriminazione" che trova concreta attuazione attraverso misure specifiche:

- Zero Tolleranza per la Discriminazione
- Contrastare ogni forma di discriminazione e razzismo, sia dentro che fuori dal campo

Dimensione interna (personale): all'interno della propria organizzazione Juventus non tollera nessuna forma di discriminazione, sfruttamento, molestia, mobbing, isolamento per motivi personali o di lavoro; sanzionate con provvedimenti disciplinari graduati in funzione dell'addebito, con sanzioni che possono arrivare fino alla risoluzione del rapporto di lavoro o di collaborazione. Per maggiori informazioni si rinvia alla sezione S1-1 – Politiche relative alla forza lavoro propria.

Dimensione esterna (tifosi/e | stadio): l'Allianz *Stadium* è stato dotato di un sistema di 86 telecamere multifocali Panomera che consente di individuare i soggetti che si rendono responsabili di comportamenti non in linea con il regolamento d'uso dell'impianto (e di conseguenza con i valori del Club), che possono portare all'interdizione dagli eventi del Club.

Dimensione esterna (tifosi/e | community digitale): la volontà di agire su più fronti coinvolge anche la community digitale. Quello bianconero è uno degli ecosistemi digitali con più seguito e la volontà del Club è quella di costruire un ambiente sano, all'interno del quale tutti possano esprimersi liberamente.

Per questo motivo

LA SOCIETÀ DISPONE DI UNO STRUMENTO CHE CONSENTE DI MODERARE AUTOMATICAMENTE I COMMENTI AI POST SOCIAL CONTENENTI PAROLE D'ODIO, RIUSCENDO A PRESERVARE LA LIBERTÀ DI ESPRESSIONE.

In coerenza con la **policy *People First*** e con il pilastro strategico ***Fan Centrality***, nel corso della stagione 2025/2026 Juventus ha perseguito due obiettivi prioritari finalizzati, da un lato, al contrasto dei fenomeni di odio e discriminazione all'interno della propria community digitale e, dall'altro, al rafforzamento dell'accessibilità e dell'inclusione per i tifosi con disabilità. Con riferimento alla tutela della community digitale, il Club ha continuato a monitorare e moderare i contenuti pubblicati sulle proprie piattaforme social attraverso strumenti dedicati all'identificazione e alla rimozione di commenti riconducibili a fenomeni di hate speech, razzismo e linguaggio discriminatorio.

Campo	Contenuto atteso
Descrizione del target	Monitoraggio del numero di commenti rimossi riconducibili a hate speech e razzismo[28]
Ambito / perimetro	Piattaforme social di Juventus (Facebook, Instagram, X, YouTube)
Baseline	Stagione 2024/2025: 238.000 commenti rimossi
Target quantitativo / qualitativo	Raccolta e pubblicazione del dato aggiornato su base annuale
Unità di misura	Numero di commenti rimossi
Anno target / orizzonte temporale	Stagione 2025/2026
Budget piattaforma	30.000,00 €
Responsabile interno	Dipartimenti: *People, Culture & ESG; Marketing*
Collegamento strategico	Pilastro **"Fan Centrality"**

Nel corso della stagione 2025/2026 sono stati rimossi **402.036 commenti**, dato in crescita rispetto alla stagione precedente e influenzato anche dal particolare contesto sportivo dell'annata, caratterizzato dalla mancata qualificazione alla UEFA Champions League, che ha determinato un generale aumento delle interazioni negative da parte degli utenti.

Sul fronte dell'accessibilità, Juventus ha ulteriormente ampliato i servizi dedicati ai tifosi con disabilità introducendo specifiche misure a supporto delle persone cieche e ipovedenti accompagnate da cani guida.



[28] Il dato relativo ai commenti negativi online deve essere interpretato come indicativo. Il monitoraggio, infatti, può risentire sia dei criteri e delle soglie adottate dal Club per l'analisi, sia di fattori esterni quali l'andamento della squadra o il contesto sportivo e sociale. In quest'ottica, l'indicatore costituisce uno strumento utile a orientare le azioni di miglioramento, pur senza poter garantire una rilevazione esaustiva e perfetta.

Campo	Contenuto atteso
Descrizione del *target*	Rafforzare l'impegno di Juventus sull'accessibilità attraverso l'introduzione di ulteriori migliorie dedicate ai tifosi con disabilità, affiancando il servizio già esistente o potenziandolo.
Ambito / perimetro	Tifo sicuro e accessibile per tifosi con disabilità. Allineamento ai servizi già presenti presso l'Allianz *Stadium*.
Baseline	Servizi di accessibilità già sperimentati con disabili nelle attività legate al match day presso l'Allianz *Stadium*: • accordo gratuito • abbonamenti tariffa dedicata • attrezzature dedicate • parking dedicati • traduzione in LIS • audiocronaca descrittiva per tifosi ciechi
***Target* quantitativo / qualitativo**	Identificare e implementare almeno un nuovo intervento prioritario (nuovo servizio o miglioramento infrastrutturale/organizzativo) entro l'orizzonte temporale definito.
Unità di misura	Numero di nuovi interventi / migliorie implementati
Anno *target* / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2025/26 (fino al 30 giugno 2026).
Budget	30.000,00 €
Responsabile interno	Dipartimento: *People, Culture & ESG*
Collegamento strategico	Pilastro **"Fan Centrality"**

In particolare, il Club ha predisposto tre postazioni dedicate all'interno dell'area riservata alle persone con disabilità in Tribuna Nord dell'Allianz *Stadium*, prevedendo procedure e servizi specifici per garantire un'esperienza sicura, accessibile e confortevole sia ai tifosi sia ai loro cani guida. È stata inoltre confermata la possibilità di richiedere l'accredito gratuito per un accompagnatore maggiorenne nei casi in cui sia necessaria un'assistenza continuativa.

I risultati ottenuti confermano la volontà del Club di intervenire sia sugli impatti negativi potenziali legati a discriminazione e linguaggio d'odio sia sugli impatti positivi associati all'accessibilità e all'inclusione dei propri tifosi.

AGGIORNAMENTO STAGIONE 2026/2027

Coerentemente con l'approccio **"ESG Integrated"** adottato dal Club, nella stagione 2026/2027 Juventus ha evoluto il proprio approccio alla gestione degli impatti sociali legati ai tifosi e alle comunità di riferimento, affidando il presidio di specifici obiettivi ESG agli **Impact Team** aziendali.

Tale modello mira a integrare in modo strutturale la sostenibilità nei processi e nelle attività delle diverse funzioni del Club, superando una logica di gestione centralizzata e favorendo la responsabilizzazione diretta delle aree coinvolte.

In particolare, con riferimento ai temi dell'accessibilità, dell'inclusione e del coinvolgimento dei tifosi, sono stati definiti specifici obiettivi associati agli Impact Team ***External Relations & Protocol* e *Stadium B2C Products & Memberships***, con l'obiettivo di rafforzare ulteriormente il contributo del Club al pilastro strategico **"Fan Centrality".**

Obiettivo 1 – Rafforzamento dei criteri di accessibilità e inclusione nelle attività di hospitality e negli eventi istituzionali del Club

A seguito dei progressi realizzati negli ultimi anni sul tema dell'accessibilità, il Club intende evolvere ulteriormente il proprio approccio promuovendo una partecipazione più attiva delle persone con disabilità alle attività di hospitality e agli eventi istituzionali Juventus.

L'obiettivo, affidato all'**Impact Team External Relations & Protocol**, prevede non solo il coinvolgimento diretto di rappresentanti della comunità delle persone con disabilità nelle esperienze organizzate dal Club, ma anche la raccolta sistematica di feedback e suggerimenti utili a migliorare nel tempo servizi, procedure e standard di accoglienza, consolidando l'accessibilità come elemento integrante della progettazione delle esperienze Juventus.

Campo	Contenuto atteso
Descrizione del *target*	Rafforzare i criteri di accessibilità e inclusione nelle attività di hospitality e negli eventi istituzionali del Club attraverso il coinvolgimento diretto della comunità delle persone con disabilità.
Ambito / perimetro	Ospiti con disabilità coinvolti nelle attività di hospitality, nelle skybox e negli eventi istituzionali del Club.
Baseline	Nuovo obiettivo
***Target* quantitativo / qualitativo**	Coinvolgimento di rappresentanti della comunità delle persone con disabilità nelle attività di hospitality e realizzazione di momenti strutturati di ascolto finalizzati al miglioramento continuo dei servizi e delle esperienze offerte dal Club.
Unità di misura	Numero di ospiti coinvolti; numero di feedback raccolti; numero di momenti strutturati di ascolto realizzati.
Anno *target* / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027 (chiusura al 30 giugno 2027).
Budget	Attività gestita nell'ambito delle attività ordinarie del dipartimento.
Responsabile interno	Impact Team External Relations & Protocol
Collegamento strategico	Pilastro **"Fan Centrality"**

Obiettivo 2 – Attivazione di un formato strutturato di dialogo e ascolto dei fan sui temi di sostenibilità

L'obiettivo, affidato all'***Impact Team Stadium B2C Products & Memberships***, prevede la sperimentazione di momenti strutturati di confronto con tifosi e member su temi legati all'esperienza stadio, ai servizi offerti e alle iniziative ESG del Club, trasformando il feedback raccolto in uno strumento concreto di miglioramento e innovazione.

Campo	Contenuto atteso
Descrizione del *target*	Attivare un formato strutturato di dialogo e ascolto dei fan sui temi della sostenibilità e dell'esperienza offerta dal Club.
Ambito / perimetro	Fan, member e community Juventus.
Baseline	Nuovo obiettivo
***Target* quantitativo / qualitativo**	Realizzazione di almeno un momento strutturato di dialogo e ascolto con fan e member finalizzato alla raccolta di feedback sui temi della sostenibilità e della fan experience.
Unità di misura	Numero di incontri realizzati; numero di partecipanti coinvolti; numero di feedback raccolti e sistematizzati.
Anno *target* / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027 (chiusura al 30 giugno 2027).
Budget	Attività gestita nell'ambito delle attività ordinarie del dipartimento.
Responsabile interno	*Impact Team Stadium B2C Products & Memberships.*
Collegamento strategico	Pilastro **"Fan Centrality"**

Obiettivo 3 – Coinvolgimento dei Fan Club nelle iniziative di impatto sociale

L'obiettivo, affidato all'*Impact Team Stadium B2C Products & Memberships*, mira a promuovere una maggiore integrazione tra le iniziative dei Fan Club e la strategia ESG del Club, attraverso l'evoluzione del premio di responsabilità sociale assegnato in occasione del JOFC Day. In particolare, saranno introdotti criteri ESG più espliciti e condivisi, con l'obiettivo di rendere più comparabili e misurabili le iniziative realizzate dai Fan Club, orientandole verso temi coerenti con i pilastri strategici di Juventus e contribuendo a generare un impatto sociale positivo più ampio e coordinato.

Campo	**Contenuto atteso**
Descrizione del target	Rafforzare il coinvolgimento dei Fan Club nelle iniziative di responsabilità sociale del Club, allineandole maggiormente ai pilastri della **strategia ESG** di Juventus.
Ambito / perimetro	Fan Club ufficiali Juventus (JOFC).
Baseline	Nuovo obiettivo.
Target quantitativo / qualitativo	Evoluzione e formalizzazione del premio di responsabilità sociale attraverso l'introduzione di criteri ESG espliciti e condivisi per la valutazione delle iniziative dei Fan Club.
Unità di misura	Numero di candidature ricevute; numero di Fan Club aderenti; numero di iniziative coerenti con i pilastri ESG del Club.
Anno target / orizzonte temporale	Obiettivo annuale riferito alla stagione 2026/2027 (chiusura al 30 giugno 2027).
Budget	Attività gestita nell'ambito delle attività ordinarie del dipartimento.
Responsabile interno	*Impact Team Stadium B2C Products & Memberships.*
Collegamento strategico	Pilastri **"Sustainable Glocal Club"** e **"Fan Centrality".**

In generale, per quanto riguarda il coinvolgimento dei fan nel monitoraggio degli obiettivi e nella raccolta dei feedback, il Club adotta un approccio che può variare in funzione delle singole iniziative e delle relative progettualità.

A titolo esemplificativo, l'***Head of ESG*** e **DAO** di Juventus partecipa annualmente al JOFC Day, durante il quale presenta le principali iniziative e gli obiettivi di sostenibilità del Club, raccogliendo direttamente osservazioni, suggerimenti e proposte da parte dei tifosi nel corso dell'evento.

Anche in ambito accessibilità, i feedback raccolti dalla fan base possono contribuire allo sviluppo di nuove progettualità o al miglioramento dei servizi esistenti. È il caso, ad esempio, dell'installazione di postazioni dedicate ai cani guida. Analogamente, per servizi quali la traduzione in lingua dei segni delle conferenze stampa o l'audiodescrizione delle partite, le indicazioni raccolte dai tifosi rappresentano un importante elemento di miglioramento e alimentano momenti di confronto tecnico con associazioni di riferimento quali ENS e UICI.

Per obiettivi che perseguono finalità più ampie di sensibilizzazione e cambiamento culturale, come quelli legati al monitoraggio e alla prevenzione dei fenomeni di hate speech, il coinvolgimento della fan base avviene anche attraverso campagne dedicate e momenti di restituzione dei risultati. In questo contesto, i dati e gli insight relativi al fenomeno vengono condivisi con i tifosi in occasioni specifiche, come la Giornata Internazionale per l'Eliminazione della Discriminazione Razziale, favorendo il confronto e la partecipazione attiva della community sui temi affrontati.





INFORMAZIONI DI GOVERNANCE

Questa sezione, in conformità con le disposizioni degli ESRS riguardanti la Condotta Aziendale (ESRS G1), illustra i valori fondamentali del Club, nonché i Codici e le politiche che orientano i comportamenti e i principi da seguire nella gestione delle attività della Società.

Per un'analisi approfondita e puntuale del sistema di Corporate Governance di Juventus si rinvia alla sezione GOV-1 – Ruolo degli organi di amministrazione, direzione e controllo nel capitolo ESRS 2.

G1 GOVERNANCE

IRO-1 – DESCRIZIONE DEI PROCESSI PER INDIVIDUARE E VALUTARE GLI IMPATTI, I RISCHI E LE OPPORTUNITÀ RILEVANTI

Per le informazioni relative al presente Standard e per ottenere maggiori dettagli su come è stata condotta l'analisi e sui principali risultati, si faccia riferimento all'ESRS 2 SBM-3.

G1-1 – POLITICHE IN MATERIA DI CULTURA D'IMPRESA E CONDOTTA DELLE IMPRESE

La governance societaria di Juventus è orientata a **proteggere e massimizzare il valore del Club nel lungo termine** per il perseguimento del successo sostenibile, attraverso la gestione ottimale delle risorse rispetto agli obiettivi strategici, l'efficace controllo dei rischi, la più elevata trasparenza nei confronti della propria community e l'integrità dei processi decisionali, nell'interesse di tutti gli stakeholder. Juventus agisce con **integrità, trasparenza, rispetto delle norme e tolleranza zero verso qualsiasi forma di corruzione** per assicurare la più corretta gestione del business e per instaurare relazioni di fiducia e collaborazione con tutti i suoi stakeholder.

Il modello di Juventus per la conduzione responsabile del business, ispirato a best practice nazionali e internazionali, si fonda su codici di condotta interni e un sistema di regole chiare, periodicamente aggiornati, che guidano comportamenti coerenti e consapevoli, tra cui il Codice Etico, il Modello 231, il Modello di Prevenzione, la Safeguarding Policy e la procedura di Gestione delle Segnalazioni (i.e. whistleblowing).

Anche per la stagione 2025/2026, Juventus ribadisce la centralità della compliance come elemento chiave della propria cultura organizzativa.

RESOCONTO DELLA FORMAZIONE ETHICS, COMPLIANCE AND HEALTH & SAFETY 2025/2026

ORE DI FORMAZIONE COMPLIANCE E H&S	Stagione 2025/2026		
	Donne	Uomini	Totale
Dirigente	28	28	56
Quadro	12	110	122
Impiegato	33	128,5	161,5
Operaio	24	152	176
Allenatore	0	30	30
Atleta professionista	13	15	28
Apprendisti	0	8	8
Direttore sportivo	1	26	27
Preparatore atletico	0	2	2
TOTALE	**111**	**499,5**	**610,5**

Per maggiori dettagli sul tema si rimanda all'indicatore S1-13 – METRICHE DI FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE COMPETENZE.

Si riportano di seguito le principali politiche della Società sul tema della gestione della cultura aziendale.

CODICE ETICO

Il Codice Etico costituisce **le linee guida per assicurare un'efficace prevenzione e rilevazione di eventuali violazioni di leggi**, contiene i principi generali non derogabili ed è parte integrante del Modello 231 e del Modello di Prevenzione, nonché elemento chiave della disciplina in materia di anticorruzione. L'ultimo aggiornamento è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione del 20 ottobre 2025 e la versione aggiornata è disponibile sul sito internet della Società www.juventus.com.

Juventus si impegna con esso a **riconoscere e ad assicurare il rispetto dei principi di condotta** da applicare nella gestione delle attività della Società e, alla sua osservanza, sono tenuti gli organi sociali e tutti i dipendenti della Società, così come tutti coloro che operano per il conseguimento degli obiettivi aziendali, ciascuno nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità. Il Codice Etico di Juventus si ispira alle best practice e alle principali normative applicabili, linee guida e documenti nazionali ed internazionali in tema di diritti umani, responsabilità sociale d'impresa e Corporate Governance, tra cui, a titolo di esempio, le Linee Guida per le imprese Multinazionali OCSE ed i principali framework delle Nazioni Unite e dell'Unione Europea.

I valori fissati nel Codice Etico di Juventus impegnano **tutti i dipendenti** a garantire che le attività della Società siano svolte nell'osservanza delle leggi, in un quadro di concorrenza leale, con onestà, integrità e correttezza, nel rispetto degli interessi legittimi di azionisti, dipendenti, clienti, fornitori, partner commerciali e finanziari.

Il Codice definisce in modo chiaro e trasparente i principi e i valori ai quali l'intera organizzazione aziendale si ispira:

- Imparzialità e inclusività.
- Probità.
- Correttezza in caso di potenziali conflitti di interesse.
- Trasparenza e completezza dell'informazione.
- Sostenibilità e impatto sociale.

Il Codice fornisce altresì indirizzi di comportamento su tematiche quali comunicazione aziendale e riservatezza delle informazioni, protezione dei dati personali, abuso di informazioni privilegiate (insider trading), incassi e pagamenti, la protezione del patrimonio della società, la prevenzione dei reati e modelli organizzativi interni, la condotta nello svolgimento dell'attività sportiva e l'attuazione del sistema sanzionatorio.

La tematica dei diritti umani risulta di primaria importanza anche quando declinata con riferimento ai rapporti con soggetti esterni. Juventus evita accordi con fornitori di dubbia reputazione che possano non rispecchiare i valori espressi nel presente Codice Etico in linea con i principi del Global Compact promosso dall'ONU, quali il rispetto dell'ambiente, delle condizioni di lavoro, dei diritti umani e i principi di legalità, rispetto della concorrenza e lotta alla corruzione.

A tutti i nuovi dipendenti e collaboratori, all'atto della firma del contratto di lavoro o di collaborazione, è materialmente consegnato o data informativa del Codice Etico.

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO AI SENSI DEL D.LGS 231/01

A seguito dell'entrata in vigore del D.Lgs. 8 giugno 2001 n. 231, che ha introdotto nell'ordinamento italiano un regime di responsabilità amministrativa a carico delle società, **il sistema di governance di Juventus è stato arricchito con l'implementazione del Modello 231** secondo le prescrizioni di tale normativa che è aggiornato o sulla base di novità normative quali ad esempio introduzioni o modifica di fattispecie di reati presupposto o su esigenze operative ed organizzativa della Società. L'ultimo aggiornamento del Modello attualmente in vigore è stato approvato nella riunione del Consiglio di Amministrazione del 29 settembre 2026.

Come previsto dal D.Lgs. 231/2001 è stato definito il ruolo dell'**Organismo di Vigilanza** ("OdV"), organo con funzioni di vigilanza e controllo in ordine al funzionamento, all'efficacia e all'osservanza del Modello 231. Tale organismo è anche destinatario di specifici flussi informativi, secondo quanto stabilito nel modello e nella dedicata procedura aziendale.

Il Modello 231 è costituito da una "Parte Generale", da singole "Parti Speciali" e da alcuni allegati. In particolare, la prima parte della Parte Generale, si apre con una panoramica sulla normativa di riferimento e il relativo apparato sanzionatorio a carico dell'ente, alla quale segue una parte introduttiva sulla funzione del modello e sulla sua operatività all'interno della Società. Si aggiungono poi le funzioni dell'OdV, le attività di formazione delle risorse e la diffusione del modello ed il sistema disciplinare. Le "Parti Speciali" del Modello 231, contengono i dettagli sulle categorie di reato laddove siano stati individuati profili di rischio-reato potenziali applicabili a Juventus, a seguito dell'identificazione dei processi e delle attività "sensibili".

L'adozione e l'attuazione del presente modello è comunicata a tutte le risorse presenti in azienda e una copia è disponibile sul portale Intranet aziendale, nonché sul sito istituzionale per la sola "Parte Generale". È, inoltre, prevista un'attività di formazione differenziata, nei contenuti e nelle modalità di erogazione, in funzione della qualifica dei destinatari e del livello di rischio dell'area in cui operano.

MODELLO DI ORGANIZZAZIONE, GESTIONE E CONTROLLO AI SENSI DELL'ART. 7, COMMA 5 DELLO STATUTO FIGC

Oltre alle politiche sopra descritte, Juventus, per prevenire e gestire efficacemente i rischi connessi alla propria attività e assicurare una condotta coerente con i valori del Club, ha implementato strumenti di presidio fondamentali per individuare, valutare e affrontare impatti reali o potenziali connessi al proprio operato, integrando la cultura del controllo e della tutela nelle dinamiche aziendali e relazionali, anche in ambito sportivo.

A tal proposito, il **Modello di Prevenzione** è parte integrante del più generale sistema di controllo interno e gestione dei rischi di Juventus e, in particolare, è coordinato con il Modello 231, seguendo le indicazioni delle Linee Guida della federazione e il Disciplinare della Lega di Serie A. L'adozione del Modello di Prevenzione ha come obiettivo quello di **migliorare il sistema di controllo interno e gestione dei rischi con specifico riferimento alla prevenzione dei comportamenti sportivi illeciti o contrari ai principi etici di lealtà, correttezza e probità, nonché contrari all'inclusività ed all'equità**. Il Modello di Prevenzione è stato adottato dal Consiglio di Amministrazione di Juventus in data 28 maggio 2020 e la cura del suo aggiornamento è affidata all'Organismo di Garanzia. L'ultimo aggiornamento del Modello attualmente in vigore è stato approvato nella riunione del Consiglio di Amministrazione del 25 giugno 2024 in recepimento, inter alia, delle novità normative intercorse, nonché per richiamo formale a quanto previsto dalle Linee Guida FIGC in ambito Safeguarding (C. U. 87/A FIGC del 31 agosto 2023).

SAFEGUARDING POLICY

A complemento di questo sistema, Juventus ha sviluppato una **Safeguarding Policy**, inclusiva del relativo Codice di Condotta, che amplia il perimetro di tutela dei diritti fondamentali delle persone, evolvendo il precedente Child Safeguarding Framework, il cui focus erano i tesserati minorenni, in un dispositivo esteso a tutti i tesserati più in generale.

In linea con il D.Lgs. 39/2021, la delibera CONI n. 255/2023 e le Linee Guida FIGC dell'agosto 2023 (emanate tramite CU 87/A del 31 agosto 2023), la policy sancisce **il dovere di proteggere i tesserati**, in particolar modo se minorenni, **da abusi, violenze, discriminazioni o comportamenti lesivi**, imponendo standard elevati di condotta non solo in ambito professionale, ma anche nella vita privata.

Per questo motivo, Juventus ha definito **specifici strumenti di prevenzione, meccanismi di ascolto e segnalazione, programmi di formazione obbligatori** e un sistema di **monitoraggio continuo**, finalizzati a garantire ambienti sicuri, inclusivi e rispettosi della dignità di ogni individuo.

Il riferimento principale della policy è il "Responsabile contro abusi, violenze e discriminazioni", identificato nella persona della *Chief People, Culture & ESG Officer di Juventus.*

La policy si rivolge a chiunque entri in contatto con i tesserati di Juventus, in particolar modo se minorenni, nel dettaglio:

- personale della Società e altri collaboratori, anche occasionali;
- personale delle Academy Juventus sparse nel territorio nazionale italiano;
- personale dei partner di Juventus, quali ad esempio:
- progetti di brand development (e.g. Summer Camp, International Academies, Training Experience, World Cup, ecc.), presenti in varie aree geografiche nel mondo;
- progetti di fan entertainment (e.g. Bimbi in Campo, Junior Photographer, ecc.);
- progetti ESG (e.g. Gioca con Me, Juventus One, ecc.) rispetto ai quali Juventus ha in essere un rapporto di collaborazione con organizzazione esterne (e.g. associazioni, onlus, ecc.).

GESTIONE DELLE SEGNALAZIONI (WHISTLEBLOWING)

Juventus si pone come obiettivo la promozione di una cultura orientata alla correttezza e alla legalità e a tal proposito, in coerenza con quanto definito dal D.Lgs. 24/2023, ha istituito il proprio **canale whistleblowing e la relativa procedura di Gestione delle Segnalazioni.** La disciplina del whistleblowing si configura come un insieme di regole e procedure volte a incentivare e proteggere da ritorsioni e discriminazioni lo stakeholder, interno o esterno, che segnala illeciti o irregolarità di cui sia venuto a conoscenza. Il fine ultimo è quello di garantire al Club un **corretto flusso informativo che lo porti a conoscenza di situazioni di rischio e di garantire una tempestiva gestione della segnalazione**, promuovendo un ambiente che contribuisce a individuare, prevenire e contrastare la commissione di illeciti e/o reati, a tutelare la Società e gli azionisti da danni economici, a salvaguardare la loro immagine e reputazione, a diffondere la cultura dell'etica, della legalità e della trasparenza all'interno del Club e a rafforzare il sistema di controllo interno e gestione dei rischi.

A tal fine, **Juventus mette a disposizione di tutti gli stakeholder un canale di segnalazione**, raggiungibile on-line all'indirizzo pubblico: https://juventus.segnalazioni.net/ dedicato e sicuro, attraverso il quale è possibile segnalare violazioni di leggi, normative, procedure e policy aziendali o segnalare, più in generale, situazioni di potenziale rischio.

In particolare, attraverso il portale, è possibile segnalare:

- violazioni delle disposizioni normative nazionali e dell'Unione europea che ledono l'interesse pubblico o l'integrità dell'amministrazione pubblica o dell'ente privato;
- violazioni del Codice Etico;
- violazioni del Modello 231;
- violazioni del Modello di prevenzione;
- violazioni della Safeguarding Policy;
- violazioni gravi e/o reiterate di procedure e regolamenti interni di Juventus;



- violazioni di leggi e regolamenti (sportivi e non) applicabili al settore di riferimento;
- violazioni delle misure restrittive imposte dall'Unione Europea;
- illeciti amministrativi, contabili, civili o penali che non rientrano nei punti precedenti.

Le Segnalazioni ricevute attraverso la piattaforma sono visualizzate dai **responsabili per la relativa gestione** (figure esterne indipendenti: presidente dell'OdV di Juventus e componente esterno dell'Organismo di Garanzia di Juventus), autorizzati al trattamento dei dati personali ai sensi della normativa sulla privacy vigente, che effettueranno una prima valutazione di massima sulle informazioni sulle violazioni, in termini di:

- pertinenza della situazione descritta rispetto a quanto previsto dalla presente procedura;
- presenza delle informazioni sufficienti per procedere alle successive attività di indagine.

Una volta determinata la procedibilità, i responsabili svolgeranno una **seconda valutazione di massima** finalizzata a comprendere la natura della segnalazione per identificare se sia rivolta a soggetti interni o esterni all'organizzazione e di conseguenza valutare quali dei soggetti indicati debbano essere coinvolti.

La gestione e la verifica sulla fondatezza delle circostanze rappresentate nella segnalazione, nonché la decisione di attivare eventuali analisi di approfondimento o attività di "investigation", sono affidate al team di valutazione composto dai responsabili e da eventuali altri collaboratori coinvolti nella gestione (ad esempio: dipendenti di Juventus, altri professionisti esterni) nell'ambito delle rispettive competenze, per garantire rispetto, imparzialità e collegialità.

Una volta completate tutte le attività di investigation e accertamento si procede con la **definizione delle azioni correttive e/o di eventuali provvedimenti da intraprendere.** Si procede, infine, con la chiusura della segnalazione e relativo riscontro al segnalante.

Questo sistema protegge l'identità dei segnalanti e garantisce la confidenzialità delle segnalazioni, visibili esclusivamente dal Comitato whistleblowing che vi provvede nel rispetto dei principi di imparzialità e riservatezza.

Le segnalazioni possono essere presentate da tutti gli stakeholder della Società, inclusi clienti, fornitori, partner commerciali, finanziatori, consulenti, ex dipendenti e tifosi. Inoltre, la Società ha messo in atto misure rigorose per prevenire qualsiasi forma di ritorsione nei confronti di coloro che segnalano tramite il canale. Juventus vieta atti di tale forma, diretti o indiretti, nei confronti del segnalante, e prevede sanzioni disciplinari nei confronti di chi viola tale divieto o gli obblighi di tutela della riservatezza dell'identità del segnalante.

Nel caso in cui la Società dovesse riscontrare casistiche di corruzione, così come anche previsto dalla procedura di Gestione delle Segnalazioni, deve immediatamente comunicarlo al Comitato Controllo e Rischi, che a sua volta informerà il Consiglio di Amministrazione.

DATA PROTECTION

Juventus opera nel pieno rispetto della normativa vigente e dei principi sanciti dal Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR), dal D.Lgs. 196/2003, ss.mm.ii. (Codice Privacy), dai Provvedimenti emanati dal Garante per la Protezione dei Dati Personali e dalle linee guida suggerite dall'European Data Protection Board (EDPB) al fine di garantire la protezione dei dati personali che vengono raccolti e trattati quotidianamente.

Il Club ha adottato un modello organizzativo **Data Protection** (di seguito "Modello Organizzativo Data Protection" o "MODP") al cui interno è definito il sistema organizzativo privacy e sono identificate le figure chiave declinando ruoli e responsabilità. Nel corso dell'esercizio il Modello Organizzativo Data Protection è stato aggiornato al fine di **rafforzare ulteriormente il sistema di governance privacy**, chiarire ruoli e responsabilità e supportare un'applicazione sempre più efficace dei principi di accountability previsti dal GDPR.

L'assetto organizzativo prevede diversi livelli di presidio della protezione dei dati personali e comprende il Titolare del trattamento, il Data Protection Supervisory Board con funzioni di indirizzo strategico e supervisione del sistema privacy, il Data Protection Officer (DPO), il Privacy Officer, il Data Protection Team e i Data Manager, questi ultimi responsabili del coordinamento operativo e del presidio delle attività di trattamento nelle rispettive aree organizzative. Tale struttura garantisce una chiara attribuzione di ruoli, responsabilità e flussi informativi all'interno dell'organizzazione.

Inoltre, al fine di monitorare e gestire la protezione dei dati personali in modo continuo sono state adottate diverse procedure quali, ad esempio, procedura Gestione Data Breach, procedura Privacy by Design By Default o procedura gestione amministratori di sistema. Altresì, come richiesto dall'art. 30 del GDPR, è stato predisposto un registro delle attività di trattamento (ROPA) dei dati personali.

Tutte le misure tecniche e organizzative adottate sono volte ad **assicurare la liceità, la correttezza, la trasparenza, la minimizzazione dei dati, la sicurezza e la riservatezza delle informazioni trattate.**

Per monitorare l'adozione degli adempimenti e il raggiungimento degli obiettivi per la protezione dei dati personali (i) è stato designato un Data Protection Officer esterno che fornisce consulenza specialistica e sorveglia l'osservanza della normativa applicabile; (ii) è stato costituito un Data Protection Team (interdisciplinare) con il compito di supportare le strutture organizzative aziendali su temi specifici;(iii) sono stati individuati Data Manager nelle diverse aree aziendali per assicurare il presidio operativo dei trattamenti; (iv) ed è stato istituito un Data Protection Supervisory Board quale organismo di supervisione strategica del sistema di Data Protection.

La Società promuove inoltre **attività di informazione, sensibilizzazione e formazione in materia di protezione dei dati personali**, differenziate in funzione dei ruoli ricoperti e delle attività svolte, anche mediante percorsi dedicati ai soggetti coinvolti nel sistema di governance privacy, inclusi Data Manager e Amministratori di Sistema.

Nel corso dell'esercizio sono stati gestiti un evento di data breach relativo a un sub-fornitore e un reclamo presentato all'Autorità Garante per la protezione dei dati personali. Alla data di redazione del presente documento, entrambi i procedimenti risultano ancora in corso e non sono stati adottati provvedimenti definitivi da parte dell'Autorità competente.

Il monitoraggio continuo e l'adozione di misure tecniche e organizzative adeguate testimoniano l'impegno del Club nella tutela dei diritti degli interessati e nella sensibilizzazione ai temi di Data Protection.



G1-2 – GESTIONE DEI RAPPORTI CON I FORNITORI E G1-6 – PRASSI DI PAGAMENTO

I fornitori di beni e servizi, sebbene non rappresentino un elemento distintivo del business sportivo come in altri settori, rivestono un ruolo fondamentale nella catena del valore della Juventus (vedere ESRS 2 SBM-1 – Strategia, modello aziendale e catena del valore).

Juventus lavora ogni giorno affinché la sinergia tra il Club e il fornitore si sviluppi e cresca in modo ottimale, arrivando a **instaurare delle vere e proprie relazioni durature.** Per questo motivo, intende collaborare con fornitori che condividono gli **stessi valori**, improntati sullo sviluppo e sul rispetto di pratiche di sostenibilità, dei diritti umani e dei diritti del lavoro in un'ottica di sviluppo del benessere complessivo della società. A tal proposito, lo strumento utilizzato per verificare l'idoneità dei fornitori è lo Juventus Supplier Portal, aggiornato e migrato su un nuovo piattaforma a partire dalla stagione 2025/2026. Nel processo di qualifica, per poter procedere con un acquisto da un fornitore, tutti i fornitori Juventus devono prendere visione e accettare:

- Codice Etico;
- Modello di Prevenzione;
- Safeguarding Policy;
- Modello 231;
- Politica per la gestione sostenibile degli eventi;
- Politica per l'ambiente di Juventus;
- Politica per la qualità del settore medico;
- Politica per la salute e la sicurezza;
- Termini e condizioni generali di acquisto e/o di fornitura di beni e/o servizi;
- Termini e condizioni di registrazione, accesso ed utilizzo del portale procurement di Juventus;

Con riferimento alla protezione dei dati personali, **l'informativa privacy viene generalmente resa disponibile ai fornitori nell'ambito della documentazione contrattuale.** Inoltre, qualora il fornitore svolga attività o presti servizi che comportano il trattamento di dati personali per conto di Juventus, e operi pertanto in qualità di Responsabile del trattamento ai sensi dell'art. 28 del Regolamento (UE) 2016/679, il rapporto è disciplinato mediante uno specifico **Data Processing Agreement (DPA)**. Tale documento, generalmente allegato al contratto principale e parte integrante dello stesso, definisce le modalità di trattamento dei dati personali, le misure di sicurezza adottate, i rispettivi obblighi delle parti e le responsabilità connesse alla protezione dei dati personali, nel rispetto della normativa applicabile. Nel processo di valutazione dei fornitori, Juventus considera ad oggi anche criteri di sostenibilità ambientale, sociale e di governance, quali ad esempio: l'adozione di policy o regolamenti specifici, il possesso di certificazioni, la pubblicazione di una Rendicontazione Consolidata di Sostenibilità. Tali criteri sono attualmente mappati ma hanno un'incidenza non prioritaria.

In alcuni casi, tali criteri risultano più rilevanti, come ad esempio nella selezione e nella conferma dei fornitori operanti nei diversi siti del Club, dove si tiene conto della capacità di garantire una corretta gestione dei rifiuti, includendo attività di raccolta, differenziazione e smaltimento.

Nel corso della stagione 2025/2026, il parco fornitori di Juventus è composto da **1.538 partner commerciali.** Il Club intende mantenere un equilibrio tra l'utilizzo delle competenze locali e l'accesso alle migliori pratiche internazionali. Infatti, nel suo approccio di gestione della catena di fornitura, Juventus ha da sempre dato valore al prodotto locale e, a riprova di quest'impegno, **il dato relativo ai fornitori locali è pari al 78,48% del totale.**

La Società applica **criteri e prassi di pagamento omogenei nei confronti dei propri fornitori,** indipendentemente dalla categoria merceologica o dall'area geografica di riferimento. Di conseguenza, i



termini di pagamento generalmente adottati dal Club risultano coerenti tra le diverse tipologie di fornitori e non prevedono differenziazioni sistematiche in funzione della categoria di appartenenza.

Eventuali eccezioni possono essere definite su base contrattuale in relazione alle specificità del rapporto commerciale o del servizio fornito, nel rispetto delle condizioni concordate tra le parti.

Riepilogo fornitori Stagione 2025/2026	#	%	Riepilogo fornitori Stagione 2024/2025	#	%
Nazionali	1.207	78,48%	Nazionali	1.196	81,03%
Internazionali	331	21,52%	Internazionali	280	18,97%
Totale fornitori	**1.538**	**100%**	**Totale fornitori**	**1.476**	**100%**
TORINO E PROVINCIA	382	24,84%	TORINO E PROVINCIA	402	27,24%

Juventus provvede mensilmente al pagamento di tutte le fatture scadute e liquidabili, in linea con gli impegni contrattuali assunti. I termini di pagamento variano in base agli accordi con i singoli fornitori, oscillando mediamente tra 0 e 60 giorni data fattura fine mese.

Si precisa che, con riferimento alle società calcistiche, come da prassi del settore, i termini di regolamento risultano essere superiori all'anno.

Eventuali blocchi di pagamento possono essere attivati nei seguenti casi:

- mancata presentazione della documentazione fiscale obbligatoria (es. DURC);
- presenza di contenziosi aperti con il fornitore.

Si segnala che, alla data di redazione del presente documento, **non risultano procedimenti giudiziari pendenti nei confronti della Società** riconducibili a ritardi nei pagamenti.

Di seguito, ai fini dell'indicatore G1-6 – Prassi di pagamento, si riportano infine:

- il tempo medio impiegato dall'impresa per pagare una fattura dalla data in cui inizia a essere calcolato il termine di pagamento contrattuale o legale, espresso in numero di giorni: **19,7 giorni;**
- la percentuale di pagamenti che rispetta i termini standard di Juventus (tra 0 e 60 giorni): **41,7%.**

L'analisi ha riguardato tutte le transazioni effettuate dalla Società a esclusione di quelle relative al J Hotel, in quanto il rischio materiale emerso dall'aggiornamento dell'analisi di materialità condotto quest'anno non risulta significativamente correlato a tale entità, acquisita a maggio 2026.

Pur non avendo adottato una policy formalizzata specificamente dedicata alla prevenzione dei ritardi



di pagamento, **Juventus riconosce l'importanza di una gestione responsabile dei rapporti con i propri fornitori e partner commerciali e promuove il rispetto delle tempistiche concordate contrattualmente.**

Le scadenze di pagamento sono monitorate nell'ambito degli **ordinari processi amministrativi e finanziari della Società**, con l'obiettivo di garantire una gestione efficace dei debiti commerciali e intervenire tempestivamente in presenza di eventuali criticità o situazioni eccezionali.

Nell'ambito delle proprie attività, il Club presta particolare attenzione alle **esigenze delle realtà di minori dimensioni e del territorio**, ricercando, ove possibile e compatibilmente con i processi aziendali e gli equilibri finanziari della Società, soluzioni che favoriscano la continuità e la sostenibilità dei rapporti commerciali.

G1-3 – PREVENZIONE E INDIVIDUAZIONE DELLA CORRUZIONE ATTIVA E PASSIVA

Il principio tolleranza zero adottato dal Club trova applicazione all'interno dei modelli e delle politiche sopra descritte. Juventus condanna fortemente ogni comportamento riconducibile alla corruzione, come l'abuso di una posizione per ottenere un vantaggio illecito per la Società o per il singolo.

La Società previene eventuali problematiche in tal senso principalmente attraverso:

- un'attenta analisi dei rischi;
- la definizione e l'implementazione di policy e procedure;
- formazione e awareness per le risorse interne;
- attività strutturate di controllo interno.

In particolare, il Codice Etico cita le seguenti norme:

Juventus **evita accordi con fornitori di dubbia reputazione** che possano non rispecchiare i valori espressi nel presente Codice Etico in linea con i principi del Global Compact promosso dall'ONU, quali il rispetto dell'ambiente, delle condizioni di lavoro, dei diritti umani e i principi di legalità, diversità ed inclusione, rispetto della concorrenza e lotta alla corruzione […]

Juventus condanna ogni comportamento che possa costituire atto di corruzione anche nei confronti di soggetti privati, per i quali si rimanda al successivo articolo 7.6. Qualunque tentativo di estorsione, concussione o induzione a dare utilità indebite da parte di un pubblico ufficiale o un incaricato di pubblico servizio deve essere segnalato senza indugio […]

Costituisce violazione della politica istituzionale di Juventus adottare condotte che configurano il reato di corruzione anche nei Paesi esteri in cui tali condotte non fossero punite o altrimenti vietate.

I principi chiave descritti nel Codice Etico, nel Modello 231 e nel Modello di Prevenzione sono oggetto di continue attività di formazione e di awareness. Questi contenuti sono costantemente approfonditi e valorizzati grazie alla supervisione dell'OdV e dell'Organismo di Garanzia, che ne promuovono attivamente la conoscenza e la diffusione in tutta l'organizzazione.

Juventus, infatti, **prevede programmi di sensibilizzazione e formazione specifici** in tale ambito, con particolare attenzione per i soggetti che operano in contesti sensibili. I membri del Consiglio di Amministrazione ricevono approfondimenti sul tema della corruzione anche in occasione della predisposizione di politiche e aggiornamenti della normativa interna.

Juventus garantisce a tutto il personale **l'erogazione di percorsi formativi in materia di compliance**, finalizzati alla conoscenza, inter alia, del Modello 231, inclusi specifici richiami al reato di corruzione, nonché alle politiche e agli standard interni adottati dal Club. In particolare, nel giorno dell'assunzione, i dipendenti ricevono il piano di induction, che include, inter alia, anche la sessione formativa di compliance. Inoltre, nella mail di Welcome è riportato il link alla sezione Governance, Risk & Compliance della intranet aziendale, all'interno della quale sono disponibili e accessibili tutte le policy e le procedure aziendali e i modelli di compliance vigenti. La pubblicazione o l'aggiornamento di nuove policy e procedure aziendali, nonché dei modelli di compliance sono regolarmente comunicate attraverso l'invio di una mail destinata all'intera popolazione aziendale, i cui contenuti e documenti sono contestualmente caricati nella sezione sopra citata della intranet aziendale.

G1-4 – CASI ACCERTATI DI CORRUZIONE ATTIVA O PASSIVA

In linea con l'impegno di integrità e trasparenza, Juventus pubblica le informazioni relative ai casi di corruzione attiva o passiva registrati durante il periodo di riferimento.

Nella stagione 2025/2026 non è stato riscontrato alcun caso di corruzione, di licenziamento o disciplina di dipendenti per motivi di corruzione, di rescissione o mancato rinnovo di contratti stipulati con partner aziendali, di casi legali di dominio pubblico riguardanti corruzione intentati contro l'organizzazione o suoi dipendenti.

G1-5 – INFLUENZA POLITICA E ATTIVITÀ DI LOBBYING

Le relazioni istituzionali di Juventus sono tenute in conformità alle leggi e ai regolamenti vigenti nei Paesi.

Il Club intrattiene rapporti con le istituzioni improntate ai criteri di massima trasparenza e probità, in coerenza con il Codice Etico e le linee-guida di rapporti e adempimenti con la Pubblica Amministrazione.

Tra i componenti degli organi sociali e di controllo e tra i dirigenti con responsabilità strategica del Club, non risultano, negli ultimi 24 mesi, persone formalmente o informalmente coinvolte in attività politiche, né sono attestate attività di lobbying in senso stretto. **Il Club partecipa in maniera continuativa a tavoli di lavoro, workshop, assemblee e meeting promossi da associazioni e istituzioni tipiche del settore e dell'industry di riferimento.** In particolare, il Club è costantemente presente alle assemblee della Lega Serie A e ai tavoli tecnici della Divisione Calcio Femminile, inclusi i tavoli di lavoro specifici sul tema della sostenibilità, nonché ai gruppi di lavoro organizzati dalla FIGC su tematiche specifiche. Parallelamente, il Club prende parte alle assemblee di Lega Pro, coerentemente con la partecipazione della Juventus Next Gen al campionato di Serie C, e ai lavori di EFC.

Si specifica che, nell'assemblea di Lega Calcio Serie A del 3 novembre 2025, Giorgio Chiellini, all'epoca *Director of Football Strategy* del Club e alla data della presente Relazione *Chief Club Affaris Officer*, è stato eletto nel ruolo di consigliere federale e in tale ruolo affiancherà Giuseppe Marotta e Stefano Campoccia, in rappresentanza della Serie A nel consiglio FIGC, e il presidente della Lega Calcio Serie A Ezio Simonelli. Giorgio Chiellini, inoltre, è stato nominato anche membro del Comitato per le Competizioni per Club UEFA.

Circa le tematiche ESG, a livello internazionale, il Club ha partecipato al **UEFA Respect Forum** tenutosi a Zurigo e al **Partner Day** organizzato da Adidas e UEFA presso l'Headquarter di Nyon, evento dedicato al confronto tra club e partner internazionali su temi di equità di genere e sostenibilità nello sport.

Inoltre, Francesco Gianello, Facilities Management Director di Juventus, riveste attualmente la carica di **Presidente dello Advisory Committee di ESSMA**, associazione che coordina tavoli di lavoro dedicati alla gestione delle infrastrutture sportive, anche con focus sulla sostenibilità. In questo contesto, nel giugno 2025 il Club ha preso parte come speaker a un workshop organizzato ad Amsterdam, portando una best practice in materia di mobilità sostenibile. Il Club è stato, inoltre, il **primo Club di calcio italiano firmatario dello United Nations Sport for Climate Action Framework,** impegnandosi attivamente nella promozione della sostenibilità ambientale nel settore sportivo e partecipando a iniziative e tavoli di lavoro volti alla riduzione delle emissioni di carbonio e all'adozione di pratiche sostenibili nelle competizioni e nelle operazioni aziendali. Riguardo al tema dell'advocacy sulle tematiche ESG, il Club ritiene che la propria azione si concretizzi attraverso campagne di sensibilizzazione dedicata alla propria audience e attraverso la promozione di buone pratiche e di modelli gestionali certificati. In particolare, la Società ha ottenuto le certificazioni ISO 14001 (sistema di gestione ambientale) e ISO 20121 (gestione sostenibile degli eventi sportivi), oltre alla certificazione UNI/PdR 125:2022 sulla parità di genere, rendicontate nelle rispettive sezioni del presente documento.

ATTESTAZIONE DELLA RENDICONTAZIONE DI SOSTENIBILITÀ AL SENSI DELL'ART. 81 - TER DEL REGOLAMENTO CONSOB N. 11971 DEL 14 MAGGIO 1999 E SUCCESSIVE MODIFICHE ED INTEGRAZIONI

I sottoscritti, Giovanni Carnevali, Amministratore Delegato, e Greta Sodino, dirigente appositamente nominato ai sensi dell'articolo 154-*bis*, comma 5-*ter*, del D. Lgs. 24 febbraio 1998 n. 58 (il "TUF"), di Juventus F.C. S.p.A. attestano, ai sensi dell'articolo 154-*bis*, comma 5-*ter*, del TUF, che la rendicontazione di sostenibilità inclusa nella relazione sulla gestione è stata redatta:

- conformemente agli standard di rendicontazione applicati ai sensi della direttiva 2013/34/UE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 26 giugno 2013, e del decreto legislativo 6 settembre 2024, n. 125;
- con le specifiche adottate a norma dell'articolo 8, paragrafo 4, del regolamento (UE) 2020/852 del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 giugno 2020 in materia di informativa sulla Tassonomia UE.

Torino, 29 settembre 2026

Per il Consiglio di Amministrazione
L'Amministratore Delegato

GIOVANNI CARNEVALI

Il Dirigente appositamente nominato ai sensi dell'articolo 154-*bis*, comma 5-*ter*

GRETA BODINO

Deloitte.

Deloitte & Touche S.p.A.
Galleria San Federico, 54
10121 Torino
Italia

Tel: +39 011 55971
www.deloitte.it

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE INDIPENDENTE SULL'ESAME LIMITATO DELLA RENDICONTAZIONE CONSOLIDATA DI SOSTENIBILITÀ AI SENSI DELL'ART. 14-BIS DEL D.LGS. 27 GENNAIO 2010, N. 39

Agli Azionisti della
Juventus Football Club S.p.A.

Conclusioni

Ai sensi degli artt. 8 e 18, comma 1, del D.Lgs. 6 settembre 2024, n. 125 (di seguito anche il "Decreto"), siamo stati incaricati di effettuare l'esame limitato ("Limited Assurance Engagement") della rendicontazione consolidata di sostenibilità del Gruppo Juventus (di seguito anche il "Gruppo") relativa all'esercizio chiuso al 30 giugno 2026 predisposta ai sensi dell'art. 4 del Decreto, presentata nella specifica sezione della relazione sulla gestione.

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che:

- la rendicontazione consolidata di sostenibilità del Gruppo Juventus relativa all'esercizio chiuso al 30 giugno 2026 non sia stata redatta, in tutti gli aspetti significativi, in conformità ai principi di rendicontazione adottati dalla Commissione Europea ai sensi della Direttiva (UE) 2013/34/UE (European Sustainability Reporting Standards, nel seguito anche "ESRS");

- le informazioni contenute nel paragrafo "Tassonomia Europea" della rendicontazione consolidata di sostenibilità non siano state redatte, in tutti gli aspetti significativi, in conformità all'art. 8 del Regolamento (UE) n. 852 del 18 giugno 2020 (nel seguito anche "Regolamento Tassonomia").

Elementi alla base delle conclusioni

Abbiamo svolto l'incarico di esame limitato in conformità al Principio di Attestazione della Rendicontazione di Sostenibilità - SSAE (Italia). Le procedure svolte in tale tipologia di incarico variano per natura e tempistica rispetto a quelle necessarie per lo svolgimento di un incarico finalizzato ad acquisire un livello di sicurezza ragionevole e sono altresì meno estese.

Conseguentemente, il livello di sicurezza ottenuto in un incarico di esame limitato è sostanzialmente inferiore rispetto al livello di sicurezza che sarebbe stato ottenuto se fosse stato svolto un incarico finalizzato ad acquisire un livello di sicurezza ragionevole. Le nostre responsabilità ai sensi di tale Principio sono ulteriormente descritte nel paragrafo *Responsabilità della società di revisione per l'attestazione sulla rendicontazione consolidata di sostenibilità* della presente relazione.

Ancona Bari Bergamo Bologna Brescia Cagliari Firenze Genova Milano Napoli Padova Parma Roma Torino Treviso Udine Verona

Sede Legale: Via Santa Sofia, 28 - 20122 Milano | Capitale Sociale: Euro 10.688.930,00 i.v.
Codice Fiscale/Registro delle Imprese di Milano Monza Brianza Lodi n. 03049560166 - R.E.A. n. MI-1720239 | Partita IVA: IT 03049560166

Il nome Deloitte si riferisce a una o più delle seguenti entità: Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una società inglese a responsabilità limitata ("DTTL"), le member firm aderenti al suo network e le entità a esse correlate. DTTL e ciascuna delle sue member firm sono entità giuridicamente separate e indipendenti tra loro. DTTL (denominata anche "Deloitte Global") non fornisce servizi ai clienti. Si invita a leggere l'informativa completa relativa alla descrizione della struttura legale di Deloitte Touche Tohmatsu Limited e delle sue member firm all'indirizzo www.deloitte.com/about.

© Deloitte & Touche S.p.A.

Deloitte.

Siamo indipendenti in conformità alle norme e ai principi in materia di etica e di indipendenza applicabili all'incarico di attestazione della rendicontazione consolidata di sostenibilità nell'ordinamento italiano.

La nostra società di revisione applica il Principio internazionale sulla gestione della qualità ISQM Italia 1 in base al quale è tenuta a configurare, mettere in atto e rendere operativo un sistema di gestione della qualità che includa direttive o procedure sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

Riteniamo di aver acquisito evidenze sufficienti e appropriate su cui basare le nostre conclusioni.

Responsabilità degli Amministratori e del Collegio Sindacale della Juventus Football Club S.p.A. per la rendicontazione consolidata di sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per lo sviluppo e l'implementazione delle procedure attuate per individuare le informazioni incluse nella rendicontazione consolidata di sostenibilità in conformità a quanto richiesto dagli ESRS (nel seguito il "processo di valutazione della rilevanza") e per la descrizione di tali procedure nel paragrafo "Descrizione del processo per individuare e valutare gli impatti, i rischi e le opportunità rilevanti" della rendicontazione consolidata di sostenibilità.

Gli Amministratori sono inoltre responsabili per la redazione della rendicontazione consolidata di sostenibilità, che contiene le informazioni identificate mediante il processo di valutazione della rilevanza, in conformità a quanto richiesto dall'art. 4 del Decreto, inclusa:

- la conformità agli ESRS;
- la conformità all'art. 8 del Regolamento Tassonomia delle informazioni contenute nel paragrafo "Tassonomia Europea".

Tale responsabilità comporta la configurazione, la messa in atto e il mantenimento, nei termini previsti dalla legge, di quella parte del controllo interno ritenuta necessaria dagli Amministratori al fine di consentire la redazione di una rendicontazione consolidata di sostenibilità in conformità a quanto richiesto dall'art. 4 del Decreto, che non contenga errori significativi dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Tale responsabilità comporta altresì la selezione e l'applicazione di metodi appropriati per elaborare le informazioni nonché l'elaborazione di ipotesi e stime in merito a specifiche informazioni di sostenibilità che siano ragionevoli nelle circostanze.

Il Collegio Sindacale ha la responsabilità della vigilanza, nei termini previsti dalla legge, sull'osservanza delle disposizioni stabilite nel Decreto.

Deloitte.

Limitazioni intrinseche nella redazione della rendicontazione consolidata di sostenibilità

Ai fini della rendicontazione delle informazioni prospettiche in conformità agli ESRS, agli Amministratori è richiesta l'elaborazione di tali informazioni sulla base di ipotesi, descritte nella rendicontazione consolidata di sostenibilità, in merito a eventi che potranno accadere in futuro e a possibili future azioni da parte del Gruppo. A causa dell'aleatorietà connessa alla realizzazione di qualsiasi evento futuro, sia per quanto concerne il concretizzarsi dell'accadimento sia per quanto riguarda la misura e la tempistica della sua manifestazione, gli scostamenti fra i valori consuntivi e le informazioni prospettiche potrebbero essere significativi.

L'informativa fornita dal Gruppo in merito alle emissioni Scope 3 è soggetta a maggiori limitazioni intrinseche rispetto a quelle Scope 1 e 2, a causa della scarsa disponibilità e della precisione relativa delle informazioni utilizzate per definire le informazioni sulle emissioni Scope 3, sia di natura quantitativa sia di natura qualitativa, relative alla catena del valore, come peraltro descritto anche nel paragrafo "Metriche soggette a elevato livello di incertezza".

Responsabilità della società di revisione per l'attestazione sulla rendicontazione consolidata di sostenibilità

I nostri obiettivi sono pianificare e svolgere procedure al fine di acquisire un livello di sicurezza limitato che la rendicontazione consolidata di sostenibilità non contenga errori significativi, dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali, ed emettere una relazione contenente le nostre conclusioni. Gli errori possono derivare da frodi o da comportamenti o eventi non intenzionali e sono considerati significativi qualora ci si possa ragionevolmente attendere che essi, singolarmente o nel loro insieme, siano in grado di influenzare le decisioni degli utilizzatori prese sulla base della rendicontazione consolidata di sostenibilità.

Nell'ambito dell'incarico finalizzato ad acquisire un livello di sicurezza limitato in conformità al Principio di Attestazione della Rendicontazione di Sostenibilità - SSAE (Italia), abbiamo esercitato il giudizio professionale e abbiamo mantenuto lo scetticismo professionale per tutta la durata dell'incarico.

Le nostre responsabilità includono:

- la considerazione dei rischi per identificare l'informativa nella quale è probabile che si verifichi un errore significativo, sia dovuto a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali;
- la definizione e lo svolgimento di procedure per verificare l'informativa nella quale è probabile che si verifichi un errore significativo. Il rischio di non individuare un errore significativo dovuto a frodi è più elevato rispetto al rischio di non individuare un errore significativo derivante da comportamenti o eventi non intenzionali, poiché la frode può implicare l'esistenza di collusioni, falsificazioni, omissioni intenzionali, rappresentazioni fuorvianti o forzature del controllo interno;
- la direzione, la supervisione e lo svolgimento dell'esame limitato della rendicontazione consolidata di sostenibilità e l'assunzione della piena responsabilità delle conclusioni sulla rendicontazione consolidata di sostenibilità.

Deloitte.

Riepilogo del lavoro svolto

Un incarico finalizzato ad acquisire un livello di sicurezza limitato comporta lo svolgimento di procedure per ottenere evidenze quale base per la formulazione delle nostre conclusioni.

Le procedure svolte sulla rendicontazione consolidata di sostenibilità si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nella rendicontazione consolidata di sostenibilità, nonché analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

In particolare, abbiamo svolto le seguenti principali procedure in parte in una fase preliminare prima della chiusura dell'esercizio e successivamente in una fase finale fino alla data di emissione della presente relazione:

- comprensione del modello di *business*, delle strategie del Gruppo e del contesto in cui opera con riferimento alle questioni di sostenibilità;
- comprensione dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione delle informazioni qualitative e quantitative incluse nella rendicontazione consolidata di sostenibilità, ivi inclusa l'analisi del perimetro di rendicontazione;
- comprensione del processo posto in essere dal Gruppo per l'identificazione e la valutazione degli impatti, rischi ed opportunità rilevanti, in base al principio di doppia rilevanza, in relazione alle questioni di sostenibilità;
- identificazione dell'informativa nella quale è probabile che esista un rischio di errore significativo, tenendo in considerazione, tra gli altri, fattori connessi al processo di generazione e raccolta delle informazioni, alla presenza di stime e alla complessità delle relative metodologie di calcolo, nonché fattori qualitativi e quantitativi riconducibili alla natura delle informazioni stesse;
- definizione e svolgimento delle procedure, basate sul giudizio professionale del revisore della rendicontazione di sostenibilità, per rispondere ai rischi di errore significativi identificati anche ricorrendo al supporto di nostri specialisti, con particolare riferimento a specifiche informazioni di natura ambientale;
- comprensione del processo posto in essere dal Gruppo per identificare le attività economiche ammissibili e determinarne la natura allineata in base alle previsioni del Regolamento Tassonomia, e verifica della relativa informativa inclusa nella rendicontazione consolidata di sostenibilità;
- riscontro delle informazioni riportate nella rendicontazione consolidata di sostenibilità con le informazioni contenute nel bilancio consolidato ai sensi del quadro sull'informativa finanziaria applicabile o con i dati contabili utilizzati per la redazione del bilancio stesso o con i dati gestionali di natura contabile;

Deloitte.

- verifica della struttura e della presentazione dell'informativa inclusa nella rendicontazione consolidata di sostenibilità in conformità con gli ESRS, inclusa l'informativa sul processo di valutazione della rilevanza;
- Ottenimento della lettera di attestazione.

DELOITTE & TOUCHE S.p.A.

Giorgio Barbieri
Socio

Torino, 9 ottobre 2026

INFORMAZIONI AGLI AZIONISTI, AGLI INVESTITORI ED ALLA STAMPA

RELAZIONI CON GLI INVESTITORI ISTITUZIONALI E CON GLI ANALISTI FINANZIARI

telefono +39 011 65 63 538
investor.relations@juventus.com

UFFICIO STAMPA

pressoffice@juventus.com

PEC

juventus@actalispec.it

JUVENTUS FOOTBALL CLUB S.P.A.

Via Druento 175, 10151 Torino
www.juventus.com

GRAPHIC DESIGN E ART DIRECTION

Juventus Football Club S.p.A.