

JUVENTUS



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018/2019

JUVENTUS



BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2018/2019

SOMMARIO

5	LETTERA AGLI STAKEHOLDER
6	OLTRE 120 ANNI DI PASSIONE
8	Noi
9	Palmares
12	Le nostre squadre
14	Le nostre strutture
16	Il nostro approccio alla sostenibilità
18	Dialogo con i nostri stakeholder
20	Il nostro ruolo nel mondo dello sport
22	JUVENTUS GOALS
24	Manifesto di Juventus Goals
29	Gioca con Me
30	Fair People
33	Un calcio al razzismo
34	Juventus for Special@School
36	Hackability@Juventus
40	VERSO UN CALCIO UNIVERSALE
42	Juventus Women
46	Settore Giovanile
50	Juventus for Special



52	FOOTBALL COMPANY
54	Dipendenti
60	Dati
62	Rapporto con il territorio e cura dell'ambiente
66	Governance
69	Anticorruzione
70	Gestione dei rischi
72	Gestione dei fornitori
74	Customer Service
78	Gestione finanziaria
80	Nota metodologica
82	GRI Content Index
86	Relazione della società di revisione



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

[102-14]

Lo spirito di Juventus è guardare avanti, vivere avanti.

Questo ci ha permesso sei anni fa di essere tra i primi club calcistici a parlare di sostenibilità. In questi anni il nostro approccio è cambiato, parlando non più solo come club calcistico ma come azienda di calcio.

Oggi, il mondo ci chiede una ulteriore evoluzione, di metterci in gioco su un nuovo territorio, quello della capacità di avere un impatto.

Non solo sul campo dove abbiamo costruito la nostra Storia, ma anche nei contesti che ci circondano, facendo leva sui valori dello Sport per contribuire concretamente ad evolvere la Società e le nuove generazioni. Crediamo che come football company il nostro maggior impatto possa essere sulla sfera sociale e vogliamo farlo in prima persona.

Perciò, quest'anno è nato Juventus Goals. Con Juventus Goals vogliamo includere tutti i colori che risiedono tra il bianco e il nero. Attraverso il calcio, vogliamo trasmettere e condividere i valori del rispetto, della condivisione e dell'inclusione delle diversità. In quest'ambito grazie a progetti come Fair People e Juventus for Special@School, migliaia di alunne e alunni delle scuole di Torino e provincia hanno avuto l'occasione di accedere a questi temi. Il nostro obiettivo è quello di continuare questo percorso e di coinvolgere sempre più persone.

Inoltre, continuando il percorso iniziato nelle scorse stagioni, abbiamo identificato i Sustainable Development Goals su cui possiamo avere un maggiore impatto e tramite Juventus Goals vogliamo dare il nostro contributo al loro raggiungimento.

Oltre l'impatto sociale non tralasciamo l'ambiente. A partire da questa stagione tutta l'energia elettrica utilizzata da Juventus proviene da fonti rinnovabili. Questo risultato fa parte di un percorso di responsabilità costruito negli anni e che nel futuro cercheremo di migliorare ancora.

Proprio questo è il nostro impegno per gli anni a venire. Continuare a migliorarci sia come club che come azienda di calcio cercando di riconoscere e rispettare le aspettative dei nostri stakeholder non solo nel breve termine.

Fino alle fine...

Andrea Agnelli
Presidente Juventus Football Club S.p.A.



**OLTRE
120 ANNI
DI PASSIONE**





RONALDO

7



Cygames

adidas

NOI

[102-2]

TORINO È LA NOSTRA CITTÀ

Torino è la nostra città. Nell'autunno del 1897, su una panchina, abbiamo iniziato per gioco e non sapevamo ancora quello che saremo diventati.

Il Bianco e il Nero sono i nostri colori. Da oltre un secolo sono associati a una delle squadre più conosciute in Italia e nel mondo.

Per raggiungere i nostri traguardi abbiamo sudato, sofferto e superato i nostri limiti come una famiglia, con una famiglia che ci ha sempre sostenuto.

In oltre 120 anni abbiamo conquistato tutto, riscrivendo la storia grazie a un continuum di risultati e successi raggiunti attraverso l'impegno e alla passione delle

nostre squadre, quest'anno trionfanti contemporaneamente nello stesso giorno nei rispettivi campionati, maschile e femminile. Ma non solo.

Conseguire l'ottavo Scudetto consecutivo ha aggiunto un memorabile tassello alla nostra storia. Mai nessuno prima è riuscito in questa impresa nei cinque principali campionati europei.

E continueremo a farlo, in campo come fuori.

Continueremo a cercare l'eccellenza senza compromessi in iniziative, progetti ed esperienze radicalmente innovative delle quali il calcio sarà sempre l'origine ma mai il confine.



1897

UN GRUPPO DI STUDENTI LICEALI, SU UNA PANCHINA DEL CENTRO DI TORINO, FONDANO LA JUVENTUS.



1923

LA JUVENTUS DIVENTA PROPRIETÀ DELLA FAMIGLIA AGNELLI.



2011

SVELATO LO JUVENTUS STADIUM.



1903

LE DIVISE BIANCONERE, ISPIRATE DA QUELLE DEL NOTTS COUNTY.



1985

IL PRIMO CLUB NELLA STORIA DEL CALCIO A VINCERE TUTTI I TROFEI INTERNAZIONALI.



#W8NDERFUL

2019

L'UNICO CLUB ITALIANO A VINCERE IL CAMPIONATO PER 8 VOLTE DI FILA.

PALMARES

PRIMA SQUADRA MASCHILE

- 37** SCUDETTI
- 2** UEFA CHAMPIONS LEAGUE
- 1** COPPA DELLE COPPE
- 3** COPPE UEFA
- 2** COPPE INTERCONTINENTALI
- 2** SUPERCOPPE EUROPEE
- 13** COPPE ITALIA
- 8** SUPERCOPPE ITALIANE

PRIMA SQUADRA FEMMINILE

- 2** SCUDETTI
- 1** COPPA ITALIA



LIVE AHEAD, il principio centrale che darà maggiore forza all'identità visiva del Club.

Nel 2017 Juventus annunciava al mondo uno dei più grandi cambiamenti della sua storia: il lancio di una nuova identità visiva, a partire dalla scelta di un nuovo logo, attraverso il messaggio forte "Life is a Matter of Black and White". A due anni di distanza, il Club compie un nuovo passo



ulteriore che completa, definisce e racconta nel miglior modo possibile la visione di Juventus. LIVE AHEAD è il principio che dal 1° luglio 2019 aggiunge maggiore forza all'identità visiva del Club e alle sue attività, in campo e fuori: guardare avanti, vivere avanti, proiettandosi sempre di più in un universo che ha nel calcio le sue fondamenta e le sue radici, ma vuole essere in grado di andare oltre.

LE NOSTRE

MASCHILE

- PRIMA SQUADRA
- UNDER 23
- UNDER 19
- UNDER 17
- UNDER 16
- UNDER 15
- UNDER 14
- UNDER 13
- UNDER 12
- UNDER 11
- UNDER 10
- UNDER 9
- UNDER 8
- UNDER 7



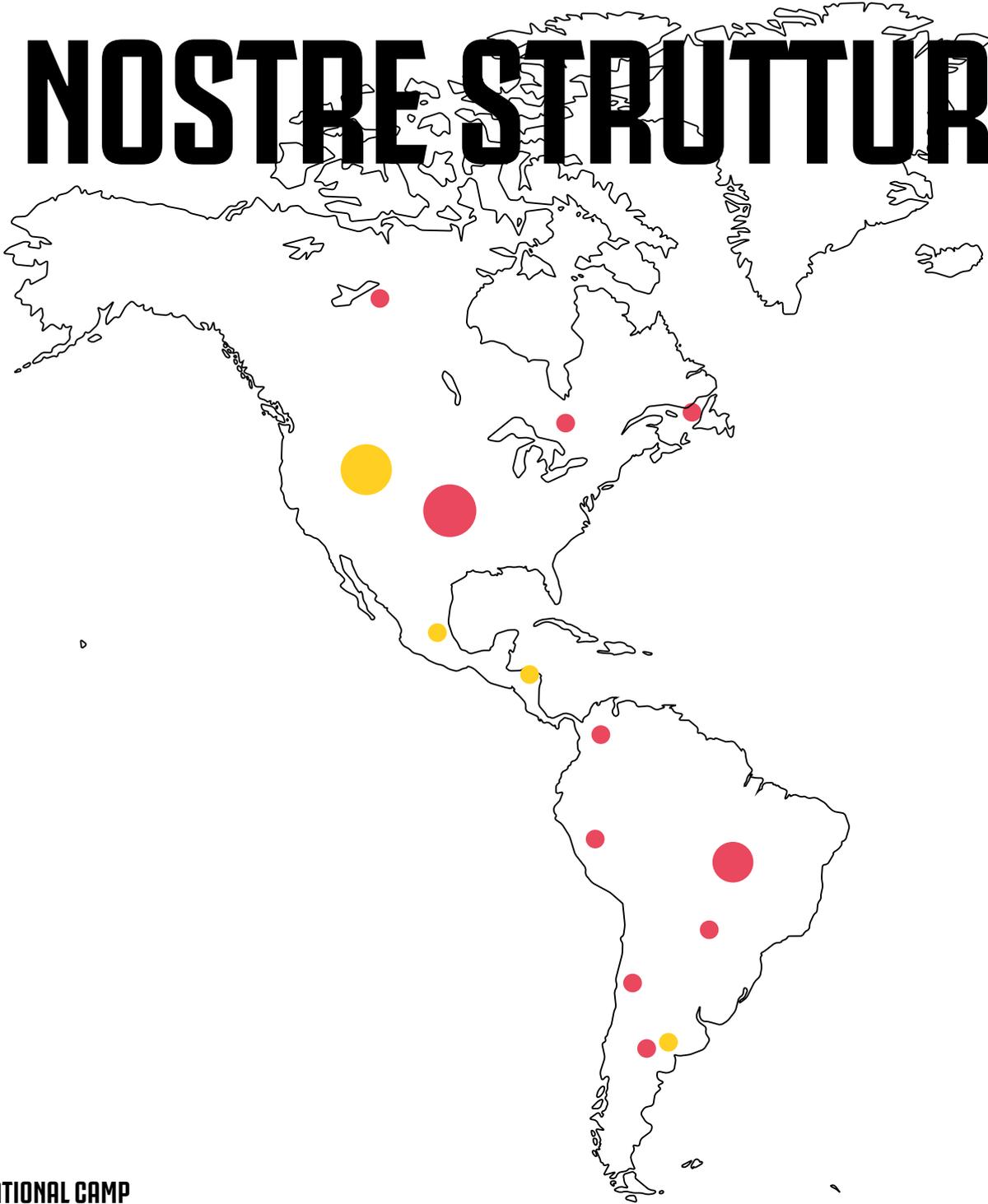
SQUADRE

FEMMINILE

- PRIMA SQUADRA
- UNDER 19
- UNDER 17
- UNDER 15
- UNDER 14
- UNDER 13
- UNDER 12
- UNDER 11
- UNDER 10



LE NOSTRE STRUTTURE



- INTERNATIONAL CAMP
- INTERNATIONAL ACADEMY

AMERICA

- Canada 1 1
- USA 4 8
- Brasile 3
- Colombia 1 1
- Argentina 1 1
- Cile 1
- Paraguay 2
- Peru 1
- Costa Rica 1
- Guatemala 1

ASIA

- Cina 2 5
- Uzbekistan 1
- Arabia Saudita 4
- UAE 3
- Bahrain 1
- Libano 1
- Oman 1
- Giappone 1
- Kuwait 1
- Vietnam 1

AFRICA

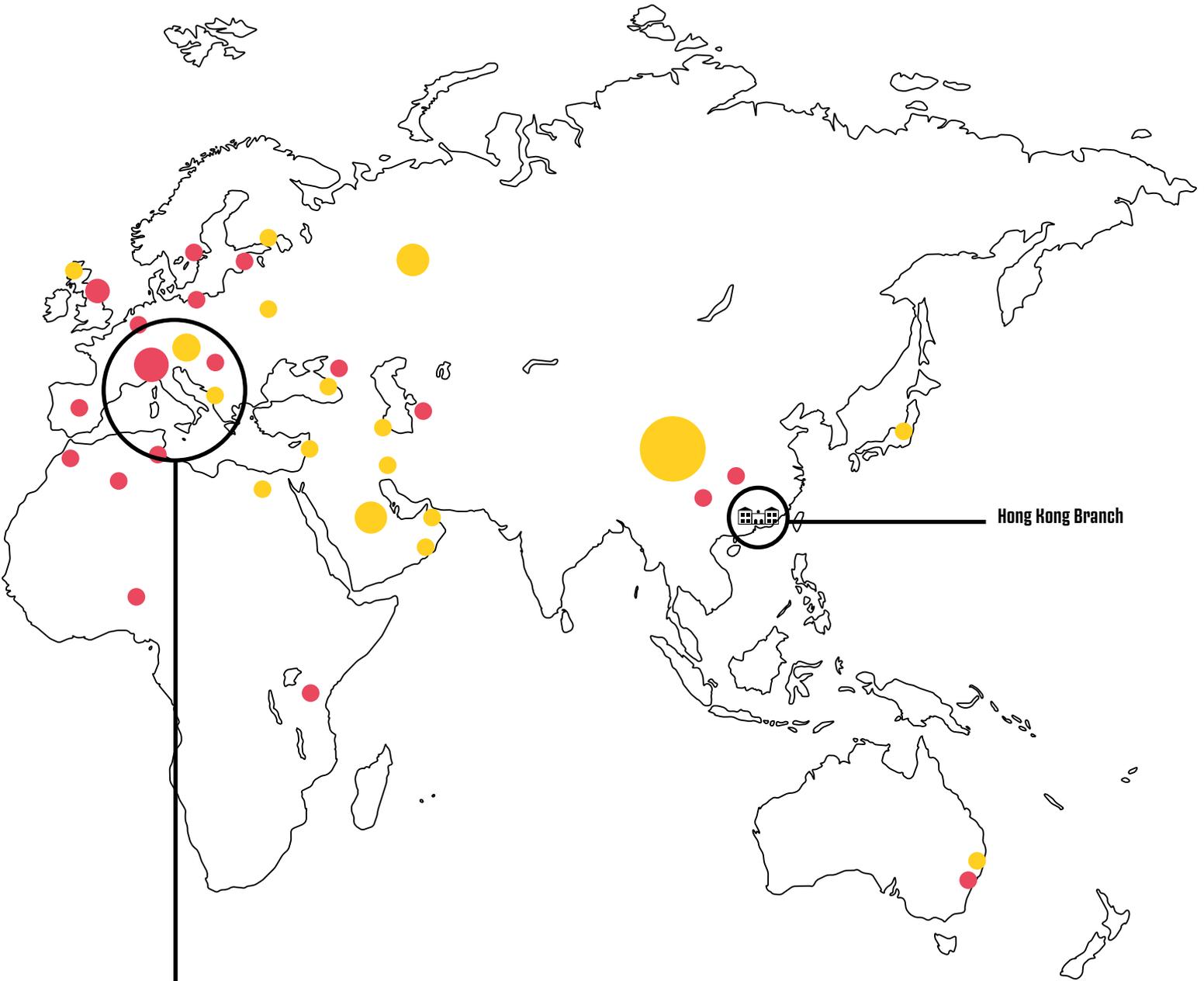
- Marocco 1 1
- Nigeria 1
- Tunisia 3 1
- Tanzania 1
- Algeria 1
- Egitto 1

OCEANIA

- Australia 1 2

EUROPA

- Ungheria 1 1
- Svizzera 1 10
- Slovacchia 1 1
- Francia 2 1
- Albania 1 1
- UK 4 1
- Grecia 1 1
- Belgio 1 3
- Svezia 1
- Georgia 1
- Olanda 2
- Romania 2
- Ungheria 2
- Lussemburgo 1
- Spagna 1 3
- Estonia 1
- Polonia 1 5
- Serbia 1
- Cipro 1
- Macedonia 1
- Russia 1 2



ITALIA



TORINO



Allianz Stadium
Juventus Megastore
Juventus Museum



Juventus Training Center
Continassa



Juventus Training Center
Vino



Juventus HQ



Juventus Store Torino Sud



Lingotto Store



Torino City Center Store

MILANO



Juventus Flagship Store

ROMA



Roma City Center Store

IL NOSTRO APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ

[102-46; 102-47;102-49; 103-1;103-2;103-3]

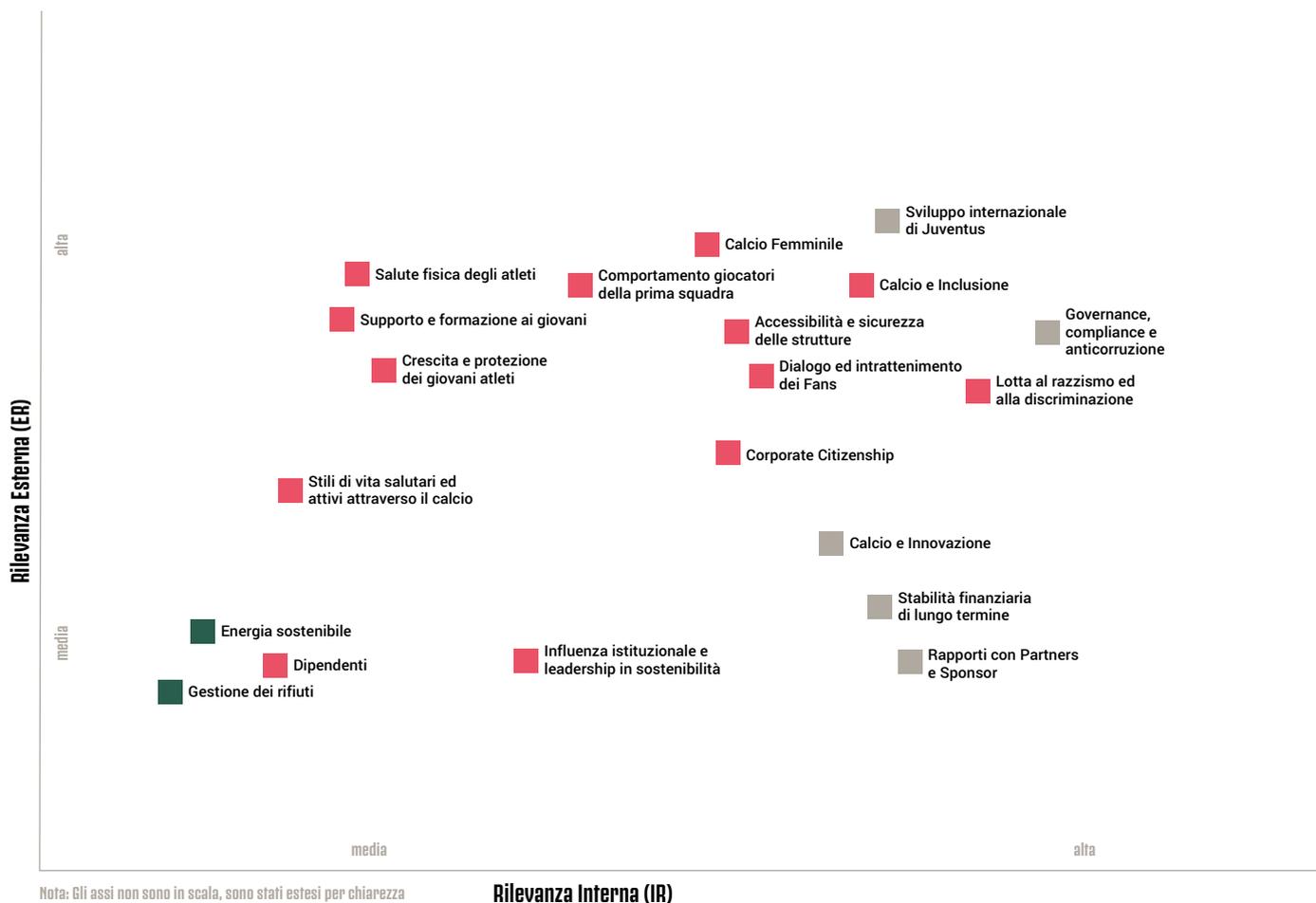
Juventus ha iniziato il proprio percorso di sostenibilità nel 2013, posizionandosi tra le prime società calcistiche al mondo ad approcciare in modo nuovo il proprio business, raccogliendo tutte le sfide legate a tale cambiamento.

Durante queste stagioni il Club, tramite la costituzione e il lavoro di un team interno dedicato, ha promosso numerose attività di engagement sul tema e ha definito un proprio modello che inquadra il business aziendale anche in termini di sostenibilità.

Riconoscendo nello sport e nel calcio una delle industry a maggior impatto sociale, come indicato nell'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, Juventus può e dovrà esercitare un ruolo importante per ridefinire le regole secondo

questo nuovo metodo e contribuire a guidare questo cambiamento.

A partire dalla stagione 2017/2018, l'impegno della Juventus è stato finalizzato a comprendere come il business del calcio possa effettivamente incidere sulle attuali sfide sociali a livello globale. Questa analisi ha coinvolto l'intero Club e ha portato all'aggiornamento della Materiality Matrix che, nel corso degli anni, avrà il duplice obiettivo di definire le future iniziative del Club e di creare un linguaggio comune e condiviso sul tema.



■ Economico ■ Ambientale ■ Sociale

Il calcio, attraverso i propri valori, può facilitare e contribuire ad un maggiore impatto sociale soprattutto nelle giovani generazioni. Juventus riconosce il proprio ruolo nella società e avvalendosi di una componente

sociale essenziale, quale rappresentata dallo sport, contribuisce attivamente, - nel quadro proposto dalle Nazioni Unite - al raggiungimento dei seguenti Sustainable Development Goals:



DIALOGO CON I NOSTRI STAKEHOLDER

[102-40;102-42;102-43;102-44]

Ogni anno, nelle sue attività di business quotidiane, Juventus promuove un elevato numero di attività di dialogo ed engagement con i propri stakeholder, dagli incontri di formazione per i propri giovani a quelli di aggiornamento per i tecnici, dagli eventi per i tifosi più fedeli a quelli per i business partner, dalle numerose attività di media relation a quelle per i dipendenti.

TRA LE NUMEROSE INIZIATIVE
EMERGONO LE SEGUENTI:

FAMIGLIE E ATLETI DEL SETTORE GIOVANILE

- 1 incontro di orientamento scolastico rivolto alle famiglie per presentare l'attività dello Juventus College

PARTECIPANTI ALLE JUVENTUS ACADEMY E SCUOLE CALCIO JUVENTUS

- 1 Juventus Academy Partners' Meeting: presenti i rappresentanti dei partner del Club, operativi con svariati progetti di Juventus Academy in oltre 25 diversi paesi nel Mondo
- 1 Juventus Academy World Cup
- 1 Juventus Future Cup dedicata a tutte le Scuole Calcio Juventus in Italia

AZIONISTI E FORNITORI DI CAPITALE

- 1 Assemblea degli Azionisti
- Incontri one-to-one

JUVENTUS MEMBER

Numero di Tifosi coinvolti

Attività match day: 468

Attività extra match day: 983

Attività giorno partita o match day:

- 1 giorno con la Juve (J1897 Member/Black&White Member): 190

Vip Hospitality Experience

- Attività dedicata ai J1897 member per vivere una giornata presso la Legends Club: 52
Bimbi in campo: 320
Junior Photographer: 16

Attività extra match day:

- Villar Perosa (J1897, B&W, Junior): 3
Summer Tour: 52 (J1897, B&W, Junior)
- Foto Squadra 18/19 maschile (J1897, B&W, Junior): 4
- Giornata mondiale contro il razzismo (Junior Member): 90
- Allenamenti a porte aperte (J1897, B&W, Junior): 45
- Junior Reporter (Cuadrado): 22
- Junior Christmas (Junior Member): 100
- Cena aziendale Natale 2018 (J1897 Member): 2
- Artissima Junior (Junior Member): 100
- 2 Fly to: trasferta a Madrid: 1
(Black&White); trasferta ad Amsterdam: 1 (Black&White)
- J1897 Day: 250

JUVENTUS OFFICIAL FAN CLUB

Attività giorno partita o match day:

- Walk About (JOFC): 36

Attività extra match day:

- Terzo Tempo: 550
- Summer Tour: 180
- Allenamenti a porte aperte: 220
- Trasferta UCL: 9.098
- Foto Squadra 18/19 maschile: 4

GLI STAKEHOLDER DEL CLUB

- Atleti Prima Squadra
- Appassionati di calcio
- Agenti e procuratori dei giocatori
- Atleti Settore Giovanile
- Azionisti e fornitori di capitale
- Concorrenti (altri club, i loro tifosi e collaboratori)
- Famiglie degli atleti Juventus
- Fornitori e i loro dipendenti
- Iscritti alla Scuola Calcio Juventus e alle Juventus Academy
- Istituzioni scolastiche e universitarie
- Istituzioni sportive
- Media
- Pubblica Amministrazione e forze dell'ordine
- Pubblico generico
- Sponsor e partner commerciali
- Staff (tecnico sportivo, medico, etc.)
- Territorio, organizzazioni internazionali e Associazioni
- Tifosi Juventus, abbonati, Member e spettatori
- Top Management, dipendenti e collaboratori (steward)

TERRITORIO E ORGANIZZAZIONI INTERNAZIONALI

- 2 EFDN meeting 'CSR in European Football' Conference'
- Partecipazione a eventi di external relations
- Attività di recruiting presso Università italiane
- Partecipazione al *iworkinSport* di Losanna
- Eventi allo Juventus Museum
- Iniziative in collaborazione con Save the Children

DIPENDENTI

- Cena di Natale Juventus
- 1 evento a fine stagione rivolto a tutti gli steward
- Iniziative e focus group di engagement interno

PUBBLICA AMMINISTRAZIONE E FORZE DELL'ORDINE

- 30 incontri del Gruppo Operativo Sicurezza (ogni partita giocata in casa)
- Continuo dialogo con la Pubblica Amministrazione e con la Prefettura

ISTITUZIONI SPORTIVE

- Assemblee di Lega
- 1 Assemblea Straordinaria ECA
- 2 Executive Board ECA
- 2 Assemblee Generali ECA
- 3 Executive Board UEFA
- Presenza in due Committees & Expert Panels (Women's Football e Legal Advisory) e in due Working Groups (Competitions e Youth) di ECA

IL NOSTRO RUOLO NEL MONDO DELLO SPORT

[102-13]

Il calcio è lo sport con il più elevato numero di fan al mondo: 3.5 miliardi¹. La sua popolarità ha molteplici ragioni, tra cui la pratica diffusa, amatoriale ed agonistica. Storicamente, tra gli elementi che hanno

favorito questa diffusione vi è l'assenza di rilevanti barriere all'ingresso (fisiche, economiche e logistiche, ad esempio) che caratterizzano molti altri sport.

(1) FIFA website

(2) Deloitte Annual Review of Football Finance 2019

(3) Report Calcio 2019

(4) I dati riportati in questa pagina non tengono in considerazione i ricavi generati dalla vendita dei diritti alle prestazioni pluriennali dei calciatori.

La pratica agonistica del calcio è organizzata su scala planetaria dalla FIFA (Fédération Internationale de Football Association – composta da 211 federazioni), che è riconosciuta dal CIO (Comitato Olimpico Internazionale) quale massimo ente di governo del calcio mondiale. In ragione dell'estrema popolarità del calcio a ogni latitudine, FIFA ha delegato alcuni suoi poteri a confederazioni continentali. La confederazione europea è l'UEFA (Union of European Football Associations - composta da 55 federazioni), che organizza, tra l'altro, le competizioni europee per club, di cui la UEFA Champions League costituisce l'apice.

A livello dei singoli Stati, poi, il calcio, come le altre discipline sportive, fa capo a un'associazione nazionale, che in Italia è la FIGC (Federazione Italiana Giuoco Calcio), affiliata al CONI (Comitato Olimpico Nazionale Italiano), a sua volta emanazione domestica del movimento olimpico che fa capo al CIO.

La FIGC è membro di FIFA e di UEFA e organizza la pratica calcistica nazionale su livelli competitivi crescenti, sempre in ragione dell'elevato numero di praticanti. Questi livelli danno vita a una struttura piramidale, sostanzialmente divisa in due tronconi: alla base vi è la pratica amatoriale mentre la sezione al vertice comprende il calcio professionistico. È stata la FIGC stessa, in ossequio alla normativa vigente, a stabilire questa separazione e a prevedere la forma professionistica per il calcio nazionale di alto livello.

La piramide delle competizioni non è statica: le competizioni ai vari livelli sono interconnesse tramite meccanismi di promozione e retrocessione

che, da un lato, consentono l'accesso ai livelli competitivi superiori e, dall'altro, impongono la discesa a un livello inferiore. Questa dinamica è pressoché interamente basata sul cosiddetto merito sportivo, ovvero sulla performance agonistica "sul campo".

A ogni livello, l'unità organizzativa fondamentale dell'attività sportiva, e quindi anche calcistica, è la società sportiva, detta anche informalmente club, che assembla e gestisce le risorse necessarie affinché la pratica delle varie discipline possa concretamente avere luogo.

Per una migliore organizzazione delle competizioni, la FIGC promuove e riconosce l'organizzazione dei club in forma associativa. Pertanto, ad ogni livello della piramide corrisponde una lega di riferimento. Alla base troviamo la LND (Lega Nazionale Dilettanti) mentre il settore professionistico si articola in tre livelli: al vertice vi è la Lega Serie A, che gestisce le principali competizioni calcistiche nazionali per club (in particolare, il Campionato di Serie A), seguita dalla Lega Serie B e dalla Lega Pro.

Questa articolazione organizzativa dell'attività calcistica non è tipica soltanto dell'Italia ma, con diversi gradi di complessità in base al numero di praticanti e alle dimensioni del Paese, si ritrova pressoché identica negli altri Stati europei membri di UEFA. Sin dalla propria costituzione, intervenuta agli inizi degli anni 50 dello scorso secolo, UEFA ha promosso e gestito le già citate competizioni europee per club, articolate secondo livelli di competitività crescente, coinvolgendo le società associate a leghe nazionali di pari competitività. Negli ultimi decenni, le competizioni europee per

JUVENTUS GOALS





MANIFESTO DI JUVENTUS GOALS

IL GOAL RAPPRESENTA DA SEMPRE IL PUNTO DA CUI RIPARTIRE PER PORSI NUOVE SFIDE, PER EVOLVERE E MIGLIORARE, MAI IL FINE ULTIMO.

In questi anni attraverso il calcio e le sue progettualità, Juventus ha voluto comunicare un sistema valoriale capace di arrivare a tutti i suoi stakeholder con la possibilità di distinguersi su scala mondiale.

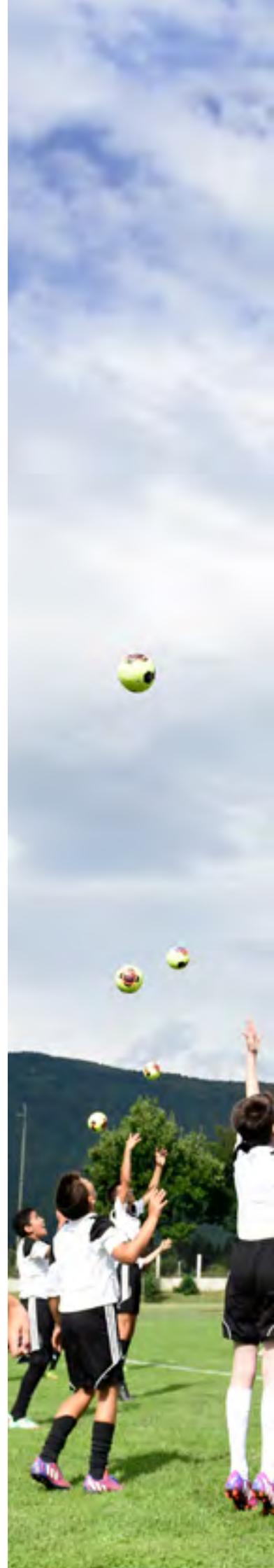
Il Goal quindi è il risultato del lavoro di squadra, passaggio fondamentale per raggiungere qualcosa di più grande.

In campo e non solo. Lo spirito di Juventus è guardare avanti, vivere avanti. Il mondo oggi ci chiede di metterci in gioco su un nuovo territorio, quello della capacità di avere un impatto. Non solo sul campo dove abbiamo costruito la nostra Storia, ma anche nei contesti che ci circondano, facendo leva sui valori dello Sport per contribuire concretamente ad evolvere la Società e le nuove generazioni.

Juventus vuole ricoprire questo ruolo in prima persona. Così da migliorare non solo se stessa ma anche la propria comunità a livello globale. Attraverso Juventus Goals vogliamo includere tutti i colori che risiedono tra il bianco e il nero.

Crediamo che come football company possiamo generare un forte impatto soprattutto nella sfera sociale.

Juventus Goals, attraverso il calcio, vuole trasmettere e condividere i valori del rispetto, della condivisione e dell'inclusione delle diversità.







Attraverso Juventus Goals il Club si impegna a sostenere la diffusione di attività su tre pilastri che rappresentano le aree di maggior impatto sociale per una football company: il gioco, l'educazione e l'inclusione delle diversità.









GIOCA CON ME

Il progetto di inclusione sociale dedicato a bambine e bambini che vivono in contesti delicati a cui viene riservato un momento attento sia al gioco sia all'educazione.

Il calcio, nella sua dimensione più semplice e genuina, è prima di tutto un fenomeno sociale basato sul gioco. Per tale ragione trova la sua prima espressione nei bambini. Gioca con Me ideato da Juventus nel 2012, è il progetto ludico educativo che mira a facilitare l'accesso al gioco del calcio a coloro che si vedono negare tale possibilità poiché appartenenti a contesti economico-sociali deboli o delicati. Inoltre questo progetto si impegna a promuovere, tra le bambine e i bambini coinvolti, uno stile di vita sano e attivo tramite lo svolgimento di una regolare attività fisica.

Alla base vi è il principio che lo sport è un diritto di tutti e che il calcio è uno dei veicoli più efficaci per imparare le regole, uscire dall'isolamento e socializzare, per promuovere i principi di fratellanza, rispetto, lealtà sportiva e fair play.

Gioca con Me si è dimostrato essere un percorso concreto intrapreso da Juventus per sensibilizzare su tematiche attuali come l'integrazione e realizzare iniziative volte all'aggregazione e al rispetto.

L'esclusione di ogni forma di discriminazione permette a Gioca con Me di calarsi perfettamente in qualsiasi contesto sociale/necessità si presenti e, di conseguenza, a Juventus di offrire a quanti più bambine e bambini possibile l'opportunità di giocare e divertirsi in un contesto calcistico reale, inclusivo ma non agonistico.

Gli elementi imprescindibili del progetto infatti sono: un contesto sicuro in cui svolgere l'attività, un campo da calcio, kit sportivo a marchio Juventus, materiale didattico e soprattutto partecipanti e staff tecnico formato dal Club.

UN SOLO PROGETTO - MOLTEPLICI OPPORTUNITÀ:

Gioca con Me nasce nel 2012/2013 nelle scuole calcio bianconere come opportunità di integrazione e crescita per bambine e bambini a rischio di emarginazione sociale e per aiutare le famiglie a sostenere i costi di partecipazione a un'attività sportiva.

Gli ottimi risultati riscontrati fin da subito hanno spinto il club ad allargare gli orizzonti del progetto. Dalla stagione 2016/2017, infatti, il programma "playtime" è stato attivato anche presso le Juventus Academy oltreconfine, coinvolgendo partner e famiglie in una visione comune di opposizione a ogni forma di discriminazione.

Dalla stagione 2018/2019 Juventus ha portato Gioca con Me anche fuori dalle proprie strutture. Sono stati attivati, in collaborazione con associazioni e partner che si occupano di minori in difficoltà, dei progetti pilota sia a carattere nazionale che internazionale.

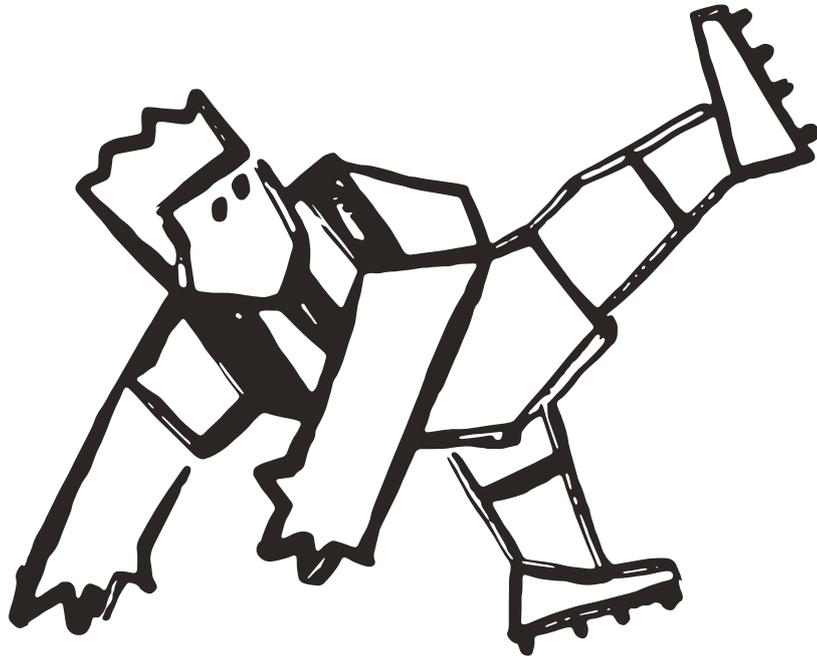
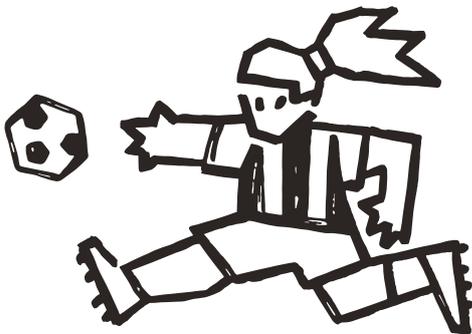
Inoltre, nell'ambito del progetto Juventus for Special, è stato attivato un progetto Gioca con Me anche per bambine e bambini affetti da disabilità cognitivo relazionale, disturbi dello spettro autistico e difficoltà relazionali per promuovere l'inclusione sociale di ragazzi/e affetti da disabilità, che attraverso il divertimento e il confronto con sé stessi e con gli altri hanno migliorato la capacità di interazione e la propria qualità di vita.

FAIR PEOPLE

La proposta educativa sviluppata per le scuole e dedicata al tema del rispetto.

Il rispetto è un gioco di squadra. È su questo principio che si fonda **Fair People**, il primo progetto edutainment sviluppato nell'ambito di Juventus Goals per alunne, alunni, insegnanti e famiglie. Per la prima volta Juventus entra nelle aule delle scuole primarie di Torino e provincia con un'iniziativa libera che mira a condividere il **valore del rispetto** e a educare una **nuova generazione di Fair People**. Fair People sono persone che vogliono vivere, nella vita come in campo, **con rispetto per sé, per gli altri e per il mondo**. La proposta educativa, che si inserisce nella normale programmazione didattica fornendo degli spunti per implementare il programma ministeriale, esplora 5 valori guida: **rispetto, impegno, lealtà, uguaglianza, gioco di squadra**. La prima edizione ha coinvolto **500 classi** e più di **10.000 studenti**. Il percorso, durato un intero anno scolastico, si è avvalso del gioco quale principale mezzo per l'apprendimento, permettendo di integrare diverse attività multidisciplinari per far vivere

ai bambini e alle bambine delle vere e proprie esperienze educative **in classe e a casa**. Gli studenti, infatti, hanno potuto riflettere sul tema del rispetto, **l'inclusione, la lealtà, l'empatia** e il valore della **diversità**, coinvolgendo in un vero e proprio gioco di squadra docenti e famiglie. Al termine del percorso, ogni classe ha creato un motto a tema – il Motto Fair People – e una palla del rispetto come **testimonianza e promemoria dei valori scoperti** insieme. e delle parole che orbitano attorno al tema del rispetto. Fair People è anche un'iniziativa libera che premia concretamente l'impegno delle scuole e delle classi partecipanti. Premiate con un'ulteriore esperienza educativa presso lo Juventus Museum. Il 23 maggio 2019 un centinaio di alunne e alunni hanno animato il museo insieme ai loro insegnanti durante laboratorio a loro dedicato che ha consentito di creare e dare vita al muro del rispetto.



Le prime 500 classi aderenti al progetto sono state dotate di un Kit di Fair People. All'interno studenti e professori hanno potuto trovare una guida docenti con obiettivi, moduli educativi e le indicazioni per partecipare; 28 adesivi Fair People e 28 braccialetti in sette colori diversi da condividere con la classe; 28 guide per le famiglie utili a coinvolgere i genitori durante le attività a casa; un poster per la classe su cui fissare obiettivi e attività e un pallone gonfiabile su cui sono state scritte tutte le parole legate al tema del rispetto emerse durante l'anno scolastico.



JUVENTUS
GOALS
FOR EDUCATION

FAIR PEOPLE



JUVENTUS
GOALS
FOR EDUCATION

FAIR PEOPLE

Il rispetto è un gioco di squadra

UN PROGETTO CHE EDUCA AL RISPETTO

Fair People è una proposta educativa con cui, per la prima volta, Juventus si presenta nelle scuole impegnandosi a condividere i propri valori con le bambine, i bambini, gli insegnanti e le famiglie delle scuole primarie di Torino e provincia.

Il tema principale dell'iniziativa è il rispetto che è stato affrontato in classe attraverso attività multidisciplinari per far vivere ai bambini e alle bambine delle vere e proprie esperienze educative.

Fair People è un modo giocoso, attivo e divertente per crescere nel rispetto reciproco, lavorando sulle proprie emozioni, il riconoscimento della diversità e dei ruoli.

LA PALLA DEL RISPETTO E IL MOTTO FAIR PEOPLE

Fair People non è solo una proposta educativa, ma anche un'iniziativa libera che premia le scuole e le classi partecipanti. Al termine del percorso, infatti ogni classe ha creato un motto a tema - il Motto Fair People - e una palla del rispetto come testimonianza e promemoria dei valori scoperti insieme.

Il motto racchiuso in 40 caratteri e la palla del rispetto proporzionano in modo giocoso il punto di vista di ogni classe sui temi trattati e cosa abbia significato per loro parlare di rispetto.

Qui accanto sono esposti i 3 palloni del rispetto e i Motti Fair People più votati tra gli elaborati creati dalle classi partecipanti.

Per saperne di più visita
www.fairpeople.it

APRI AL MONDO.
CHIUDI AL RAZZISMO

UN CALCIO AL RAZZISMO

Il progetto che promuove una cultura di inclusione e rispetto e premia le azioni concrete che mirano a escludere ogni forma di discriminazione.

Juventus è contraria a ogni forma di discriminazione sociale e territoriale, razzismo, xenofobia e violenza, come riportato nel proprio Codice Etico. Una lotta che vede Juventus in prima fila con gesti concreti che coinvolgono anche le comunità locali.

Il razzismo è una piaga sociale che va affrontata prendendo una posizione forte contro ogni forma o tentativo di discriminazione e promuovendo la diffusione di una cultura orientata all'inclusione e all'uguaglianza.

Juventus crede nell'importanza di questo impegno. Per tale motivo, nell'ambito di Juventus Goals rientra un programma

con una sua progettualità dedicata per proporre azioni e attività volte a favorire l'integrazione, a sostenere l'educazione al rispetto in ogni ambito e a riflettere concretamente su tutte le sfaccettature che il razzismo può assumere.

In questi anni le attività proposte all'interno del programma educativo dedicato al razzismo ha fatto emergere la necessità di rendere le giovani generazioni più consapevoli e responsabili del linguaggio adottato e delle conseguenze di atteggiamenti discriminatori e negativi. Solo attraverso un'azione culturale diffusa che parte dalle nuove generazioni si potranno costruire nuovi messaggi positivi.

UN CALCIO AL RAZZISMO 2018/2019

Le iniziative premiate nella stagione 2018/2019 da Juventus e dal Centro per l'UNESCO di Torino sono state le seguenti:

Bando rivolto alle Associazioni della Regione Piemonte

Progetto "Gara oltre il confine" dell'Associazione Comenio: una proposta di integrazione basata sull'organizzazione di attività sportive - basket, calcetto, pallavolo, uscite sul territorio piemontese - destinate a 300 bambini e giovani tra i 6 e i 25 anni, italiani e stranieri, e 15 minori non accompagnati. Il progetto coinvolge indirettamente 100 famiglie italiane e straniere, di cui 60 in situazione di indigenza.

Bando rivolto alle associazioni di tutto il territorio nazionale

Progetto "No Border League - La periferia resiliente" dell'Associazione Altropallone ASD Onlus. L'idea prevede la realizzazione del primo campionato di calcio popolare femminile delle periferie di Milano, lo sport si pone come pratica inclusiva e, allo stesso tempo, metodologia educativa non formale per giovani e giovanissimi residenti nelle aree più vulnerabili del capoluogo lombardo.

A partire dalla stagione 2019/2020, "Un Calcio al Razzismo" farà il suo esordio in aula, coinvolgendo le scuole secondarie di primo grado in un percorso educativo fondamentale per costruire una società fondata sul rispetto e l'uguaglianza.

Per maggiori informazioni, visita www.uncalcioalrazzismo.it

JUVENTUS FOR SPECIAL @SCHOOL

Gli atleti delle squadre Juventus For Special incontrano gli studenti di tutte le età per attuare quella rivoluzione culturale in grado di superare i pregiudizi legati alla disabilità.

Juventus For Special è il progetto sportivo e di inclusione sociale dedicato a persone con disabilità cognitivo-relazionali.

Il messaggio che sta alla base di questo percorso è semplice quanto ambizioso: la disabilità non è un limite, bensì **una delle tante sfumature che caratterizza il genere umano**. Questo principio, restituisce alla persona con disabilità la sua dignità e la possibilità di esprimersi andando oltre quei limiti culturali e sociali da cui nascono forme di emarginazione e di esclusione.

Il progetto educativo **Juventus For Special @ School** ha coinvolto nell'anno scolastico 2018/2019 **oltre 2000 studenti** di qualsiasi ordine e grado -elementari, medie e superiori -in lezioni partecipate e articolate in due fasi.

La prima fase è **esperienziale** attraverso la riproduzione e simulazione in palestra

di tre diverse tipologie di disabilità. Questa attività ideata e coordinata dagli atleti delle squadre Special si pone l'obiettivo di far provare direttamente ai ragazzi le sensazioni che un atleta con disabilità prova giocando a calcio.

La seconda fase invece è di **confronto** tramite un percorso fatto di testimonianze e racconti degli atleti e dello staff di Juventus for Special e ha l'obiettivo di condividere e normalizzare la loro esperienza scardinando i pregiudizi legati alla disabilità.

Ogni incontro, si conclude con una raccolta di **riflessioni sull'esperienza** appena vissuta, delle quali sovente emerge una presa di coscienza del proprio sguardo stigmatizzante e di come concetti pre-costruiti limitino l'inclusione di amici, compagni e persone con disabilità, qualunque essa sia.







HACKABILITY @ JUVENTUS

Il primo passo di un percorso ambizioso legato al tema della disabilità. Nell'ottica di una maggiore inclusione e per un ascolto più attento alle esigenze dei propri tifosi, Juventus per la prima volta coinvolge le persone con disabilità in un progetto che mira a individuare soluzioni utili per migliorare l'esperienza bianconera.

Juventus conta milioni di appassionati in tutto il mondo e si impegna affinché ognuno di loro possa vivere la migliore esperienza possibile.

Per Juventus è fondamentale che a chiunque sia garantita l'opportunità di fruire nel modo migliore degli spazi e delle esperienze bianconere.

All'interno di questa cornice la Società ha dato vita al Hackability @ Juventus, l'iniziativa volta all'inclusione dei tifosi ed appassionati con disabilità che vogliono avvicinarsi al mondo Juventus.

Si tratta di una proposta di co-progettazione che consente di rispondere alle esigenze reali di tifosi e appassionati con disabilità attraverso l'elaborazione di proposte studiate e realizzate ad hoc da un team composto da professionisti provenienti da diversi settori e dalle stesse persone con disabilità.

Nella prima fase di warm-up sono state definiti esigenze e obiettivi da Juventus e Hackability. In seguito sono state aperte le due call: una call for needs, che ha permesso di individuare le persone disabili, e una call for skills, aperta a designer, maker, artigiani, docenti e professionisti operanti in diversi settori. Ogni candidatura è stata valutata in base agli obiettivi.

Sono stati costituiti 5 tavoli di co-progettazione, ognuno composto da circa 10 partecipanti tra cui tifosi con disabilità, professionisti di età e competenze differenti e un tutor incaricato di tenere le redini dei progetti.

La prima fase del progetto Hackability @ Juventus si è conclusa nell'estate 2019 e segna il primo fondamentale passo di un grande impegno che vedrà Juventus protagonista nella definizione di un modello pluriennale basato sempre di più sulle esigenze di tifosi e appassionati.

HACKABILITY, LA NON-PROFIT TORINESE CHE APPLICA LA PROGETTAZIONE ALLA DISABILITÀ

Hackability è una realtà non-profit torinese nata nel 2016 con lo scopo di realizzare soluzioni nuove e personalizzate per l'autonomia e la cura mettendo in contatto le esigenze delle persone con disabilità con le competenze di designer, maker e artigiani. Il nome Hackability nasce dalla crasi tra Hackaton e Disability per suggellare il legame tra i bisogni delle persone con disabilità e le competenze messe a disposizione dai professionisti.





JUVENTUS AL TEDX "GAME OVER / LEARN OVER"

Il 30 settembre 2018 presso la WINS, Gianluca Pessotto ha rappresentato il Club in qualità di speaker al TEDxTorinoSalon sviluppato intorno al tema della capacità di sapersi rialzare nei momenti di fallimento. La presenza di Juventus ha confermato la forte volontà del club di valorizzare una serie di iniziative rivolte all'educazione, alla formazione e alla crescita, non solo all'interno del rettangolo di gioco.



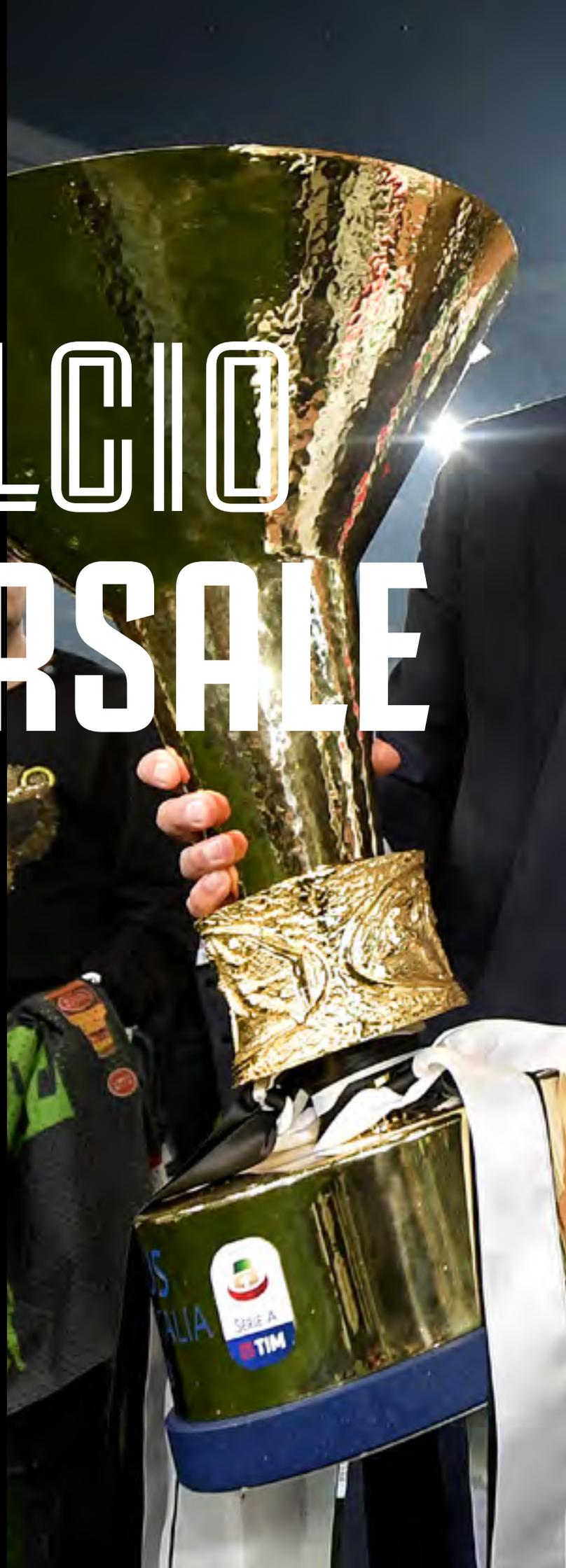
GIANLUCA PESSOTTO Vincere, perdere,
educare
allo sport.

GAME OVER LEARN OVER

TorinoSalon

EDX TorinoSalon

VERSO UN CALCIO UNIVERSALE





JUVENTUS WOMEN





Campione d'Italia per il secondo anno consecutivo, la Juventus Women gioca una partita fondamentale anche fuori dal campo: quella contro il pregiudizio.

#Here2Stay è l'hashtag scelto per celebrare una doppia conferma. In campo, con uno storico double stagionale grazie alla vittoria del secondo Scudetto consecutivo e della Coppa Italia. Fuori dal campo, dove Juventus ricopre un ruolo fondamentale nella crescita del movimento calcistico femminile.

L'avversario più difficile da battere è il pregiudizio che vede ancora il calcio come uno sport esclusivamente maschile. La presenza della **Juventus Women** nella massima serie aggiunge **credibilità** a tutto il movimento.

La presenza di Juventus nel mondo del calcio femminile coincide con una maggiore visibilità del movimento stesso. Il marchio Juventus e la sua grande esposizione hanno portato questo sport a un nuovo livello, anche mediatico, consentendo a un pubblico sempre più crescente di conoscere e venire a contatto anche con questa ambiziosa dimensione calcistica.

La **spettacolarità** del calcio femminile e il rimando di emozioni che esso può trasmettere hanno scandito uno degli eventi che rimarrà tra i più importanti nella storia del movimento italiano: la *Première* del 24 marzo in occasione dello scontro ai vertici tra Juventus Women e Fiorentina Women's. Per la prima volta in assoluto le porte dell'**Allianz Stadium** si sono aperte per far giocare le squadre della femminile, registrando anche il record di affluenza con oltre **39.000 spettatori** (quasi triplicato il record precedente siglato in occasione di Bardolino Verona-Francoforte del 2008).

Tutto questo gioca a favore di un **aspetto culturale** che modifica la percezione del calcio femminile e scardina i pregiudizi a esso legati. In qualità di Campionesse d'Italia e vincitrici della Coppa Italia, le ragazze della Juventus Women rappresentano la massima espressione del movimento calcistico femminile italiano che fonda la propria identità su valori nobili quali lealtà, fairplay, passione, solidarietà, sostegno, umiltà e sacrificio.

Campionesse in campo, ma anche fuori. Tra gli appuntamenti di carattere sociale a cui le ragazze della Juventus Women hanno preso parte in questa stagione spicca la visita ai bambini in cura presso il reparto di oncematologia pediatrica dell'ospedale infantile Regina Margherita di Torino e ospitati insieme alle loro famiglie presso Casa UGI.

Una selezione delle nostre atlete, accompagnate dalla coach Rita Guarino, ha regalato un pomeriggio indimenticabile ai piccoli ospiti della struttura tra autografi, fotografie e sorrisi.





IL SETTORE GIOVANILE







Il Settore Giovanile Juventus, composto da ragazze e ragazzi tra i 6 e i 18 anni, nella stagione 2018/2019 ha visto scendere in totale in campo ventitrè squadre maschili e otto squadre femminili.

Per Juventus l'atleta, oltre a essere preparato fisicamente e psicologicamente ad affrontare le competizioni sportive, deve anche allenarsi quotidianamente nella vita per crescere come persona.

Esiste infatti un rapporto osmotico tra ciò che succede in campo e ciò che invece accade fuori.

In questa prospettiva di crescita personale e agonistica si colloca il

progetto dello Juventus College, nato nel 2012 per consentire ad atlete e atleti del Settore Giovanile bianconero di coniugare l'attività sportiva agonistica con il percorso formativo e scolastico.

L'introduzione della tecnologia attraverso l'uso di una piattaforma gratuita permette agli studenti e alle studentesse di seguire le lezioni e dialogare con il corpo docente nonostante i numerosi impegni calcistici fuori sede.

FREQUENZE JUVENTUS COLLEGE		
	Anno scolastico 2018/2019	Anno scolastico 2017/2018
PRIMA	31	34
SECONDA	39	28
TERZA	20	16
QUARTA	9	10
QUINTA	7	8
TOTALE ALLIEVI	106	96

Uno degli aspetti fondamentali da non tralasciare mai in un contesto agonistico è quello di scindere l'atleta dalla persona nella sua totalità. La situazione merita ancor più attenzione quando si ha a che fare con le ragazze e i ragazzi del settore giovanile.

Juventus si affida a un **network di professionisti** che, attraverso il progetto "Formazione Juventus" coinvolge tutte le figure chiave a contatto coi ragazzi, tutela i giovani **rispettandone tutte le dimensioni della persona** e offrendo loro risorse psicologiche utili, in campo come nella vita di tutti i giorni.

Ogni anno viene approfondita una delle **10 Life Skills definite dall'OMS**, così da offrire un percorso valido sia per i giovani che vivono il mondo Juventus solo per una stagione sportiva, sia per chi segue tutta la trafila delle giovanili. Nella stagione 2018/2019 il tema trattato è stato **"autoefficacia e ottimismo"**.

Gli argomenti vengono declinati in base alle diverse età che compongono la rosa del settore giovanile maschile e femminile del Club. Con i più piccoli i temi centrali riguardano la **socializzazione**

e la gestione delle proprie emozioni in un contesto di gruppo. Con i ragazzi delle medie si approfondiscono i **rischi per il benessere**, come le dipendenze, e l'**interpretazione della società**. Nella fascia di età adolescenziale si lavora sensibilizzando ragazze e ragazzi su quelli che possono essere i principali rischi in cui possono incorrere a quell'età, ad esempio su come incide il fumo sulla salute psicofisica di un giovane atleta.

A supporto del lavoro svolto dai professionisti dell'area psicosociale, sono presenti anche alcuni tutor che seguono quotidianamente i ragazzi dello Juventus College, fungendo così anche da tramite con le famiglie per coloro che provengono da fuori regione e supportando i ragazzi nel percorso di studi, nell'applicazione delle regole e nel rapporto con i professori e con le altre figure chiave della società.

Inoltre, in autonomia i ragazzi possono richiedere un incontro individuale con uno **psicologo della salute**, a completa disposizione dei ragazzi. Questa figura offre un supporto emotivo individuale, mirato alla tutela della salute psicosociale dei giovani atleti che ritengono di averne bisogno.

*Quest'anno sono state realizzate attività ad hoc su tematiche importanti come rapporto **dieta** e sport, dipendenza dal **tabagismo, gambling**, utilizzo consapevole dei **social** e rischi legati a truffe o raggiri.*

*In occasione della Giornata Internazionale contro le Discriminazioni Razziali, 21 marzo, è stato portato in aula il tema del razzismo attraverso l'iniziativa **"Razza Umana"**, attraverso attività riportanti i loro vissuti esperienziali ed emotivi i ragazzi sono stati coinvolti concretamente per riflettere sulle relazioni che vivono nel quotidiano (scuola, squadra, contesti amicali) e su come il razzismo si celi dietro diverse forme.*

JUVENTUS FOR SPECIAL

Un progetto di inclusione sociale per ragazzi con disabilità che supera i limiti del campo di calcio



La disabilità non è un limite, ma solo una delle caratteristiche della condizione umana. Su questo principio fondamentale si basa tutto il progetto di **Juventus for Special**, nato nell'ambito dei programmi di Juventus Goals, per favorire l'inclusione di persone con disabilità cognitivo relazionale attraverso la pratica sportiva.

In questo progetto il calcio gioca un ruolo fondamentale. I ragazzi che fanno parte dei gruppi squadra vivono in un contesto agonistico vero e proprio: dalla composizione dello staff tecnico, agli allenamenti, dalla gestione dello spogliatoio fino alla scelta della formazione per le partite. I giocatori sono **atleti a tutti gli effetti**, e come accade in tutte le squadre di calcio anche loro devono ottenere il

posto in squadra attraverso l'impegno, guadagnando la maglia da titolare grazie alle buone prestazioni in campo.

Un atteggiamento che premia anche sotto l'aspetto sociale. Il senso di appartenenza che si è sviluppato nei confronti di Juventus for Special rafforza la **consapevolezza e l'autostima** degli atleti. I ragazzi scendono in campo con la voglia di migliorare costantemente e di superare i propri limiti, sfoggiando con orgoglio una maglia prestigiosa come quella bianconera.

La scorsa stagione è stata quella dell'esordio per le maglie bianconere di Juventus for Special sui campi di "Quarta Categoria", il torneo di calcio a 7 dedicato esclusivamente ai ragazzi

con disabilità cognitive e relazionali. Il torneo, che prevede la suddivisione delle squadre in base al grado di disabilità nelle 3 categorie omogenee- Quarta, Quinta e Sesta, coinvolge a livello italiano oltre sessanta atleti suddivisi in quattro squadre.

Nella stagione 2018/2019 Juventus ha confermato il proprio impegno in tutte le categorie mettendo in campo oltre settanta persone tra staff e giocatori.

Juventus for Special è un progetto di inclusione che va ben oltre la componente sportiva. Infatti staff e giocatori sono altresì protagonisti di attività educative nelle scuole e nel territorio. Per approfondimenti, vai a pag.34.



FOOTBALL COMPANY

JUVENTUS
SINCE 1897



DIPENDENTI



Oltre alle squadre che Juventus mette in campo, c'è una squadra di professionisti che si impegna per promuovere la mission della Società anche fuori dal campo. Anche questa squadra si "allena" quotidianamente per raggiungere i propri risultati e supportare la business strategy. Juventus si prende cura delle proprie persone, investendo nello sviluppo

delle competenze, promuovendo politiche retributive in ottica di equità interna e competitività con il mercato internazionale di riferimento, offrendo benefit ed iniziative volte a conciliare vita e lavoro, nella volontà di costruire percorsi professionali solidi, strutturati e riconosciuti a livello internazionale nella nostra industry.



Sviluppo Organizzativo

[401-3;]

Il Club ha fortemente investito sulla propria organizzazione aziendale, ripensando completamente la propria struttura organizzativa, affinché la stessa possa rispondere in modo ottimale alle sfide dei piani di sviluppo del nostro business.

In particolare, sono state definite le aree organizzative Sport, Revenue e Services, a guida delle quali sono stati promossi tre managers interni, riconosciuti internamente ed a livello internazionale per le proprie competenze, professionalità e capacità.

Al tempo stesso, in un percorso che continuerà ad esprimersi sino alla prossima stagione sportiva, sono state

ridisegnate o costituite ex-novo le Direzioni delle aree sopra indicate.

A supporto delle figure che, attraverso tale revisione organizzativa, sono state promosse a ruoli di maggiore responsabilità e visibilità, sono stati definiti specifici percorsi di sviluppo, di executive coaching e di change management.

Nel corso della stagione 2018/2019, il Club ha perfezionato gli strumenti gestionali di cui si avvale per consentire alla strategia aziendale di attuarsi pienamente; di concepire, impostare e realizzare nuovi modi di lavorare caratterizzati da maggiore autonomia nella scelta degli spazi, orari e strumenti di lavoro, per stimolare maggiore responsabilizzazione sui risultati.

EMPLOYER BRANDING E ASSUNZIONI

Già dalle prime fasi del processo di selezione del personale, Juventus intende investire nella ricerca dei migliori talenti che rappresenteranno con professionalità e competenza la realtà del club.

In quest'ottica, l'assessment center si pone ad oggi come lo standard di riferimento per la valutazione dei profili, strutturato attraverso l'analisi di dinamiche di lavoro in team, test individuali sulla personalità, prove tecniche e colloqui one-to-one.

Le posizioni aperte sono pubblicate nella sezione "Lavora con noi" del sito aziendale, dove vengono presentati in modo chiaro i caratteri valoriali distintivi di Juventus. Le posizioni vengono inoltre presentate sulla pagina LinkedIn della Società, con il preciso obiettivo di individuare e contattare precisi target di riferimento, anche a livello internazionale.

In merito alle figure neoassunte, è priorità per la Società riuscire a introdurle velocemente ed efficacemente nelle dinamiche interfunzionali. Il programma di onboarding dei neoassunti prevede incontri individuali e in team con referenti aziendali, individuati di volta in volta con le singole Funzioni. Per conoscere la storia del Club ai neoassunti, viene data la possibilità di accedere a un tour dedicato all'interno del percorso Stadium and Museum Tour con

guide d'eccezione. Il percorso di onboarding viene tracciato come formazione della singola risorsa sul sistema gestionale, ed entra così di fatto nel CV formativo del dipendente, così come le ore dedicate alla formazione obbligatoria in ambito sicurezza dei lavoratori, privacy e Modello di Gestione, Organizzazione e Controllo.

Nel corso della Stagione 2018/2019, Juventus ha investito particolarmente nella ricerca di personale dell'area Retail, a supporto delle nuove aperture dei punti vendita di Roma e Milano.

Sono state incrementate le partnership con alcune Università e le occasioni di contatto diretto con neolaureati durante eventi organizzati ad hoc, nonché la collaborazione in occasione di project work accademici.

Sono inoltre proseguite le occasioni di incontro con gli studenti delle scuole secondarie superiori nell'ambito dell'iniziativa di Alternanza Scuola-Lavoro vissuta in sinergia con FCA. In sinergia con le attività di welfare dedicate ai figli dei dipendenti, è stata declinata per gli studenti delle classi quarta e quinta dello Juventus College l'iniziativa "Vivere Digitale", progetto europeo volto alla sensibilizzazione dei ragazzi su temi quali cybersecurity, innovazione e social network.

PIANO WELFARE

Per il terzo anno consecutivo, Juventus ha offerto un Piano Welfare per tutti i dipendenti (lavoratori subordinati) aventi diritto al Premio di Risultato legato al raggiungimento degli obiettivi di EBIT. La Società ha inoltre proseguito l'iniziativa Flexible Benefit per le categorie omogenee aventi diritto. Il Piano Welfare offre la possibilità ai dipendenti di scegliere tra diverse possibilità di allocazione del "budget di spesa disponibile" tra servizi rimborsuali (spese per educazione, mediche, assistenza e trasporti) e spese non rimborsuali (previdenza integrativa; acquisto di servizi di intrattenimento e benessere). Grazie alla collaborazione attiva dei dipendenti, la scelta dei servizi è stata nuovamente modulata in funzione delle esigenze espresse e delle opportunità anche sul territorio locale, in linea con l'attuale normativa. E' stata inoltre introdotta la gestione degli interessi passivi sui mutui come ulteriore opportunità di scelta. In ambito welfare sono state estese ed aggiornate convenzioni per i dipendenti

attivate con fornitori di servizi locali e partner di riferimento, sempre con l'obiettivo di agevolare e migliorare il work-life balance delle nostre persone. In quest'ottica e con l'obiettivo di sensibilizzare i dipendenti sulle tematiche relative alla previdenza integrativa in funzione delle evoluzioni normative, sono stati inoltre organizzati momenti di informazione sul tema con ulteriori occasioni di servizi agevolati in azienda.

Nell'ambito delle iniziative intraprese dalla Società volte al benessere organizzativo della popolazione aziendale rientra un **nuovo percorso** pensato per i dipendenti e partito nel mese di giugno 2019, che ha visto nell'**Engagement Survey** online il punto centrale. Attraverso la collaborazione diretta dei dipendenti il percorso, articolato in diverse tappe, con focus group e successivi workshop, vuole identificare le tematiche più significative, dare la possibilità di esprimere il proprio punto di vista, definire possibili e concreti piani di azione

RIPRESA DELL'ATTIVITÀ LAVORATIVA E TASSO DI RETENTION POST CONGEDO DI MATERNITÀ/ PATERNITÀ, PER GENERE [401-3]

Nelle due stagioni sportive di riferimento*, 25 dipendenti (16 donne e 9 uomini) hanno usufruito del congedo di maternità/paternità. Tutte le risorse risultano in forza al 30/06/2019, ad eccezione di 2 dipendenti (1 donna e 1 uomo), che hanno rassegnato le proprie dimissioni nel frattempo.

* Sono stati considerati gli eventi iniziati a partire dal 01/07/2017 fino al 30/06/2019. È stato considerato sia il congedo parentale obbligatorio che quello facoltativo. Gli eventi di maternità obbligatoria e congedo parentale avvenuti all'interno della stessa stagione sportiva sono stati conteggiati come eventi unici

iworkinSport

Il 24 maggio il Club ha partecipato all'evento iworkinSport di Losanna, dedicato alle organizzazioni internazionali del settore sport. Juventus si è presentata come entertainment company che sta fortemente puntando sull'internazionalizzazione. L'evento ha rappresentato l'occasione anche per incontrare e conoscere studenti, neolaureati e candidati con esperienza intenzionati a confrontarsi con il Club rispetto al proprio percorso professionale.

L'ONBOARDING DEL NUOVO FLAGSHIP STORE DI MILANO

Il 5 luglio 2019 è stato inaugurato il nuovo Flagship Store nel cuore di Milano, secondo punto vendita fuori Torino dopo quello di Roma aperto lo scorso anno. Le risorse che compongono il team del nuovo store sono state incluse nella formazione di onboarding, attraverso un percorso formativo di affiancamento che è iniziato con il tour dell'Allianz Stadium e Museum, proseguendo con incontri informativi specifici, che hanno spaziato dall'Health & Safety alle Policy di settore, ultimandosi con un periodo di affiancamento al Megastore di Torino.

ATTIVITÀ DEDICATE AI FIGLI DEI DIPENDENTI

La Società offre ai figli dei dipendenti la possibilità di accedere a titolo gratuito ad una settimana di soggiorno presso i Summer Camp bianconeri, attività ludico sportive organizzate nel periodo estivo. Ai figli dei dipendenti tra i 18 e i 22 anni, in collaborazione con FCA, è stata rivolta l'iniziativa "Vivere Digitale", progetto europeo dedicato alla sensibilizzazione nell'utilizzo delle tecnologie digitali, grazie al quale i ragazzi hanno avuto l'occasione di riflettere su un approccio metodologico/tecnico sul web e sui principali canali social, sulla presentazione della propria immagine e sui rischi/opportunità che ne derivano.

FORMAZIONE

[404-1]

La formazione è un'attività cardine per Juventus e per le sue risorse: anno dopo anno il Club rinnova la propria offerta, la modifica sulla base delle nuove esigenze e la calibra affinché porti la persona a essere più competente, a livello professionale e personale.

Nella stagione 2018/2019 la formazione è stata erogata anche grazie ad avvisi di Fondimpresa rivolti al personale da più di un anno

in azienda. La popolazione coinvolta ha vissuto un'esperienza di sviluppo di soft skills completamente nuova rispetto al passato che, attraverso un approccio trasversale, ha toccato temi quali public speaking, time management, sviluppo del pensiero laterale e comunicazione assertività.

Quest'anno è stato presentato un percorso di digital innovation che ha coperto a tappeto la popolazione

aziendale. È stata erogata una formazione che ha spaziato dai primi approcci ad Office 365 allo sviluppo di nuove competenze e metodologie richieste in ambito GDPR.

Sono proseguite le iniziative rivolte alla formazione dei dipendenti, come la formazione linguistica gratuita, delle competenze tecniche e della consapevolezza in ambito welfare sui temi assistenziali e previdenziali.

NUMERO DI ORE MEDIE DI FORMAZIONE PER CATEGORIA DI LAVORATORI

	2018/2019		2017/2018	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
DIRIGENTI	7,12	15	6,53	26,5
QUADRI	6,98	13,97	1,5	9,05
IMPIEGATI	16,46	15,50	8,87	8,81
OPERAI	10,36	1,75	-	-

PROPORZIONE ORGANICO COINVOLTO NELLA FORMAZIONE

STAGIONE	ORGANICO
2018/2019	88%
2017/2018	62%

SALUTE E SICUREZZA

[403-2]

Juventus ha adottato un Sistema di Gestione della Salute e Sicurezza (SGS), secondo lo standard internazionale OHSAS 18001:2007, ottenendo la certificazione in data 25 settembre 2009.

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 rilascia i rinnovi del certificato (ultima conferma della certificazione: 11 settembre 2018).

Juventus, attraverso la sua Politica per la Salute e Sicurezza sul lavoro, fornisce la corretta informazione e formazione del proprio personale in materia e garantisce la gestione, il controllo e il monitoraggio dei rischi identificati mediante l'adozione di adeguate misure

preventive e correttive.

In particolare, la Società garantisce una formazione specifica per il personale a tutti i livelli organizzativi. Al fine di sensibilizzare i lavoratori in materia di Salute e Sicurezza, Juventus è impegnata in una continua e costante attività di formazione/informazione sul tema attraverso differenti modalità di comunicazione (aula, e-learning, e-mail, video, newsletter).

	2018/2019	2017/2018
NUMERO DI INFORTUNI*	1	1
GIORNATE ** PERSE A CAUSA DI INFORTUNI	15	25

Nel calcolo degli infortunio sono stati inclusi anche quelli in itinere

* I dati sono forniti in valore assoluto, e non viene fornito il dato relativo al tasso di infortunio e tasso relativo ai "giorni persi". Tale scelta è stata effettuata in quanto, non essendo implementato un sistema di rilevazione presenze tramite badge, non è disponibile il dato puntuale in merito alle ore lavorate dalle risorse in forza nella Società.

** Per giornate si intendono giorni di calendario e non lavorativi



DATI

[102-7; 102-8; 405-1]

ORGANICO COMPLESSIVO		
	2018/2019	2017/2018
CALCIATORI PROFESSIONISTI	83	55
CALCIATORI NON PROFESSIONISTI	331	315
OSSERVATORI E COLLABORATORI VARI	54	60
STAFF TECNICO ¹	125	108
DIPENDENTI ² E SOMMINISTRATI	292*	262
TOTALE	885	800

¹ Staff tecnico: allenatori, massofisioterapisti, preparatori atletici, dirigenti sportivi.

² Dipendenti: dirigenti, quadri, impiegati, operai

* Il numero include il personale impiegato (n.1) della Branch di Hong Kong al 30/06/2019



DIPENDENTI E SOMMINISTRATI PER CATEGORIA PROFESSIONALE						
	2018/2019			2017/2018		
	<30	30-50	>50	<30	30-50	>50
DIRIGENTI - UOMINI	0	9	4	0	9	6
DIRIGENTI - DONNE	0	1	0	0	1	0
TOTALE DIRIGENTI	14			16		
QUADRI - UOMINI	0	17	4	1	15	5
QUADRI - DONNE	0	13	3	0	14	3
TOTALE QUADRI	37			38		
IMPIEGATI - UOMINI	34	60	9	30	53	9
IMPIEGATI - DONNE	32	61	12	25	51	9
TOTALE IMPIEGATI	198			177		
OPERAI - UOMINI	2	3	2	0	3	2
OPERAI - DONNE	0	1	1	0	1	1
TOTALE OPERAI	9			7		
TOTALE DIPENDENTI	58	165	35	56	147	35
	258			238		

DIPENDENTI PER TIPOLOGIE CONTRATTUALI				
STAGIONE	TEMPO DETERMINATO		TEMPO INDETERMINATO	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
2018/2019	19	11	125	103
2017/2018	10	14	123	91

DIPENDENTI PER TIPOLOGIA D'IMPIEGO				
STAGIONE	FULL TIME		PART TIME	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
2018/2019	141	105	3	9
2017/2018	130	96	3	9

RAPPORTO CON IL TERRITORIO E CURA DELL'AMBIENTE

[302-1; 306-2]

Juventus è consapevole del proprio ruolo sia nel mondo del calcio, in quanto Club, sia delle responsabilità e dell'influenza delle proprie azioni sull'ambiente in quanto azienda. Pertanto, cosciente di questa correlazione tra dimensione aziendale e territoriale ha la responsabilità di ridurre quanto più possibile il proprio impatto.

A seguito dell'analisi che ha coinvolto l'intero Club e ha portato all'aggiornamento della Materiality Matrix, le due priorità su cui il Club ha scelto di concentrare le proprie azioni e i relativi investimenti nei prossimi anni in questo ambito sono l'energia e la gestione dei rifiuti.

Per quanto riguarda l'energia, il Club dal 2015 si è dotato 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), il quale supporta Juventus nello sviluppo

dei progetti energetici come la diagnosi energetica ai sensi del Dlgs 102/2014 e nelle attività per l'implementazione di un percorso di Energy Management.

Dalle scorse stagioni, il Club sta portando avanti un percorso di sostituzione nell'intera area stadio dell'impianto di illuminazione con lampade a LED. Ciò permetterà una riduzione in percentuale dei consumi oltre che ad una futura riduzione di costi di manutenzione, sostituzione e smaltimento.

A livello di impiantistica, è proseguita l'innovativa sfida avviata la scorsa stagione



in collaborazione con il Politecnico di Torino. A 8 anni dalla sua inaugurazione, tra le sfide quotidiane per Juventus vi è la capacità di fare del suo stadio, la casa dei suoi sostenitori, una delle venue sempre moderne e all'avanguardia.

La rivoluzione tecnologica che sta investendo l'industria delle costruzioni rappresenta un'occasione unica per migliorare la qualità e l'efficienza del patrimonio immobiliare, sia di nuova costruzione che esistente.

A partire da queste necessità e considerazioni nasce la collaborazione con il Politecnico di Torino per avvalersi della metodologia BIM (Building Information Modelling), un approccio integrato di lavoro basato su un Gemello digitale 3D (Digital Twin) in grado di contenere tutte le informazioni (geometriche ed alfanumeriche) utili alla gestione dell'immobile stadio durante il suo ciclo di vita.

La complessità del progetto ha inoltre permesso di inserire nel proprio organico, a partire dal 1° Luglio 2019, la figura del BIM Specialist, che

pianificherà e coordinerà le attività dei fornitori e del Politecnico, in linea con la strategia e gli obiettivi previsti dalla Società.

Nel corso della stagione 2018/2019 è iniziata l'attività di modellazione 3D dello stadio con l'obiettivo di centralizzare in un'unica banca dati tutto il patrimonio informativo immobiliare a disposizione di Juventus e costituire la base anagrafica aggiornata all'attuale configurazione dello Stadio (As-Is).

Sempre nell'ambito della collaborazione con il Politecnico, sono stati costantemente aggiornati gli Standard BIM Juventus, che costituiranno in futuro le linee guida per il coordinamento dei prossimi progetti.

L'obiettivo previsto, per la stagione 2019/2020, è consolidare tali Standard, concludere il modello digitale dello stadio, trasferirne l'anagrafica sul software di gestione del Facility Management e rendere operativi, tra i diversi attori coinvolti, tutti i workflow manutentivi sulla nuova piattaforma.

PROGETTO LIFE TACKLE

Contribuire alla stesura delle “linee guida” per una gestione più efficace degli eventi sportivi. Da questa necessità è partito il progetto europeo Life TACKLE, le cui indicazioni saranno sperimentate in 10 stadi europei in occasione di Euro 2020.

Nell’ambito di questo progetto, l’azione congiunta tra Juventus e Scuola Superiore Sant’Anna di Pisa ha approfondito le pratiche ambientali utilizzate all’Allianz Stadium, considerato uno degli impianti più avanzati sotto quest’aspetto, con l’obiettivo di contribuire alla diffusione di buone pratiche di gestione ambientale degli eventi sportivi.

ENERGIA ACQUISTATA E CONSUMO DI METANO		
	Stagione 2018/2019	Stagione 2017/2018
Energia (in GJ)*		
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA SEDE ¹	1.245,52	1.244,37
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA JTC CONTINASSA	2.825,55	-
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA STORE ²	514,12	258,80
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA JTC VINOVO	5.352,74	6.113,79
ENERGIA ELETTRICA ACQUISTATA COMPLESSO STADIO ³	31.392,22	31.962,16
TELERISCALDAMENTO COMPLESSO STADIO ³	19.124,32	19.572,26
TELERISCALDAMENTO SEDE	1.511,47	1.685,19
TELERISCALDAMENTO JTC CONTINASSA	24.386,06	17.120,66
TELERAFFRESCAMENTO SEDE	1.111,97	1.020,64
TELERAFFRESCAMENTO JTC CONTINASSA	2.145,53	1.319,80
Energia (in GJ)*		
CONSUMO DI METANO JTC VINOVO	20.426,67	22.635,22

¹ Rispetto ai precedenti bilanci, dalla stagione 2017/2018 i dati fanno riferimento alla nuova sede in Via Druento 175

² Dalla stagione 2018/2019 i dati si riferiscono a tutti gli store: Torino (Garibaldi e Nizza) e Roma

³ Dalla stagione 2017/2018, la definizione “Complesso Stadio” comprende l’Allianz Stadium, le aree adiacenti lo stesso (parcheggi esterni), il JIMedical e Juventus IMuseum.

* Per la conversione dei valori di consumo da m³ a GJ sono stati utilizzati i fattori di conversione previsti dalla tabella dei parametri standard nazionali UNFCCC relativi agli anni di riferimento (per il 2019, è stato impiegato il fattore di conversione più recente disponibile al momento della redazione del Bilancio).



Per quanto riguarda la gestione dei rifiuti, l'isola ecologica dello stadio ha permesso una maggiore differenziazione del rifiuto. Dalla stagione 2017/2018 infatti nei compattatori dell'isola ecologica oltre a plastica, carta e cartone, grazie a un accordo con il Comune di Torino (che

ha fornito dei compattatori specifici) è stato possibile far rientrare nella raccolta urbana anche il legno.

Da questa stagione si è intrapreso un percorso per rendere uniforme l'approccio e la procedura della gestione del rifiuto su tutti i siti.

RIFIUTI SPECIALI		
	Stagione 2018/2019	Stagione 2017/2018
TOTALE (KG)	6.872	19.000
NON PERICOLOSI	6.700	18.518
PERICOLOSI*	172	482

* Il dato fa riferimento ai rifiuti sanitari totali dello stadio, del JTC Continassa e JTC Vinovo

RIFIUTI SUDDIVISI PER DESTINAZIONE		
	Stagione 2018/2019	Stagione 2017/2018
TOTALE (KG)	6.872	19.000
SMALTIMENTO	132	72
RECUPERO	6.740	18.928

GOVERNANCE

[102-18, 405-1]

JUVENTUS



Small white labels with names and titles are placed in front of each man on the panel.

Assemblea degli azionisti
ottobre '18

Juventus adotta un sistema di amministrazione e controllo tradizionale che prevede una ripartizione di competenze tra l'Assemblea degli Azionisti, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale.

Il sistema di governo societario di Juventus, quale insieme di strutture e regole di gestione e controllo necessarie al funzionamento della Società, è stato delineato dal Consiglio di Amministrazione nel rispetto della normativa a cui la Società è soggetta, anche in quanto Emittente quotato e in adesione al Codice di Autodisciplina e alle best practices nazionali e

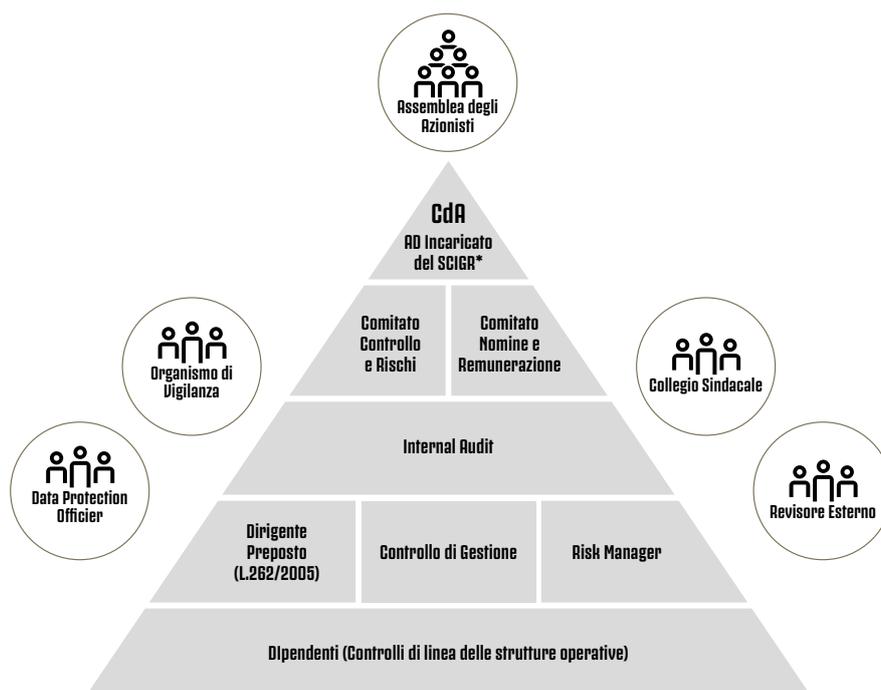
internazionali con cui la Società si confronta. Il Consiglio di Amministrazione è composto attualmente da 9 amministratori di cui 2 esecutivi (A. Agnelli, P. Nedved) e 7 non esecutivi, di cui 3 non indipendenti (M. Arrivabene, E. Vellano, F. Roncaglio) e 4 indipendenti (P. Garimberti, A. Grazioli-Vernier, C. Hughes, D. Marilungo).

COMPOSIZIONE DEGLI ORGANI DI GOVERNO DELL'IMPRESA	
	Stagione 2018/2019
CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE	3 donne 6 uomini
COLLEGIO SINDACALE	2 donne 3 uomini
ORGANISMO DI VIGILANZA	2 donne 1 uomo
COMITATO NOMINE E REMUNERAZIONI	2 donne 1 uomo
COMITATO CONTROLLO E RISCHI	2 donne 1 uomo

SISTEMA DI CORPORATE GOVERNANCE

Il sistema di Corporate Governance di Juventus si fonda su: i valori definiti nel Codice Etico; il ruolo centrale del Consiglio di Amministrazione; la trasparenza della gestione; l'attenta distribuzione delle responsabilità in merito alla gestione, monitoraggio e valutazione del

sistema di controllo interno e gestione dei rischi; il sistema di governo dei rischi in linea con le best practice; il sistema di remunerazione e di incentivazione dei manager costruito sulla base delle specificità del settore; i dipendenti.



* Sistema di Controllo interno e gestione dei Rischi

Per ogni informazione di dettaglio in tema di corporate governance si rinvia al sito della Società (www.juventus.com- sezione Investor-relations/corporate-governance/sistema-di-governance/), con particolare riferimento alla Relazione annuale sulla Corporate Governance.



CODICE ETICO**[102-12, 102-16]**

Juventus aspira a instaurare e consolidare un rapporto di fiducia con i suoi stakeholder, definiti come le categorie di soggetti individuali, gruppi o istituzioni, i cui interessi sono influenzati dagli effetti diretti e indiretti dell'attività di Juventus. I valori di riferimento di Juventus sono fissati nel Codice Etico e alla sua osservanza sono tenuti gli organi sociali e tutti i dipendenti di Juventus, così come tutti coloro che operano per il conseguimento degli obiettivi aziendali, ciascuno nell'ambito delle proprie funzioni e responsabilità. Il Codice Etico definisce i principi di condotta da applicare nella gestione delle attività della Società, identificando inoltre gli impegni e la responsabilità dei collaboratori. A tutti i nuovi dipendenti e collaboratori all'atto della firma del contratto di lavoro o di collaborazione viene materialmente consegnato o data informativa del Codice Etico.

WHISTLEBLOWING

La nuova disciplina del «whistleblowing» nel settore privato, (L.179/17 art. 2 «Tutela del dipendente o collaboratore che segnala illeciti nel settore privato») ha introdotto il comma 2-bis all'art. 6 del D.Lgs. 231/2001.

In considerazione di ciò, nel corso della stagione 2017/2018 si è provveduto ad una revisione organica del Modello 231 e del Codice Etico prevedendo l'adozione di ulteriori canali di comunicazione che consentano la segnalazione riservata di condotte illecite.

Sono altresì state previste sanzioni disciplinari nei confronti di chi viola i principi alla base del meccanismo di segnalazione, volti a tutelare sia il soggetto segnalante, sia il soggetto segnalato.

ANTICORRUZIONE**[205-2]**

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. Juventus previene eventuali problematiche in tal senso attraverso un'attenta analisi dei rischi, delle procedure di gestione chiare e ben definite, attività di formazione per le risorse

interne e attività di controllo interno. Tematiche chiave come i principi del Codice Etico e il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo ai sensi del D.Lgs. 231/2001, sono oggetto di attività formative interne. Il contenuto è supervisionato dall'Organismo di Vigilanza nella sua prerogativa di promuovere la diffusione e la conoscenza del Modello stesso.

COMUNICAZIONE E FORMAZIONE SU POLICY E PROCEDURE

STAGIONE 2018/2019	Juventus ha organizzato programmi di formazione specifica per dipendenti e collaboratori sul D.Lgs. 231/2001, Codice Etico e il Modello 231 di Juventus mediante piattaforma di e-learning, in italiano e in inglese che prevede il coinvolgimento di ulteriori 190 utenti circa in due fasi. La prima fase del corso di formazione è stata completata dal 98% dei 44 iscritti. Dalla data di entrata in vigore della procedura di gestione delle segnalazioni (Whistleblowing) Juventus comunica a tutti gli interessati le aspettative e le regole per adempiere a quanto previsto dalla normativa di riferimento.
STAGIONE 2017/2018	Juventus ha organizzato programmi di formazione specifica per dipendenti e collaboratori sul D.Lgs. 231/2001, Codice Etico e il Modello 231 di Juventus mediante piattaforma di e-learning. Il corso di formazione è stato completato dal 99% dei 329 iscritti.

L'8 giugno 2001 è stato emanato il Decreto Legislativo n.231 che ha introdotto, nell'ordinamento giuridico italiano, la responsabilità amministrativa delle persone giuridiche per fatti illeciti.

Se precedentemente la responsabilità penale era riferita solo alle persone fisiche, con questo decreto è stata introdotta una forma di responsabilità anche a carico della società ed enti associativi, che prevede sanzioni sostanzialmente di natura penale. In seguito all'entrata in vigore del Decreto 231, il sistema di Corporate Governance di Juventus è stato arricchito con l'implementazione del Modello di Organizzazione, gestione e controllo ed è stato costituito l'Organismo di Vigilanza con il compito di vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D.LGS 231/01 e di curarne l'aggiornamento.

GESTIONE DEI RISCHI

Juventus ha un proprio Risk Model con cui ha identificato le principali aree di rischio - contesto, finanziari, strategici, operativi o di compliance -, i criteri, le metriche e le scale di valutazione, sia di probabilità, sia di impatto.

In occasione del più recente aggiornamento, avvenuto nella stagione 2016/2017, è stata effettuata una valutazione completa dei rischi, insieme al management che ha potuto confermare o modificare le aree di rischio; segnalare nuovi rischi e valutare probabilità e impatto di ciascun rischio rispetto all'orizzonte temporale di 1 anno. I rischi di medio/lungo periodo sono stati,

comunque, mappati nel database dei rischi Juventus. Si è poi tenuto conto dello sviluppo della sostenibilità aziendale, come elemento chiave in termini di corporate reputation. Al termine del processo di analisi è stato dimostrato che i rischi sono stati valutati in maniera corretta così come si sono rivelati adeguati i presidi presi nei confronti di questi.

PRIVACY

A seguito dell'entrata in vigore il 25 maggio 2018 del nuovo Regolamento UE 679/2016 sulla General Data Protection Regulation (GDPR), il Club ha svolto una serie di attività interne per adeguarsi e rispondere tempestivamente a quanto previsto da tale normativa, tra cui:

- adozione di un Modello Organizzativo Data Protection;
- definizione della procedura di gestione Data Breach e della procedura di Privacy By Design e Privacy by Default;
- attività di formazione specifica ai soggetti che ricoprono un ruolo chiave nel Modello Organizzativo Data Protection e a cui il Titolare ha delegato particolari responsabilità;
- aggiornamento del template delle informative privacy erogate su tutti i canali, affinché queste includano le informazioni previste dal GDPR;

- monitoraggio ed esecuzione delle richieste dei soggetti interessati pervenute attraverso la casella di posta elettronica dedicata ("privacy@juventus.com") e gli altri canali di comunicazione messi a disposizione;
- incontri periodici con il Responsabile della Protezione dei Dati – Data Protection Officer (di seguito anche DPO);

Inoltre, il Club ha costituito un Team Data Protection con compiti di assistenza e supporto nei confronti di tutti i ruoli aziendali coinvolti nelle attività di trattamento, ha rinnovato l'incarico al DPO e, tramite quest'ultimo, si è fatto promotore di incontri con i DPO delle altre società di calcio di serie A per discutere e confrontarsi sui temi di maggiore complessità.

I PRIMI RISULTATI DEL NUOVO PROCESSO

La metodologia di Risk Management ha l'obiettivo di aderire alle best practice di riferimento che si sono evolute verso sistemi di Risk Management "quantitativi" e non solo "qualitativi".

Dal 2017 è stato presentato un quadro dei «top risk» con una duplice valutazione, sia

sull'orizzonte di Budget (quali-quantitativa), sia con una prospettiva temporale di medio termine (3 anni - solo qualitativo).

Il focus è sui rischi di area «revenues» e sui nuovi rischi emergenti. Considerata la coincidenza dei processi di pianificazione finanziaria, l'assessment è stato condotto

su base prevalentemente qualitativa, anche con riferimento all'orizzonte di budget. Dalla stagione 2018/2019 si sta valutando l'informatizzazione del Risk Model per facilitare la raccolta delle relative Q&A, nonché l'assessment and evaluation degli outcome.

SANZIONI PER NON CONFORMITÀ A LEGGI O REGOLAMENTI [406-1; 419-1]

Per ulteriori informazioni, oltre a quelle presenti di seguito, relative a sanzioni e controversie in corso si rimanda ai contenuti della Relazione Finanziaria Annuale al 30 Giugno 2019 disponibile su www.juventus.com

LE SANZIONI RICEVUTE DA JUVENTUS PER CORI DI DISCRIMINAZIONE TERRITORIALE/RAZZISMO					[102-12, 102-16]
Data	Gara	In/fuori casa	Sanzione in €	Motivazione	
16/09/2018	J vs Sassuolo	casa	10.000,00	coro insultante di matrice territoriale	
29/09/2018	J vs Napoli	casa	10.000,00 e una gara con i settori "Tribuna Sud 1° e 2° anello" privi di spettatori	coro insultante di matrice territoriale preceduti altresì, al 6° minuto del secondo tempo, da un coro discriminatorio di matrice evidentemente razziale nei confronti di un tesserato della Soc. Napoli	
24/11/2018	J vs Spal	casa	15.000,00 con diffida	coro insultante di matrice territoriale	
26/12/2018	J vs Atalanta	fuori	10.000,00	lancio fumogeni nel settore avversario	
TOTALE SANZIONI 2018/2019		45.000,00			
Data	Gara	In/fuori casa	Sanzione in €	Motivazione	
26/11/2017	J vs Crotone	casa	10.000,00	cori denigratori di matrice territoriale	
21/12/2017	J vs Genoa	casa	10.000,00	cori denigratori di matrice territoriale	
TOTALE SANZIONI 2017/2018		20.000,00			

GESTIONE DEI FORNITORI

[102-9, 204-1, 308-1, 414-1]

Juventus ha scelto di puntare sull'innovazione e anche l'attività di procurement ha visto un importante cambiamento in termini di relazione e di gestione. Juventus lavora ogni giorno affinché la sinergia tra il Club e il fornitore si sviluppi e cresca in modo ottimale, arrivando ad instaurare delle vere e proprie partnership.

A gennaio 2018 è stato attivato il nuovo portale fornitori, di cui Juventus è sviluppatrice e proprietaria: Juventus Procurement Portal.

Un portale studiato appositamente dal Club per rispondere alle proprie esigenze di gestione e per rendere più snella la valutazione dell'idoneità del fornitore, tramite la richiesta di documentazione specifica e verifica delle principali informazioni societarie: infatti i campi obbligatori da compilare sono 40 e quelli facoltativi ammontano a 19, a fronte degli 80 campi che erano presenti nel sistema di qualifica utilizzato in precedenza.

Lo Juventus Procurement Portal è oggi utilizzato per la qualifica dei fornitori e, in futuro, sarà utilizzato anche per la gestione di tutte le gare di appalto. Grazie a questo nuovo strumento ed a tutte le migliorie apportate, come la riorganizzazione delle categorie dei fornitori, l'automatizzazione

del processo di approvazione, l'allineamento dei pagamenti a 60 giorni, oggi il Club è in grado di avere una relazione con i propri fornitori più snella ed efficace.

Inoltre, per riuscire a dialogare in modo adeguato con essi, Juventus ha ritenuto importante avere un portale "bilingue", quindi con informazioni sia in italiano sia in inglese.

Juventus ha scelto inoltre di rendere obbligatori alcuni criteri in termini di sostenibilità, come la presenza di policy o regolamenti in materia, certificazioni e standard adottati, il bilancio di sostenibilità, il Codice Etico, valutazioni e audit sociali e ambientali, etc... Nella selezione e nella conferma di fornitori per l'Allianz Stadium, il Club continua a tenere in considerazione la capacità di questi di raccogliere, differenziare e smaltire i rifiuti prodotti, con richiesta delle relative certificazioni.



Il 100% dei fornitori che hanno fatto l'accesso al nuovo portale hanno preso visione e accettato:

- Codice Etico
- Condizioni generali di fornitura Juventus
- Condizioni generali per la fruizione del portale
- Politica di salute e sicurezza Juventus

NELLA STAGIONE 2018/2019 SI REGISTRANO 1.245 FORNITORI TOTALI ATTIVI DI CUI:

- 1.109 nazionali
- 136 internazionali

STAGIONE	ORDINATO TOTALE (€)	TORINO E PROVINCIA	TERRITORIO ITALIANO
2018/2019	105.025.151,78	26,53%	95,23%
2017/2018	103.578.819,56	30,75%	94,19%

Nella stagione 2018/2019, la spesa concentrata sui fornitori locali è pari a **27.858.129,60 Euro** (pari al 26,16% del totale) mentre la spesa verso fornitori nazionali ammonta a **100.017.903,01 Euro** (pari al 95,23% del totale).

CUSTOMER SERVICE

Allian



Stadium





Consolidare e migliorare la gestione del servizio clienti è stato un impegno importante per il Club nella stagione 2018/2019.

Da una parte, si è arrivati a consistenti diminuzioni dei tempi di attesa per i tifosi nel ricevere una risposta alle proprie richieste, dall'altra si è voluta garantire una più efficace capacità di gestione e risoluzione dei quesiti. Il servizio è gestito in outsourcing per garantire una maggiore flessibilità nella gestione dei picchi stagionali, ma è coordinato e monitorato da un'unità specifica all'interno del Club che prende in carico i casi più delicati. Per assicurare un servizio sempre più efficace, il Club si avvale del supporto di un fornitore esterno specializzato, con uno staff che conta fino a 40 FTE, e che dispone di tutti

gli strumenti necessari per intervenire e dare assistenza puntuale; in media sono state impiegate 16 risorse al mese, a fronte di uno staff che variava tra gli 11 e i 26 operatori nella stagione 2017/18. Nel corso della stagione 2018/19, i volumi delle chiamate inbound sono notevolmente aumentati. Oltre il 50% delle chiamate ricevute è relativo alla coda telefonica dedicata agli abbonati all'Allianz Stadium e agli Juventus Member attivi. Quasi il 40% delle chiamate in uscita è riferito alla gestione della vendita di biglietti per le gare disputate all'Allianz Stadium e per l'evento ad invito "Acquista la Trasferta".

CHIAMATE INBOUND E OUTBOUND 2018/2019

	1° trimestre	2° trimestre	3° trimestre	4° trimestre	TOT stagione 2018/2019
Numero chiamate Inbound (#)	25.656	27.680	18.885	9.585	81.806
Numero chiamate Outbound (#)	5.663	10.293	7.414	6.428	29.798
Numero vendite Ticketing (#)	2.709	4.588	2.612	1.826	11.735
Gestito (%)	87	88	90	93	89

CHIAMATE INBOUND E OUTBOUND 2017/2018*

	1° trimestre	2° trimestre	3° trimestre	4° trimestre	TOT stagione
Numero chiamate Inbound	6.199	9.311	10.675	8.789	34.974
Numero chiamate Outbound	0	3.091	2.680	2.404	8.175

* Rispetto ai dati indicati nel bilancio di sostenibilità 2017/2018 è stato effettuato un Restatement relativo al numero delle chiamate outbound

Le richieste ricevute tramite form gratuito sono state pari a 213.351, di cui 212.380 gestite (99.5%).

Nell'arco della stagione sono stati coinvolti in totale 1.393 tifosi fidelizzati nell'ambito del progetto Juventus Membership per la gestione degli eventi ad invito a loro dedicati.

GESTIONE FINANZIARIA

[102-5; 102-7; 201-1; 102-12]

Juventus è una società di calcio professionistico quotata in Borsa che si è affermata in più di un secolo di storia come una delle squadre più rappresentative ed amate a livello nazionale ed internazionale. L'attività caratteristica della Società consiste nella partecipazione alle competizioni calcistiche nazionali ed internazionali e nell'organizzazione delle partite.

Le sue principali fonti di ricavo derivano dalle attività di sfruttamento economico dell'evento sportivo, del brand Juventus e dell'immagine della Prima Squadra, tra cui le più rilevanti sono le attività di licenza dei diritti televisivi e media, le sponsorizzazioni, la cessione di spazi pubblicitari e le attività di licensing e merchandising.

Le azioni Juventus sono quotate al Mercato Telematico Azionario della Borsa Italiana.

Juventus è controllata da EXOR N.V., società quotata presso Borsa Italiana S.p.A. con

sede ad Amsterdam (Olanda), che detiene il 63,8% del capitale. EXOR N.V. è una delle principali società di investimento europee ed è controllata dalla Giovanni Agnelli B.V.. Sulla base delle ultime informazioni disponibili, il restante capitale di Juventus è detenuto per il 11,3% da Lindsell Train Ltd. e per il 24,9% è flottante in Borsa. A partire dal 27 dicembre 2018 il titolo Juventus è entrato a far parte dell'indice FTSE MIB, principale indice di benchmark dei mercati azionari italiani.

L'esercizio 2018/2019 chiude con ricavi pari a € 621,5 milioni (€+116,8 milioni rispetto all'esercizio 2017/2018) e con una perdita di € 39,9 milioni che evidenzia una variazione negativa di € 20,7 milioni rispetto alla perdita di € 19,2 milioni dell'esercizio precedente.

Tale variazione negativa deriva principalmente da maggiori costi per il personale tesserato per € 68 milioni, maggiori ammortamenti e svalutazioni

sui diritti pluriennali alle prestazioni dei calciatori per € 41,5 milioni, maggiori accantonamenti di fondi netti per € 14,8 milioni, maggiori imposte per € 3,8 milioni e maggiori oneri finanziari netti per € 3,4 milioni, nonché maggiori altri costi operativi per € 7,2 milioni; tali variazioni negative sono state parzialmente compensate da maggiori ricavi per € 116,8 milioni e altre variazioni nette positive per € 1,2 milioni.

Il patrimonio netto al 30 giugno 2019 è pari a € 31,2 milioni, in diminuzione rispetto al saldo di € 72 milioni del 30 giugno 2018, per effetto della perdita dell'esercizio (€ -39,9 milioni), della movimentazione della riserva da fair value su attività finanziarie (€ -0,8 milioni) e della riserva da cash flow hedge (€ -0,1 milioni).

Al 30 giugno 2019 il capitale di Juventus, interamente sottoscritto e versato, ammonta a € 8.182.133,28 ed è costituito da n. 1.007.766.660 azioni ordinarie senza valore nominale.

I PRINCIPALI INDICATORI ECONOMICI

	2018/2019	2017/2018
UEFA CHAMPIONS LEAGUE	IV UCL	IV UCL
RICAVI	621,5	504,7
COSTI OPERATIVI	(458,5)	(383,3)
AMMORTAMENTI, SVALUTAZIONI E ACCANTONAMENTI	(178,3)	(122,8)
RISULTATO OPERATIVO	(15,3)	(1,4)
RISULTATO ANTE IMPOSTE	(26,9)	(10,0)
RISULTATO NETTO	(39,9)	(19,2)
DIRITTI PLURIENNALI ALLE PRESTAZIONI SPORTIVE DEI CALCIATORI	421,0	330,8
PATRIMONIO NETTO	31,2	72,0
POSIZIONE FINANZIARIA NETTA	(463,5)	(309,8)

Dati in milioni di euro

COMPOSIZIONE RICAVI					
	Esercizio 2018/2019	%	Esercizio 2017/2018	%	VARIAZIONI
DIRITTI RADIODIFFUSIVI E PROVENTI MEDIA	206,7	33,3%	200,2	39,7%	6,5
PROVENTI DA GESTIONE DIRITTI CALCIATORI	157,2	25,3%	102,4	20,3%	54,8
RICAVI DA SPONSORIZZAZIONI E PUBBLICITÀ	108,8	17,5%	86,9	17,2%	21,9
RICAVI DA GARE	70,7	11,4%	56,4	11,2%	14,3
RICAVI DA VENDITE DI PRODOTTI E LICENZE	44	7,1%	27,8	5,5%	16,2
ALTRI RICAVI	34,1	5,5%	31	6,1%	3,1
TOTALE	621,5	100%	504,7	100%	116,8

Dati in milioni di euro

Al 30 giugno 2019 l'indebitamento finanziario netto ammonta a € 463,5 milioni ed evidenzia un incremento di € 153,7 milioni rispetto al dato di € 309,8 milioni del 30 giugno 2018 determinato principalmente dai flussi negativi della gestione operativa (€ -3,6 milioni), dagli esborsi legati alle Campagne Trasferimenti

(€ -131,1 milioni netti), dagli investimenti in altre immobilizzazioni e partecipazioni (€ -6,7 milioni netti) e dai flussi delle attività finanziarie (€ -12,3 milioni). Per ulteriori informazioni si rimanda alla Relazione finanziaria annuale al 30 giugno 2019 disponibile alla sezione investitori su www.juventus.com

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO			
COMPONENTE	Commenti	Valore 2018/2019	Valore 2017/2018
VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO			
A) RICAVI	Vendite nette più ricavi da investimenti finanziari e vendita di beni. Il valore riportato non include le accise	621,5	504,7
VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO			
B) COSTI OPERATIVI	Pagamenti a fornitori, investimenti non strategici, royalty e agevolazioni di pagamento	127,9	121,4
C) RETRIBUZIONI E BENEFIT PER I DIPENDENTI	Uscite monetarie per i dipendenti	327,8	259
D) REMUNERAZIONE DEI FORNITORI DI CAPITALE	Tutti i pagamenti ai fornitori di capitale	11,1	7,7
E) PAGAMENTI ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	Imposte e tasse lorde. Il valore include le accise	14,3	11,5
F) INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ	Contributi volontari e investimenti nella comunità (liberalità e progetti in favore della comunità)	0,2	0,1
VALORE ECONOMICO TRATTENUTO		140,2	104,9

Dati in milioni di euro

NOTA METODOLOGICA

[102-1; 102-2; 102-3; 102-4; 102-6; 102-45; 102-46; 102-48 ; 102-49; 102-50; 102-51; 102-52; 102-53; 102-54; 102-56]

OBIETTIVO DEL DOCUMENTO

Il Bilancio di Sostenibilità 2018/2019 della Juventus Football Club S.p.A. (di seguito anche in breve Bilancio di Sostenibilità o Bilancio) rappresenta lo strumento tramite cui il Club rendiconta le proprie iniziative e performance in materia di

sostenibilità (ambientale e sociale), massimizzando la trasparenza nella comunicazione verso i propri stakeholder e riportando le principali informazioni in merito alle sfide che il Club si trova ad affrontare nella sua quotidianità.

STANDARD DI RENDICONTAZIONE E PROCESSO DI REDAZIONE DEL DOCUMENTO

Il presente Bilancio di Sostenibilità è stato predisposto in conformità con i "GRI Sustainability Reporting Standards: opzione Core" (di seguito anche in breve GRI Standards) emessi dal "Global Reporting Initiative" nel 2016: opzione "Core".

I riferimenti ai GRI Standards utilizzati sono riportati sia all'interno del Bilancio di Sostenibilità sia nel GRI Content Index.

Il processo annuale di redazione del Bilancio di Sostenibilità è coordinato dalla Funzione "Sustainability and External Relations" della Direzione "Communication and External Relations". Per domande e commenti in merito al presente documento, contattare il

Sustainability Manager di Juventus al seguente indirizzo: sustainability@juventus.com.

Il presente Bilancio di Sostenibilità risulta suddiviso in quattro sezioni: la prima "Oltre 120 anni di passione" presenta il Club, dalla storia alle squadre fino alle strutture, il ruolo che ha nel mondo dello sport così come il suo impegno in termini di sostenibilità. La sezione "Juventus Goals" presenta i principali progetti ad impatto sociale del Club mentre la sezione "Verso un calcio universale" illustra l'impatto sociale delle principali attività sportive di Juventus. Infine, la quarta parte racconta le sfide che il Club si trova ad affrontare tutti i giorni.

PERIMETRO E PERIODO DI RENDICONTAZIONE

I dati e le informazioni riportati all'interno del presente Bilancio riguardano la Juventus Football Club S.p.A. società di calcio professionistico, quotata in Borsa, con sede a Torino in via Druento 175.

L'attività caratteristica della Società consiste nella partecipazione alle competizioni calcistiche nazionali ed internazionali e nell'organizzazione delle partite. Le principali fonti di ricavo della Società derivano dalle attività di sfruttamento economico a livello globale dell'evento sportivo, del brand Juventus e dell'immagine della Prima Squadra, tra cui le più rilevanti sono le attività di licenza dei diritti televisivi e media, le sponsorizzazioni e l'attività di cessione di spazi pubblicitari.

Il processo di rendicontazione di sostenibilità del Club si rinnova ogni anno e i dati presentati in questo Bilancio sono riferiti all'esercizio chiuso al 30 giugno 2019 e al campionato di calcio 2018/2019, mantenendo lo stesso perimetro di rendicontazione rispetto alla relazione finanziaria annuale al 30 giugno 2019.

Al fine di assicurare un raffronto delle informazioni rendicontate, e anche al fine di rispettare il principio di comparabilità richiesto dai GRI Standards, i dati quantitativi del presente documento si riferiscono alle stagioni sportive 2017/2018 e 2018/2019.

Come nelle ultime due edizioni del Bilancio di Sostenibilità, i dati quantitativi relativi al JJMedical (Società non controllata al 100% dal Club) non rientrano nel perimetro di rendicontazione di questo bilancio, ad eccezione di quelli relativi ai consumi energetici.

Inoltre, sempre con riferimento a tali consumi, si segnala che i relativi dati tengono conto anche dei Juventus Stores, e del JTC Vinovo; tutte le strutture del Complesso Stadio (Stadio e Museo)

sono state raggruppate in un unico centro di consumo.

Ulteriori eccezioni ai criteri sopra individuati nonché i restatement dei dati quantitativi, effettuati a seguito di un costante miglioramento delle procedure di rendicontazione, sono riportati nelle singole sezioni del documento tramite apposite note.

Per ulteriori approfondimenti sull'identificazione e coinvolgimento degli stakeholder e sui seguenti temi:

- Comportamento giocatori della prima squadra
- Salute fisica degli atleti
- Calcio e Innovazione
- Accessibilità e sicurezza delle strutture
- Rapporti con Partners e Sponsor

si rimanda alla Relazione finanziaria e/o alla precedente edizione del Bilancio di Sostenibilità.

Nel presente documento non vengono riprese le informazioni già descritte nei bilanci precedenti. Dove opportuno, si rimanda pertanto alle precedenti edizioni del Bilancio di Sostenibilità consultabili sul sito di Juventus nella sezione Sostenibilità e ai seguenti documenti (disponibili su sito www.juventus.it):

- Relazione finanziaria al 30 giugno 2019;
- Codice Etico;
- Relazione Annuale sulla Corporate Governance 2018/2019;
- Modello di Organizzazione, gestione e controllo ex DLgs 231/2001;
- Procedura per operazioni con parti correlate.

Il Bilancio di Sostenibilità Juventus è stato sottoposto a revisione limitata da parte della società PricewaterhouseCoopers Advisory S.p.A.

GRI CONTENT INDEX

[102-55]

La tabella seguente riporta l'elenco degli indicatori previsti dai GRI Standards, rendicontati nel presente Bilancio di Sostenibilità.

In corrispondenza di ogni indicatore GRI è riportato il riferimento al numero di pagina del presente documento oppure, ove il dato/informazione non sia contenuto nel corpo del testo, è riportata la quantificazione e/o la descrizione dell'indicatore stesso.

UNIVERSAL STANDARDS	
FONDAMENTALI 2016	Numero di pagina o descrizione
GRI 102: INFORMATIVE GENERALI	
PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE	
102-1: Nome dell'Organizzazione	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag. 80
102-2: Attività, brands, prodotti e/o servizi	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag. 81
102-3: Luogo in cui ha sede l'organizzazione	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag. 81
102-4: Paesi in cui l'organizzazione opera	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag. 81
102-5: Assetto proprietario e forma legale	Pag. 78
102-6: Mercati Serviti	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag. 81
102-7: Dimensioni dell'organizzazione	Pag. 60, 78
102-8: Informazioni sui dipendenti e altri collaboratori	Pag. 61
102-9: Catena di fornitura	Pag. 72
102-10: Modifiche significative dell'organizzazione e della sua catena di fornitura	Nel periodo di rendicontazione (stagioni sportive 2017/2018 e 2018/2019) considerato ai fini della rendicontazione delle informazioni non finanziarie Juventus non si sono verificati cambiamenti significativi nell'organizzazione e nella sua catena di fornitura.
102-11: Principio o approccio prudenziale	Essendo limitati gli impatti ambientali dell'organizzazione, il principio di precauzione non viene formalmente affrontato.
102-12: Iniziative esterne	Pag. 67, 69
102-13: Adesioni ad associazioni	Pag. 21
STRATEGIA DELL'ORGANIZZAZIONE	
102-14: Dichiarazione dell'amministratore delegato e/o del presidente	Pag. 5
GOVERNANCE, ETICA E INTEGRITÀ DELL'ORGANIZZAZIONE	
102-16: Valori, principi, standard e regole di comportamento	Pag. 69
102-18: Struttura di governo	Pag. 67
IDENTIFICAZIONE DEGLI STAKEHOLDER E DEGLI ASPETTI MATERIALI	
102-40: Elenco degli stakeholders	Pag. 19
102-41: Accordi di contrattazione collettiva	Il 100% dei dipendenti in forza nella Società è coperto da CCNL.
102-42: Identificazione e selezione degli stakeholder	Pag. 18

UNIVERSAL STANDARDS	
FONDAMENTALI 2016	Numero di pagina o descrizione
102-43: Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder	Pag. 18, 19
102-44: Temi materiali e criticità emerse	Pag. 16, 17
CRITERI DI RENDICONTAZIONE	
102-45: Società incluse nel bilancio consolidato	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag.81
102-46: Definizione del perimetro di rendicontazione e dei contenuti inclusi	Si rimanda alla "Nota Metodologica" (pag. 80,81), nonché al paragrafo "Il nostro approccio alla sostenibilità" (pag. 16)
102-47: Elenco dei temi materiali	Pag. 17
102-48: Rettifica di informazioni	Si rimanda alla "Nota Metodologica" (pag.80, 81) e alle note riportate nelle singole sezioni del documento.
102-49: Variazioni nella rendicontazione	Si rimanda alla "Nota Metodologica" (pag. 80, 81) nonché al paragrafo "Il nostro approccio alla sostenibilità" (pag. 16)
102-50: Periodo di rendicontazione	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag. 81
102-51: Data di pubblicazione del report più recente	Essendo il processo di rendicontazione delle informazioni non finanziarie annuale, l'ultimo Bilancio di Sostenibilità Juventus pubblicato riguarda la stagione sportiva 2018/2019. Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag 81
102-52: Periodicità della rendicontazione	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag.81
102-53: Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag. 80
102-54: Dichiarazione di conformità della rendicontazione agli Standard GRI	Si rimanda alla "Nota Metodologica", pag. 80
102-55: GRI content index	Si rimanda alla presente tabella.
102-56: Assurance da parte di un revisore esterno	Pag. 87-89
GRI 103: MANAGEMENT APPROACH	
103-1: Spiegazione della materialità del singolo tema rendicontato e del suo perimetro	Si rimanda ai paragrafi introduttivi di ogni capitolo del Bilancio, nonché al paragrafo "Il nostro approccio alla sostenibilità" (pag 16). Si specifica che tale approccio è valido per tutti gli aspetti materiali definiti a pag.16-17
103-2: L'approccio del management e le sue componenti	Si rimanda ai paragrafi introduttivi di ogni capitolo del Bilancio, nonché al paragrafo "Il nostro approccio alla sostenibilità" (pag.16). Si specifica che tale approccio è valido per tutti gli aspetti materiali definiti a pag 16-17.
103-3: Valutazione dell'approccio del management	Si rimanda ai paragrafi introduttivi di ogni capitolo del Bilancio, nonché al paragrafo "Il nostro approccio alla sostenibilità" (pag.16). Si specifica che tale approccio è valido per tutti gli aspetti materiali definiti a pag. 16-17
SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES	
200 : TEMI ECONOMICI	
201-1: Valore economico direttamente generato e distribuito	Pag. 79
GRI 204: PRATICHE DI APPROVVIGIONAMENTO	
204-1: Proporzione della spesa da fornitori locali	Pag. 73

UNIVERSAL STANDARDS	
FONDAMENTALI 2016	Numero di pagina o descrizione
GRI 205: ANTICORRUZIONE	
205-2: Comunicazione e formazione su policy e procedure anti-corrruzione	Pag. 69
300 : TEMI AMBIENTALI	
GRI 302: ENERGIA	
306-2 Rifiuti per tipo e metodo di smaltimento	Pag. 65
GRI 308: VALUTAZIONE DEI FORNITORI (SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE)	
308-1: Nuovi fornitori che sono stati selezionati tenendo in considerazione criteri di sostenibilità ambientale	Pag. 72
400 : TEMI SOCIALI	
GRI 401: OCCUPAZIONE	
401-3: Maternità/paternità obbligatoria, congedi parentali	Pag. 57
GRI 403: SALUTE E SICUREZZA DEI LAVORATORI	
403-2: Tipologia di infortuni e tasso di infortunio, malattie professionali, giorni di lavoro persi e assenteismo, numero di incidenti mortali collegati al lavoro	Pag. 58
GRI 404: FORMAZIONE E ISTRUZIONE	
404-1: Ore medie di formazione per anno e per dipendente	Pag. 58
GRI 405: DIVERSITÀ E PARI OPPORTUNITÀ	
405-1: Diversità degli organi di governo e dei dipendenti	Pag. 67, 61
GRI 406: NON DISCRIMINAZIONE	
406-1: Casi di discriminazione e azioni intraprese	Pag. 71
GRI 413: COMUNITÀ LOCALI	
413-1: implementazione di programmi di coinvolgimento e sviluppo della comunità locale, valutazione degli impatti.	Pag. 22-39
GRI 414: VALUTAZIONE DEI FORNITORI SULLA BASE DELLE POLITICHE E CONDIZIONI DI LAVORO	
414-1: Nuovi fornitori che sono stati selezionati tenendo in considerazione criteri sociali	Pag. 72
GRI 419: CONFORMITÀ SOCIO-ECONOMICA	
419-1: Non-compliance a regolamenti e leggi in materia sociale ed economica	Pag. 71

RELAZIONE DELLA SOCIETÀ DI REVISIONE

[102-56]



Relazione indipendente sulla revisione limitata del bilancio di sostenibilità 2018/2019

Al Consiglio di Amministrazione di Juventus Football Club SpA

Abbiamo svolto un esame limitato (*limited assurance engagement*) del Bilancio di Sostenibilità 2018/2019 (“il Bilancio”) di Juventus Football Club SpA (di seguito la “Società”) relativo all’esercizio chiuso al 30 giugno 2019.

Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Bilancio in conformità ai “*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*” definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative (“*GRI Standards*”), indicati nel paragrafo “Nota metodologica” del Bilancio, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi della Società, in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l’identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

Indipendenza della società di revisione e controllo della qualità

Abbiamo rispettato i principi sull’indipendenza e gli altri principi etici del *Code of Ethics for Professional Accountants* emesso dall’International Ethics Standards Board for Accountants, basato su principi fondamentali di integrità, obiettività, competenza e diligenza professionale, riservatezza e comportamento professionale.

La nostra società applica l’*International Standard on Quality Control 1 (ISQC Italia 1)* e, di conseguenza, mantiene un sistema di controllo di qualità che include direttive e procedure documentate sulla conformità ai principi etici, ai principi professionali e alle disposizioni di legge e regolamentari applicabili.

Responsabilità del revisore

E’ nostra la responsabilità di esprimere una conclusione sul Bilancio sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *International Standards on Assurance Engagements - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Information* (“ISAE 3000 revised”), emanato dall’International Auditing and Assurance Standards

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266720501 - Cap. Soc. Euro 7.700.000,00 i.v. - C.F. e P.IVA 01444040969
 Imp. Milano n° 01230190967 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Gaetano 72 Tel. 0803402311 Fax 0803402149 - Bologna 40126 Via Angelo Finelli 8 Tel. 0516186211 - Cagliari 09100 Viale Diaz 29 Tel. 0706648774 - Firenze 50121 Viale Gramsci 49 Tel. 0552482811 Fax 0552482800 - Genova 16121 Piazza Procopetto 9 Tel. 01029041 - Napoli 80131 Via dei Mille 16 Tel. 08126106 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 0498721332 Fax 0498721309 - Palermo 90141 Via Marconi 100 60 Tel. 0916290313 Fax 0917826221 - Parma 43123 Viale Tanassi 20/A Tel. 0521275911 Fax 0521275909 - Roma 00151 Largo Elio e Elina 28 Tel. 06570801 Fax 0657083323 - Torino 10121 Corso Poletto 10 Tel. 0112773211 Fax 0112773209 - Treviso 31100 Viale Felloni 90 Tel. 0422315311 Fax 0422315708 - Trieste 34123 Via Cesare Beccaria 18 Tel. 0404180781 Fax 0404180777 - Verona 37115 Via Primitiva 21/C Tel. 0458261001

Società soggetta all’attività di direzione e coordinamento della PricewaterhouseCoopers Italia Srl
www.pwc.com/it



Board per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il bilancio di sostenibilità non contenga errori significativi. Le procedure svolte si sono basate sul nostro giudizio professionale e hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale della Società responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all'acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte sul Bilancio hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità dello stesso, nei quali si articolano i “*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*”, e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel paragrafo “Gestione economica” del Bilancio e i dati e le informazioni inclusi nella relazione finanziaria annuale di Juventus Football Club SpA al 30 giugno 2019, sulla quale altro revisore ha emesso la relazione ai sensi degli artt. 14 del D.Lgs. 27 gennaio 2010, n. 39 e 10 del Regolamento (UE) n. 537/2014, in data 2 ottobre 2019;
- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l’operatività della Società;
- analisi del processo di definizione degli aspetti significativi rendicontati nel Bilancio, con riferimento alle modalità di identificazione, in termini di loro priorità, per le diverse categorie di stakeholder e alla validazione interna delle risultanze del processo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e approfondimenti con il personale della Società, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio, nonché circa i processi che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della sua predisposizione;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto e della loro adeguatezza per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi in esso descritti;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità” della presente relazione;
- analisi, tramite interviste con il personale della Società, del processo di coinvolgimento degli stakeholder interni, con riferimento alle modalità utilizzate;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante della Società, sulla conformità del Bilancio alle linee guida indicate nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il bilancio di sostenibilità”, nonché sull’attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.



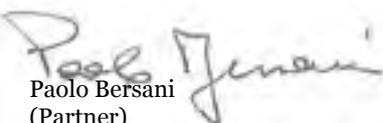
Il nostro esame ha comportato un'estensione di lavoro inferiore a quella necessaria per lo svolgimento di un esame completo secondo *l'ISAE 3000 revised (reasonable assurance engagement)* e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

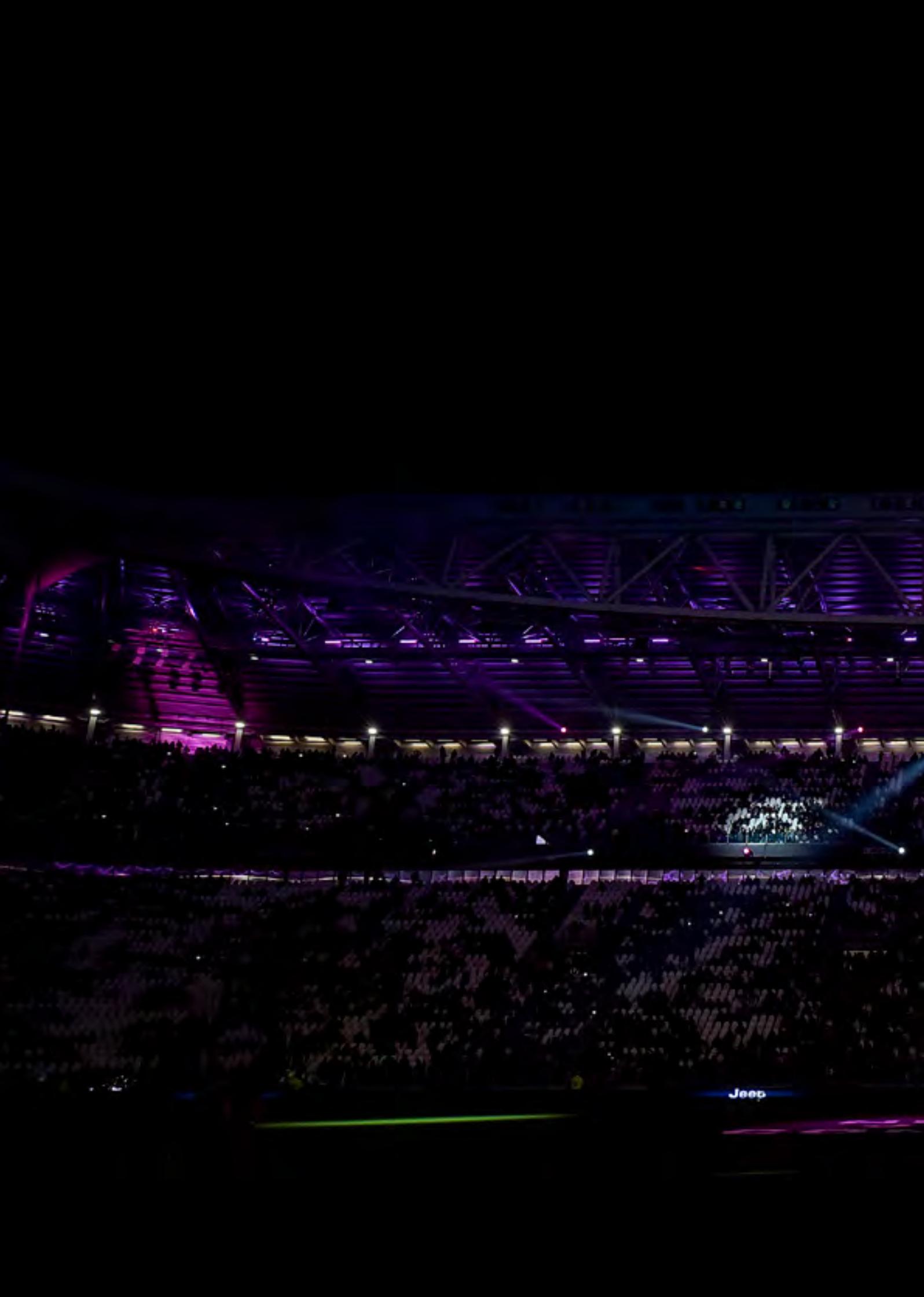
Conclusione

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità 2018/2019 di Juventus Football Club SpA non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità ai "*Global Reporting Initiative Sustainability Reporting Standards*" definiti nel 2016 dal GRI - Global Reporting Initiative ("*GRI Standards*"), come descritto nel paragrafo "Nota metodologica" del Bilancio.

Torino, 14 ottobre 2019

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA


Paolo Bersani
(Partner)



Jeep

JUVENTUS



Jen

Jeen



A cura di Juventus Football Club S.p.A.
Sustainability Team

Per informazioni rivolgersi a:
Juventus Football Club S.p.a.
Via Druento 175
www.juventus.com

Stampato da Graf Art nel mese di Ottobre 2019

JUVENTUS



Jeep