



Creativity
for humans

HR_24



The Ad Store Italia Human Report 2024

_INDICE

_THE AD STORE GROUP

Creativity for Humans	6
Our history: 1993-2024	14
The Ad Store Group in 2024	18
A year of working together	26

_AD STORE ITALIA

Crediamo nelle idee e nei risultati	34
2024: facts & figures	36
Creativity for humans: 10 campagne 2024	38
Piccolo spazio pubblicità	62

LA NOSTRA CULTURA AZIENDALE

Le nostre persone	70
Chief Happiness Officers: verso la fearless organization	72
Work-life balance: ecco come lo facciamo	74
Non chiamatelo team building	78
Formazione continua	80
Welldone: rete di imprese per il benessere	82
Certificazioni	84

CREATIVITY 4...IL COMITATO

Dal purpose all'azione	88
------------------------	----

CREATIVITY 4...COMMUNITY

Dietro ogni errore c'è una storia	92
Ciak! Ad Store ti porta al cinema - II edizione	94
Volontariato di competenza: Parma per gli Altri ONG	96
Le nostre iniziative di charity	98

CREATIVITY 4...DIVERSITY & INCLUSION

DEI: non un trend ma un approccio naturale	102
The Type Fa.Ce. Un carattere unico - II edizione	104
Fondazione Sodalitas: la Carta per le pari opportunità e l'uguaglianza sul lavoro	106
Cresco Award: Ad Store premia il Comune di Napoli	108

CREATIVITY 4...GENZY

C'è una differenza tra parlare ai giovani e lavorarci davvero	112
Premio Paul Cappelli - II edizione	114
Ridurre il gap tra scuola e mondo del lavoro	116
Open Day Istituto Rondani	118
YouTube Academy	120

CREATIVITY 4...ENVIRONMENT

Nessuno si salva da solo (ma tutti insieme, forse sì)	124
#CreativityAgainstWaste	126
Il nostro contributo per l'ambiente	130

RECAP

Obiettivi, azioni e investimenti	134
----------------------------------	-----

THE

AD

STORE

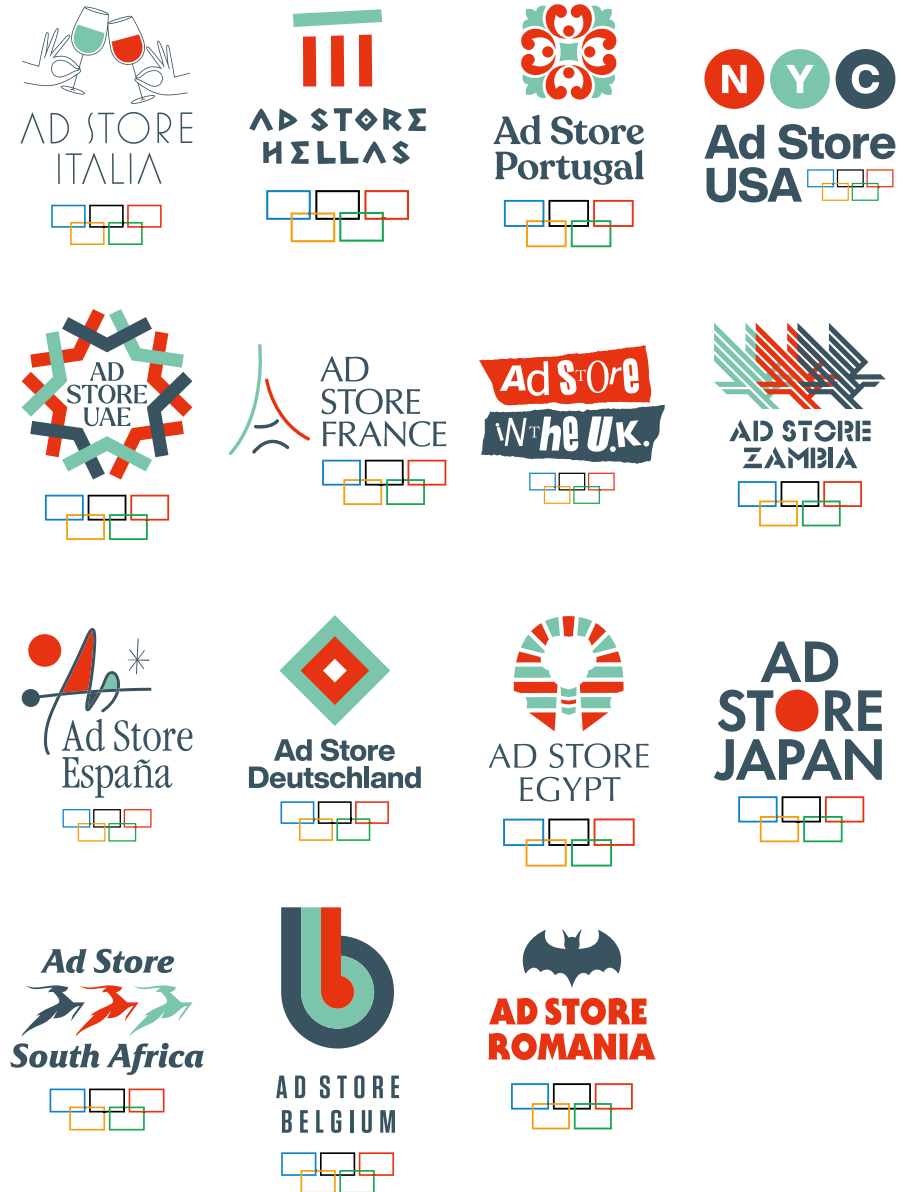
GR

ROUP

Creativity for Humans

We are an international creative agency with headquarters in Italy and 15 offices around the world. We believe in the power of collaboration, transparency, and sharing. Our agencies are united by the same philosophy and vision: Creativity for Humans.

www.adstore.com



Olympic Games 2024: the Ad Store Group, at its Convention in Paris, celebrated the values of the Olympic Games its own way, also by choosing the iconic language of the Olympic teams for each of its agencies.

_THE AD STORE GROUP



The Group numbers

16 countries

4 continents

18 languages

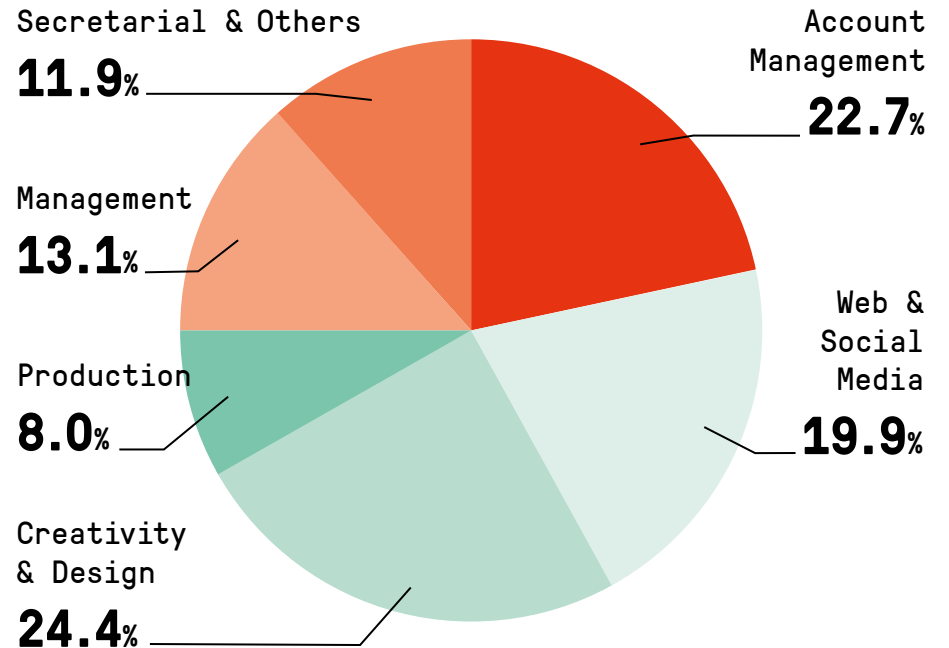
Arabic
Bemba
Chewa
English
French
German
Greek
Indonesian
Italian
Japanese
Nyanja
Portuguese
Romanian
Shona
Spanish
Yoruba
...

210 talents

42% under 40

57% women

Staff by role



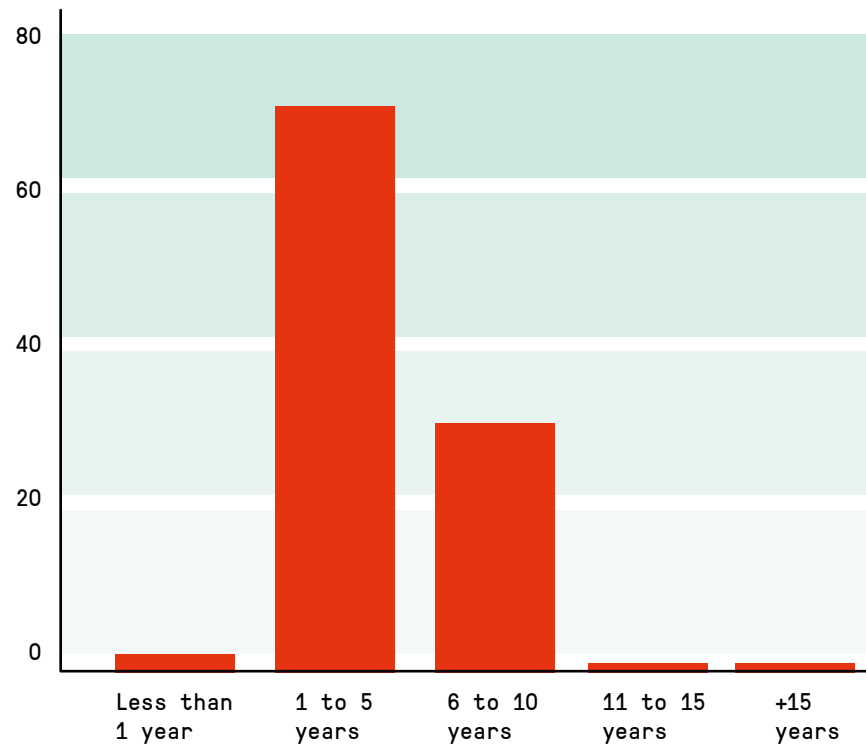
21MLN €

Global
Turnover

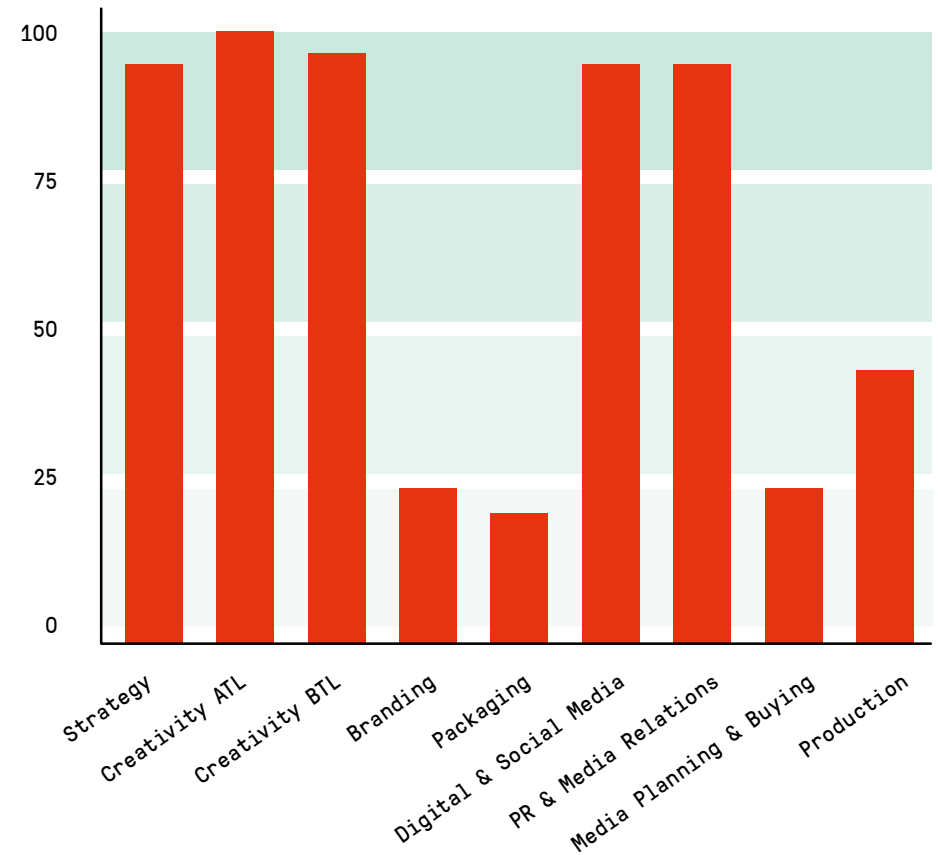
235

Active
Clients

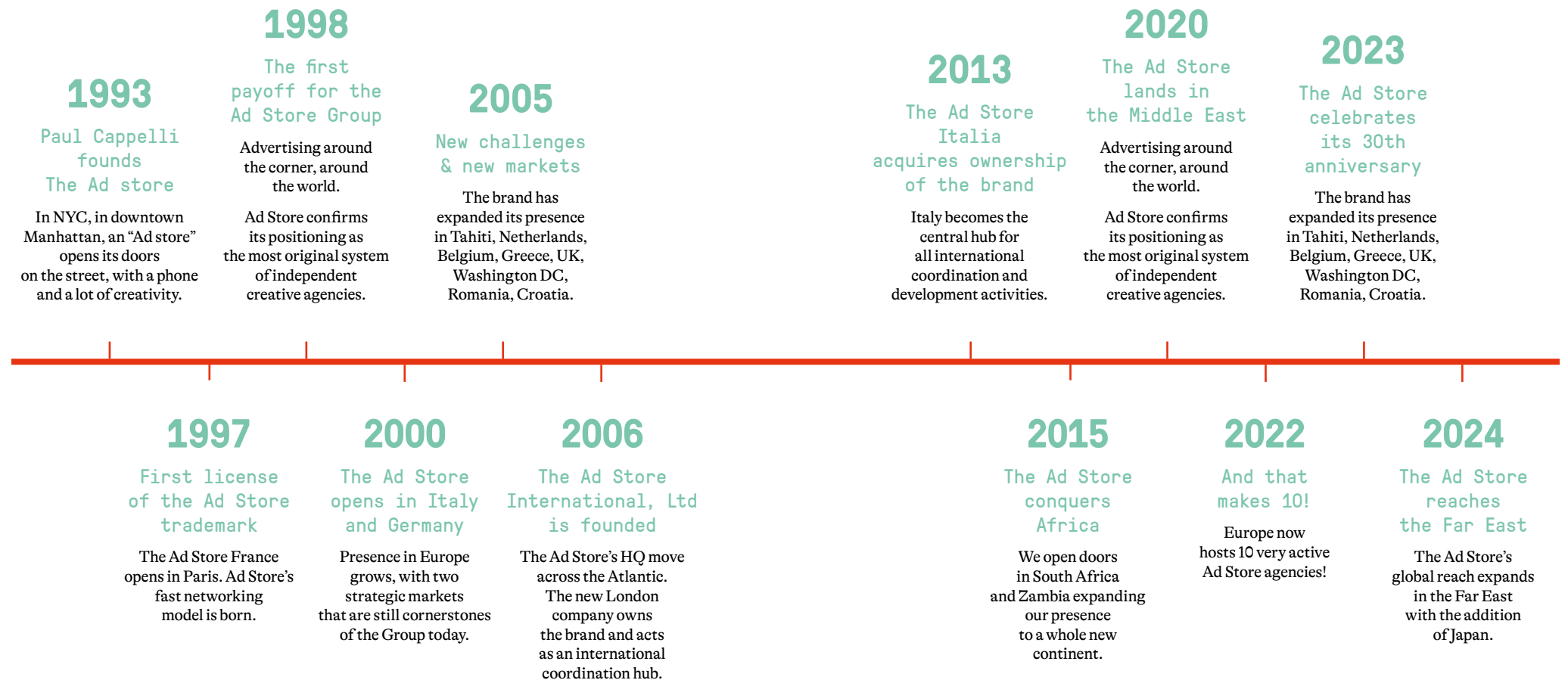
Staff average retention



Our services



Our history: 1993-2024



“Working with a group like Ad Store to develop innovative solutions offers a significant advantage to be more competitive in the market. The different experiences and skills of our group can generate unique and unexpected ideas, pushing the boundaries of creativity and the quality of our offering”



Christian Ferreira
CEO - The Ad Store France

“After so many years being part of this wonderful group, I can say that our network has evolved uniquely over the years. It is more than a group of agencies: it’s a family, based on trust & creativity”



Matthias Kröger
CEO - The Ad Store Germany

“In a world that is increasingly complex, our network proves year on year that we can and must always cooperate with one another in order to help each office outshine”



Bruno El Adm
Regional ME Director

**THE
AD
STORE
GROUP**

**IN
2024**

The fourth edition of the Ad Store Festival of Creativity

The unmissable annual event for all the global Ad Store teams around the world and their communities, to grow, exchange ideas, and open up to new opportunities and trends.
The title for 2024 is Move, an invitation to explore new territories and unleash your creativity, inspired by special guests of formidable renown.

3 special guests

Simone Legno, Co-founder & artist @Tokidoki
Tiziana Alamprese, CMO, CXO, Love-ting Specialist
Roland Haller, Creative director & Relationship Design Specialist @ Tsunagaru

105 participants

3.5 hours of live streaming

1 creative contest



Our Convention in Paris: an olympic edition

A tribute to the energy and spirit of the Olympic Games hosted in the French capital in 2024 and an important opportunity to discuss the topic of sports marketing, a constantly evolving sector, as well as the fundamental values of sport. Two days of team building, inspiration, growth, and discussion for all the Group's agencies, which had the opportunity to attend high-level training sessions held by international professionals in the sector.

3 special guests

Eve Beaulaigue, Mental coach di atleti olimpionici
Kalem Mauvois, Public Speaker in Sports Marketing
& Communication

Lionel Ingende, Teacher in Sport Law & Management
of Sport





**A YEAR
OF WOR
KING**

**TOGE
THER:**

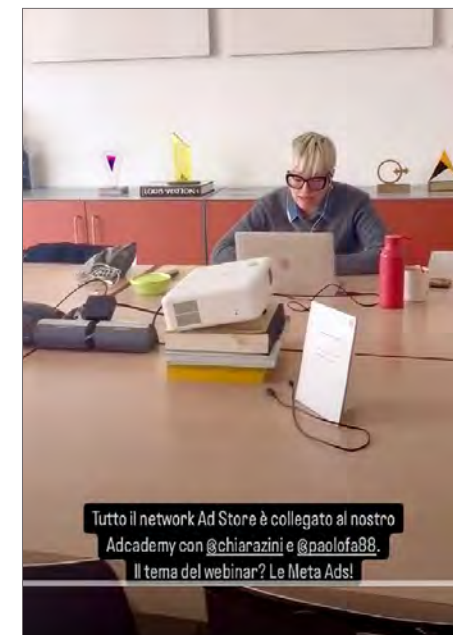
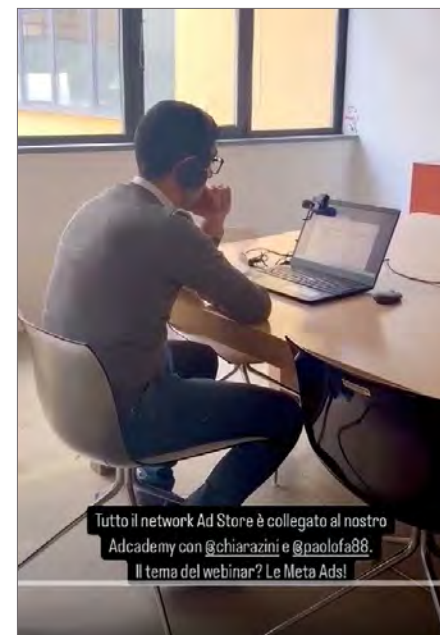
Adcademy: training made in Ad Store

The free training program for all global Ad Store resources will continue and expand in 2024. This year's six events focused on three macro themes: retail marketing, email marketing, and artificial intelligence and its applications to our work. There was also a soft skills session that revisited the topic of the year, namely movement and sport: a workshop led by a French mental coach, aimed at applying the best practices of stress management used by Olympic and Paralympic athletes to our working environment.

12 hours of training

6 speakers

117 participants



Addy: the new Group mascot

1 creative contest
15 designers
1 exceptional jury led
by Simone Legno: international
artist and founder of Tokidoki

Addy was born from
the creativity
of the Ad Store Group
and represents
all the passion we put
into everything we do



**AD
STO
RE**

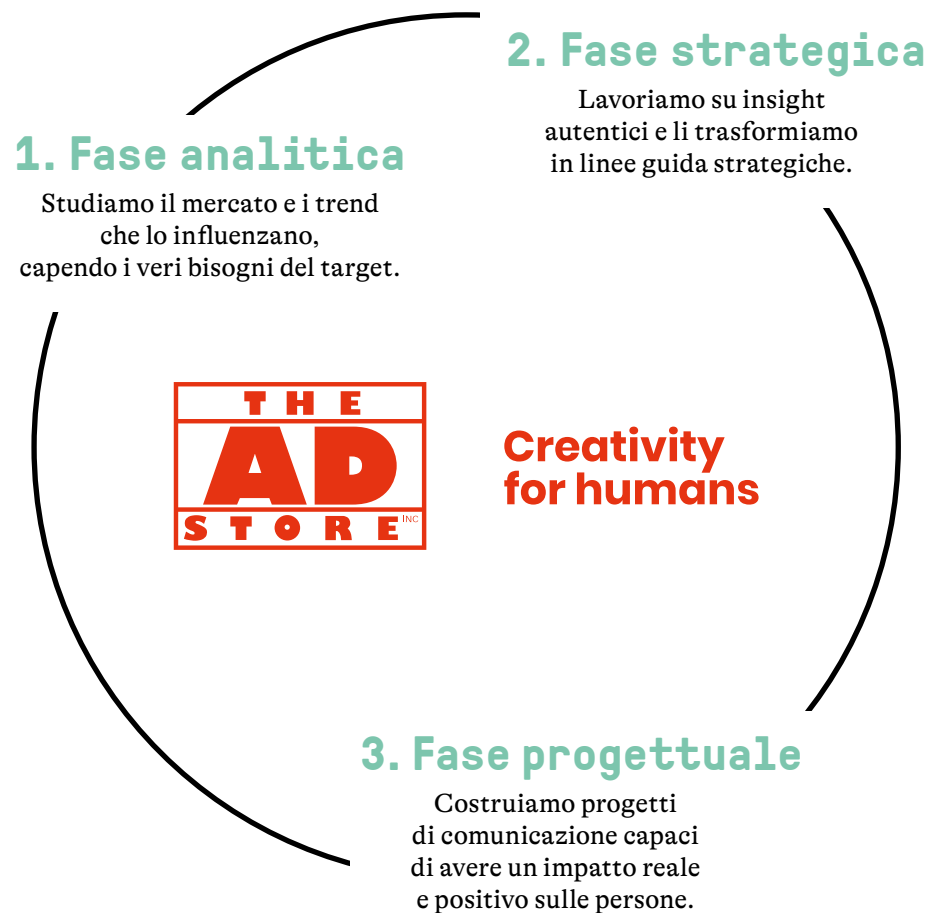
**ITA
LI
A**

Crediamo nelle idee e nei risultati

Siamo moltiplicatori d'impatto positivo: vogliamo creare relazioni autentiche tra i brand e le persone. Crediamo in una comunicazione purpose-driven che mette al centro le persone e inizia sempre con l'ascolto. Questa è la nostra Creativity For Humans. Una visione che parte dall'Italia e viene condivisa da tutto il nostro Gruppo internazionale.

Creative strategy
Digital & Social Media
Content production
Branding
Communication & PR Activations

Il nostro approccio



2024: fact & figures

3.300.606 €

Fatturato 2024

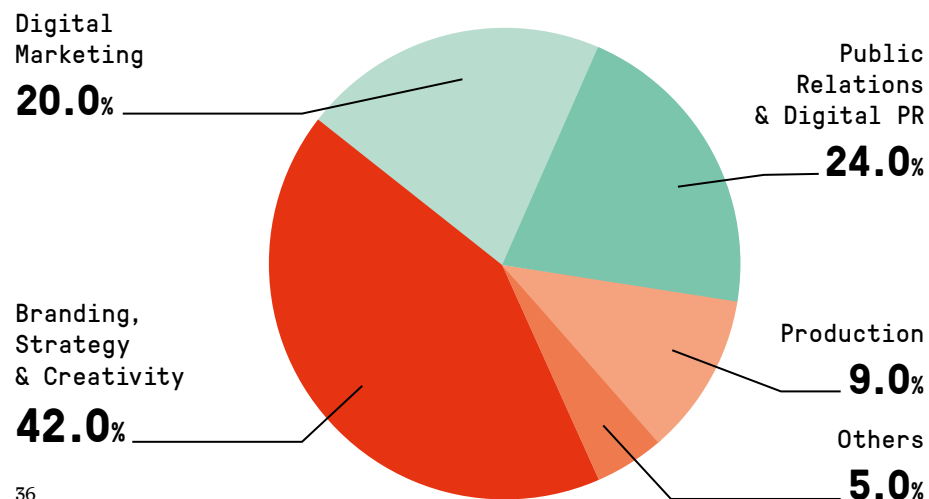
40

Clienti

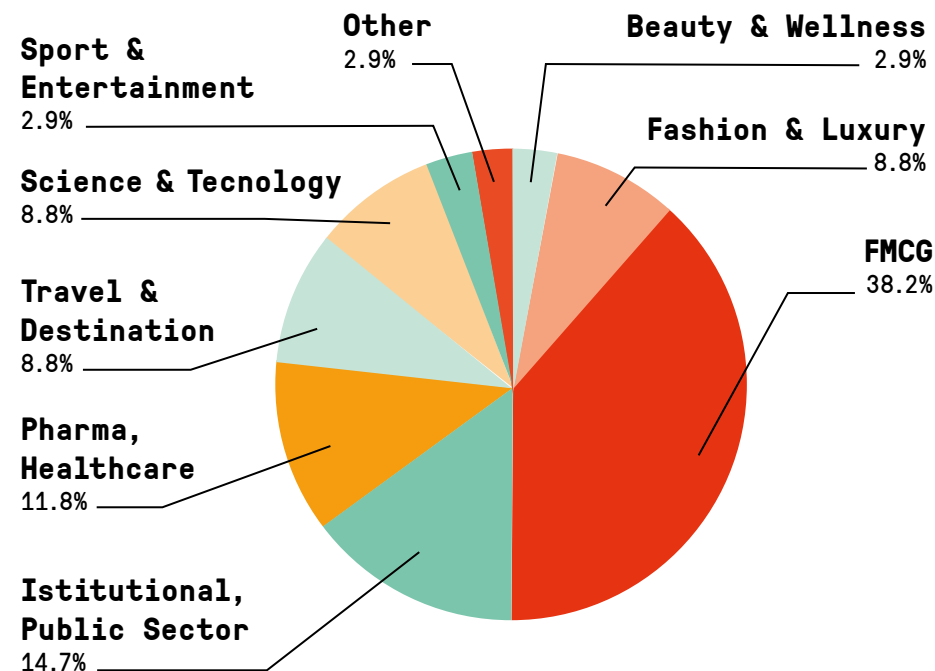
35

Collaboratori

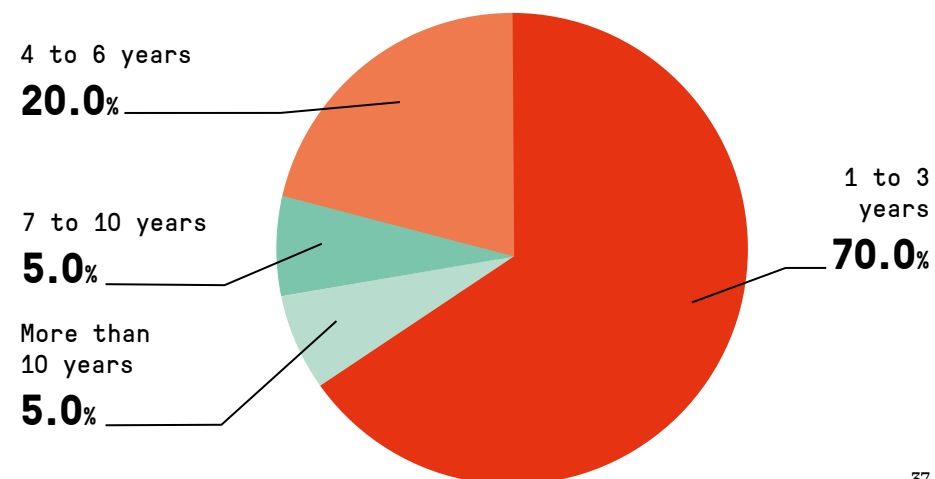
Servizi offerti



Clienti per industry



Durata collaborazioni



**CREA-
TIVITY
FOR
HUMANS**

**10
CAMPA-
GNE
2024**

B-Corp launch

L'evoluzione naturale di Saclà

Campagna integrata internazionale per il lancio della certificazione B-Corp di Saclà:

Creative strategy & storytelling

ADV

Video strategy

Website

Social media campaign

Press office & Media Relations



Sofficini Findus + Uno Carletto incontra Mattel

Brand activation per Sofficini in partnership con uno dei colossi dell'intrattenimento mondiale:

Creative strategy & storytelling

Partnership & limited edition

Character design

Consumer promo

Ad on pack

Materiali POP

Social contents

RISULTATI

+10% di vendite vs promo precedente

+61% di redemption vs promo precedente

1.200.000 impressions social & digital

Top 3 Findus best consumer promo



Capitan Findus + Playmobil

Una campagna integrata leggendaria

Brand activation e digital campaign supporto della consumer promo
Le Avventure di Capitan Findus by Playmobil:

Creative strategy

Ambient

Fake OOH

Social contents

Media partnerships

Consumer & PR event

Social contents



RISULTATI

+20 milioni contatti

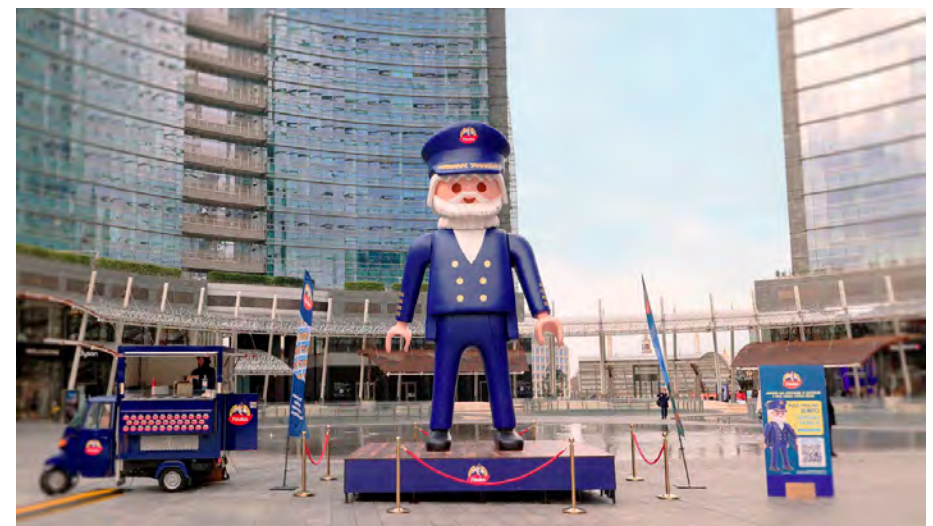
185K reactions

3K commenti

+77% impressions vs plan

+70% engagement rate vs benchmarks
Findus

3° classificato @ 21ª edizione di
Press, Outdoor & Promotion Key Award





SCOPRI TUTTI
I NOSTRI
PRODOTTI SU
WWW.FINDUS.IT



ACQUISTA UNA CONFEZIONE DI BASTONCINI
O PESCE PANATO CAPITAN FINDUS



PUOI VINCERE
SUBITO
CAPITAN
FINDUS

Felce Azzurra Fiori di Luna

Il profumo della buonanotte

PR & Digital campaign per il lancio di Felce Azzurra Fiori di Luna,
la prima linea realizzata con una speciale profumazione che favorisce
il sonno:

Creative strategy & storytelling

**Partnership feat. AIMS (Associazione Italiana
Medici del Sonno)**

Video campaign

Social contents

PR & Digital PR

Website

RISULTATI

18M contacts

+320% click VS plan

3K commenti

+15% impressions VS plan

1M social interactions

4.7M views (+2% VS plan)



Calciatori Panini

Una passione che unisce

Campagna integrata per il lancio della Collezione Calciatori Panini 2024:

Creative strategy & storytelling

Spot TV

Radio

ADV

Social media campaign

Digital campaign



Coop Vivi Verde l'ambiente sei tu

Campagna integrata per il rilancio del brand Coop Vivi Verde:

Creative strategy & storytelling

Brand manifesto

In store activation

OOH

Guerrilla

Sampling & giveaway



Roche SMA Talent School

Digital campaign: la prima scuola online che dà voce al talento delle persone con SMA (Atrofia Muscolare Spinale):

Creative strategy & storytelling
Social media
Content production
Events
PR

RISULTATI

+3,000 follower (comunità SMA Italia)

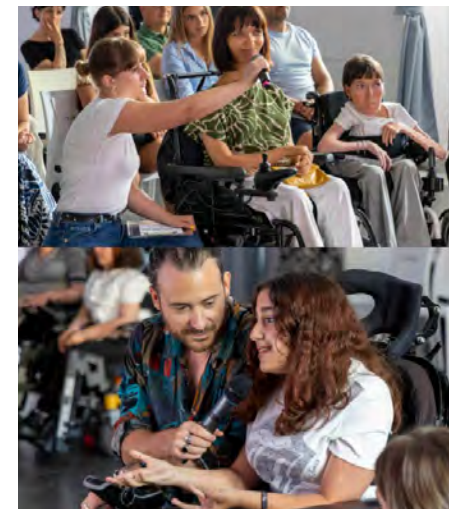
+24k interactions

3.3M reach

2.18% AVG rate of all posts

4.08% AVG rate on reach across all post

32.5% overall post attraction



Regione Emilia Romagna Mettiamo radici per il futuro

Campagna integrata e di sensibilizzazione per accelerare la transizione ecologica e generare un nuovo sviluppo sostenibile preservando le risorse naturali e tutelando il benessere delle persone:

Creative strategy & storytelling

Social media

Spot TV & Radio

ADV & OOH

Content production

Event

PR



Zalando Ogni giorno una gioia

Social media strategy per Privé by Zalando:

Creative strategy & storytelling
Social media
Digital PR
Influencer Marketing Campaigns

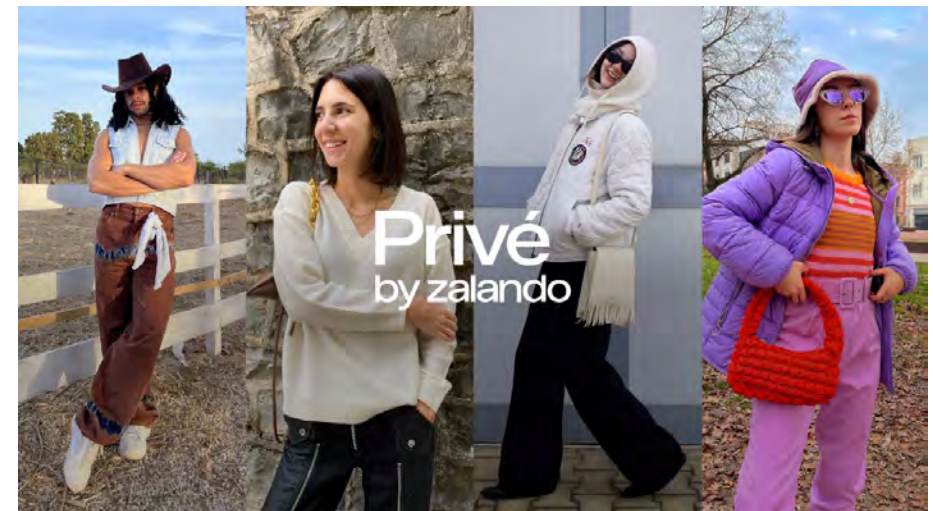
RISULTATI

+80 creators coinvolti

+650 contenuti realizzati

+18 MIO reach

+700K interactions



Alisei

We bring science to life

Corporate campaign per il Cluster Tecnologico Nazionale ALISEI, la rete italiana che promuove il dialogo tra Ricerca e Industria nelle Scienze della Vita:

Corporate storytelling
Content Production
Social media
PR & Media Relations
Events



**PIC-
COLO
SPA-
ZIO**

**PUB-
BLI-
CI-
TÀ**

Home About us Projects Creativity 4... ITA EN Contact us



Creativity for humans

Siamo un'agenzia creativa internazionale con headquarter in Italia e 15 uffici in tutto il mondo.

[About Us](#)

Our projects



Roche
SMA Talent School



Kiabi
Tuffati nell'estate con Kiabi







Findus Pisellini Primavera
60 anni di grandi ricette



Privé by Zalando
La forza della Dignità PR

[All Projects](#)

Human Report 2023

trovati i progetti e le iniziative più importanti che abbiamo sviluppato per generare un impatto positivo sulle persone, dentro e fuori l'azienda.

[Download](#)



HR23



Creativity4

I progetti di volontariato aziendale che trasformano i dipendenti in moltiplicatori d'impatto positivo.

[scopri di più](#)

Discover

[About us](#)
[Projects](#)
[Creativity 4...](#)
[Contact us](#)

Contact

Viale Frattini 20/D
43121 Parma, Italy
+39 0521 904345
info@adstore.it

Our Group

Join the Human Revolution, discover the Ad Store Group

[adstore.com](#)



© 2024 The Ad Store. All rights reserved. P.IVA 02027720145 [Privacy Policy](#) [Cookies Policy](#)

[Home](#) [About us](#) [Projects](#) [Creativity 4...](#) [ITA](#) [EN](#) [Contact us](#)

Intervista La presidente Borri: «Modello di sviluppo creativo»

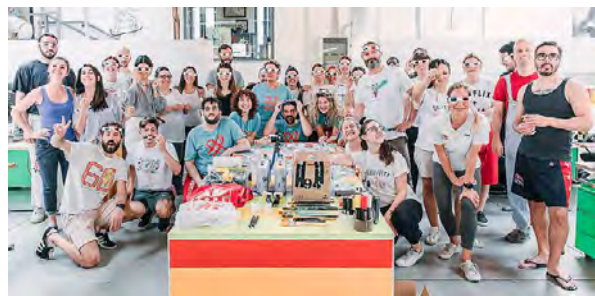
Ad Store cresce in Italia e si consolida all'estero

È un 2024 da incorinciare per Ad Store, agenzia creativa internazionale che dalla sua sede italiana a Parma coordina lo sviluppo del gruppo esportando un modello oggi presente in 15 Paesi.

Le ragioni sono molteplici, come ci spiega la presidente Natalia Borri.

«In Italia chiuderemo l'anno in forte crescita, con un fatturato di oltre 3,5 milioni ampiamente superiore alle previsioni - mette subito in evidenza - grazie alle numerose gare vinte e a diversi nuovi progetti e clienti acquisiti. Al tempo stesso si rafforza il nostro posizionamento internazionale. Quest'anno siamo sbarcati in Giappone, con l'ingresso nel gruppo di Yamano & Associates, con il quale abbiamo avviato un'importante attività di marketing per Mutti e al tempo stesso stiamo per iniziare una nuova collaborazione per un altro global brand food». La presidente sottolinea che il Paese nipponico rappresenta un focus molto importante nell'ambito del progetto di internazionalizzazione di Ad Store, insieme all'area Middle East e Nord Africa, dove l'agenzia ha due sedi, in Egitto e a Dubai e grandi progetti in cantiere.

«Per me fare impresa è una grande scelta creativa - tiene a sottolineare la Borri - e anche il modello di sviluppo internazionale di Ad Store è creativo, unico e diverso da tutti gli altri. Non è né una rete di agenzie indipendenti presenti nei mercati che non collaborano e non hanno una direzione strategica univoca, né il classico modello di casa madre e filiali, con logiche di business centrale. Il nostro è un sistema misto di fast networking: investiamo in agenzie, alcune controllate al 100% come a Dubai, altre partecipate, scegliendo i mercati che riteniamo più strategici. In altre aree, altrettanto interessanti, realizziamo partnership con realtà che entrano nel nostro network condividendo la filosofia, gli strumenti e il modello di lavoro di Ad Store attraverso un accordo commerciale. Avviene anche in Sud



Azienda
Sopra, foto di gruppo del team di Ad Store a Parma. A fianco, Natalia Borri, presidente di Ad Store.



Africa e in Zambia».

In tutto questo l'Italia resta un mercato fondamentale. «La mia idea, fin dall'inizio, è stata quella di aprire un'agenzia a Parma, ma al tempo stesso era ferma la volontà di superare i confini - spiega la presidente di Ad Store -. Il modello realizzato mi ha permesso di rimanere nella città che amo e in cui voglio vivere, di cogliere le numerose opportunità che questo territorio offre, con grandi brand e multinazionali e di dedicarmi alla comunicazione nel settore food, che rappresenta una passione da sempre. Ogni cliente sa di poter contare su una squadra italiana di 40 persone, ma anche su un know-how, su di una apertura mentale e conoscenza dei vari trend internazionali, grazie a un gruppo che comprende quasi 200

persone ed opera in quattro diversi continenti».

Con quali criteri si punta a un mercato piuttosto che a un altro? «A ispirare le ultime scelte sono state le esposizioni universali - risponde la Borri -. Prima di Expo 2020-2021 ho deciso di aprire a Dubai perché avevo clienti, come il gruppo Bracco, main partner di Padiglione Italia. È stata una grande occasione di kick off e l'anno prossimo con l'Expo in Giappone non volevo mancare all'appuntamento. Sarò a fianco di alcuni player presenti in Padiglione Italia, in un gran momento di scambio culturale».

Non ultimo il tema della crescita sostenibile. Ad Store ha appena lanciato il proprio Human Report relativo al 2023. «Uno strumento prezioso con cui misurare la capacità della nostra agenzia di produrre valore sociale ed economico condiviso - spiega la Borri -. In un unico documento sono state raccolte le azioni e i progetti più importanti messi in campo lo scorso anno dall'agenzia con lo scopo di generare un impatto positivo sulle persone. In un mondo in cui tutti parlano di impatto zero, da sempre Ad Store si impegna nel creare relazioni autentiche e di migliorare la vita delle persone. La nostra mission è quella di essere realmente moltiplicatori di impatto positivo, attraverso azioni concrete e scelte innovative».

Patrizia Ginepri
© RIPRODUZIONE RISERVATA



Meet the agency

Guarda l'intervista completa



**LA
NOSTRA
CUL-
TURA**

**AZI
ENDA
LE**

Le nostre persone

Ad Store è un insieme di voci, sguardi, idee.
Un gruppo in movimento costante, fatto di differenze che si intrecciano
e diventano forza. Un team che sa mettersi in discussione
e crescere insieme.

35 persone

60% donne

25% under 30

3 nuove assunzioni



Chief Happiness Officers: verso la fearless organization

Nel 2024 il benessere sul lavoro resta una sfida: solo il 9% degli italiani si dichiara soddisfatto sotto il profilo fisico, psicologico e relazionale, e appena il 5% si definisce felice.

Stress e ansia portano un lavoratore su tre ad assentarsi almeno una volta all'anno dal luogo di lavoro, mentre il 42% ha cambiato lavoro o pensa di farlo, spinto soprattutto dalla ricerca di un maggiore equilibrio psico-fisico.

Crescono i "job creeper" (dal 6% al 13%), incapaci di staccare, e restano stabili i "quiet quitter" (12%), che si limitano al minimo indispensabile.

Fonte Indagine sul lavoratore realizzata dell'Osservatorio Hr innovation practice della School of management del Politecnico di Milano con BVA Doxa

Carlotta e Angela, le nostre due Chief Happiness Officer, hanno contribuito a combattere questi sconcertanti dati. Come? Attraverso azioni, progetti e momenti di ascolto, socializzazione e formazione, mattone per mattone, per costruire insieme il modello di "felicità sostenibile".



Carlotta Varga



Angela Melegari

Work-life balance: ecco come lo facciamo

_Smart working: 2 gg alla settimana

_Crediti welfare annuali

_Bonus Bebè: per neo mamme e neo papà

_Bonus Pet: per chi accoglie un nuovo amico a quattro zampe in famiglia

_Birthday off: una giornata di ferie regalata dall'azienda per ogni compleanno

_1h di permesso: regalata ogni settimana

_Venerdì pomeriggio off
(da giugno a settembre)

_I Pranzi di Marta: bio lunch consegnato direttamente in agenzia

_Dispensa sempre piena

_Biblioteca con book sharing

_Play area & Inner garden

_Assorbenti gratuiti per tutte le collaboratrici grazie alla partnership con This Unique

_Welcome kit per le new entry

_Chief Happiness Officer a disposizione di tutti

3

neopapà

3

lauree festeggiate

10

update meetings

95%

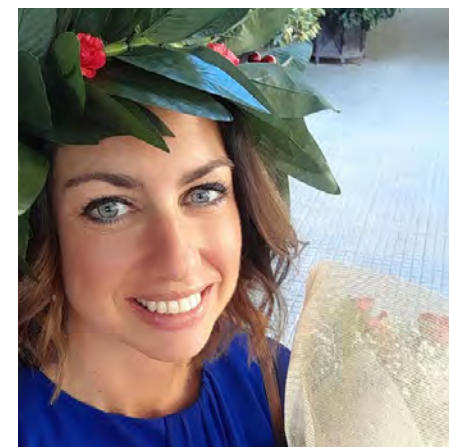
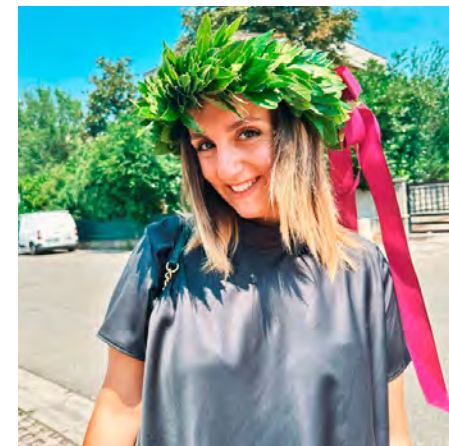
dei dipendenti
in smart working

2333

pasti consegnati

25

incontri di people
management



Non chiamatelo team building



Ad Store @ Magnani
Rocca

Per l'imperdibile mostra su Bruno Munari: una delle più iconiche figure del design e della comunicazione visiva del XX secolo.



Ad Store Pizza
Convention

Una tradizione irrinunciabile, un modo per ricaricarsi a colpi di pizze fatte a mano, cocktail e dj set, prima delle tanto attese ferie estive.



Ad Store
Xmas Party

La nostra immancabile cena di Natale, una serata dove c'è solo una regola: divertirsi.



Ad Store
Fantasanremo

La seconda edizione di una sfida intergenerazionale che cavalca uno degli eventi più social dell'anno.

Formazione continua

Corsi di lingua, coaching individuale, seminari in plenaria dedicati all'AI, al tema longevity e agli aspetti legali della comunicazione, con ospiti altamente specializzati come la professoressa Stefania Bandini e l'avvocato Massimo Tavella.

Nel 2024 abbiamo investito risorse ed energie per costruire un percorso formativo su misura per tutte le persone di Ad Store. Un approccio al lifelong learning che attraversa l'intero anno e offre strumenti concreti, contenuti di qualità e occasioni per crescere in modo autonomo, seguendo i propri obiettivi e bisogni professionali per un totale di **840** ore.



Welldone: rete di imprese per il benessere

Confermata anche nel 2024 l'adesione a Welldone, network di aziende che condividono best practice e progettano nuove azioni per il miglioramento della qualità della vita dei propri dipendenti e della comunità in cui si opera e si vive.

100 ore dedicate

6 incontri in plenaria

6 incontri con il team D&I



Certificazioni

Nel 2024 Ad Store ha ottenuto due certificazioni da **ChooseMyCompany – Italia: HappyIndex®AtWork e WeImpact®**. Un doppio riconoscimento che premia il nostro impegno concreto nel costruire un ambiente di lavoro positivo e nel generare impatto sociale e ambientale, secondo i parametri ESG. Questi risultati sono il frutto di un'analisi approfondita che combina dati interni e valutazioni raccolte direttamente dalle nostre persone. Misurano la qualità delle relazioni, il benessere organizzativo, l'inclusione e l'attenzione verso la sostenibilità. Un traguardo che ci conferma che i nostri valori si traducono in azioni, e che la direzione intrapresa è quella giusta.

CERTIFIED



HappyIndex®AtWork
ITALY 2024

CERTIFIED



WeImpactIndex®
ITALY 2024

**CREA
TIVI
TY 4**

**IL
COMI
TATO**



Dal purpose all'azione

Nato nel 2021, con l'obiettivo di dettare le linee di indirizzo e progettuali per attuare percorsi di ESG, welfare e volontariato aziendale, il Comitato Creativity 4... è il nostro modo per tradurre il nostro posizionamento in azioni concrete, tangibili e misurabili.

4 ambiti: coerenti con gli obiettivi dell'agenda Onu 2030: D&I, Community, Genzy, Environment

4 team: composti e guidati volontariamente dalle persone di Ad Store, a cui la direzione affida un budget ad hoc

4 obiettivi: per portare il cambiamento nel mondo attraverso le nostre persone

100% adesione delle persone Ad Store



CREA
TIVI
TY 4

COM
MUN
ITY



Dietro ogni errore c'è una storia

Dietro ogni errore ci sono persone, storie, sogni e possibilità di rinascita che meritano attenzione e rispetto. Conoscere il mondo del carcere ci ricorda che la dignità umana non deve mai essere negata, nemmeno a chi ha sbagliato. Per noi di Ad Store, Creativity for Humans significa anche dare voce a chi spesso resta invisibile e accendere luci su tematiche che riguardano tutti, anche se sembrano lontane. È compito della comunità non dimenticare chi vive al margine, ma costruire ponti di ascolto, rispetto e speranza. Solo mantenendo viva l'umanità, anche dentro quelle mura, possiamo definirci davvero una società capace di futuro.



Elisa Seletti - Senior Social Media Manager
e rappresentante del gruppo
Community del Comitato "Creativity 4...."

CIAK! Ad Store ti porta al cinema II edizione

A novembre 2024, nell'ambito del Parma Film Festival, Ad Store ha promosso una serata speciale di cinema e confronto con la proiezione gratuita del film Samad, in collaborazione con Parma per gli Altri e con il Patrocinio del Comune di Parma.

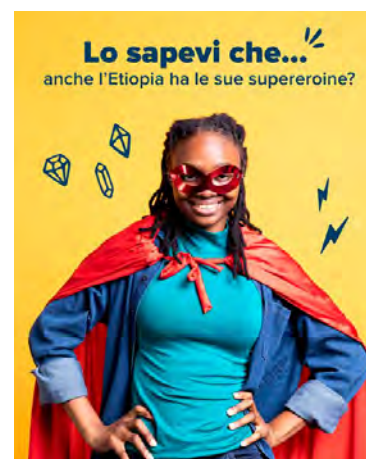
Il film, che affronta il tema della realtà carceraria con delicatezza e profondità, ha aperto uno spazio di riflessione su riscatto, umanità e seconde possibilità.

La serata si è conclusa con un dibattito partecipato insieme al regista Marco Santarelli, all'interprete Abdessamad Bannag e al Garante regionale dei detenuti Roberto Cavalieri. Un'occasione di dialogo aperto che ha lasciato un segno profondo nella comunità.



Volontariato di competenza: Parma per gli Altri ONG

Anche nel 2024 abbiamo scelto di camminare al fianco di Parma per gli Altri, ONG che da oltre trent'anni porta avanti progetti di sviluppo nel Corno d'Africa, in particolare in Etiopia, nei campi dell'istruzione, della sanità e dell'empowerment femminile. Per noi non è solo una collaborazione: è un legame costruito nel tempo, fatto di fiducia e obiettivi comuni. Ci occupiamo della comunicazione dell'associazione, raccontandone i valori e sostenendo eventi, convegni, concerti e serate speciali pensate per sensibilizzare, coinvolgere e raccogliere fondi. Un impegno che sentiamo profondamente nostro, e che ci ricorda ogni giorno quanto la creatività possa essere utile agli altri, in modo concreto.



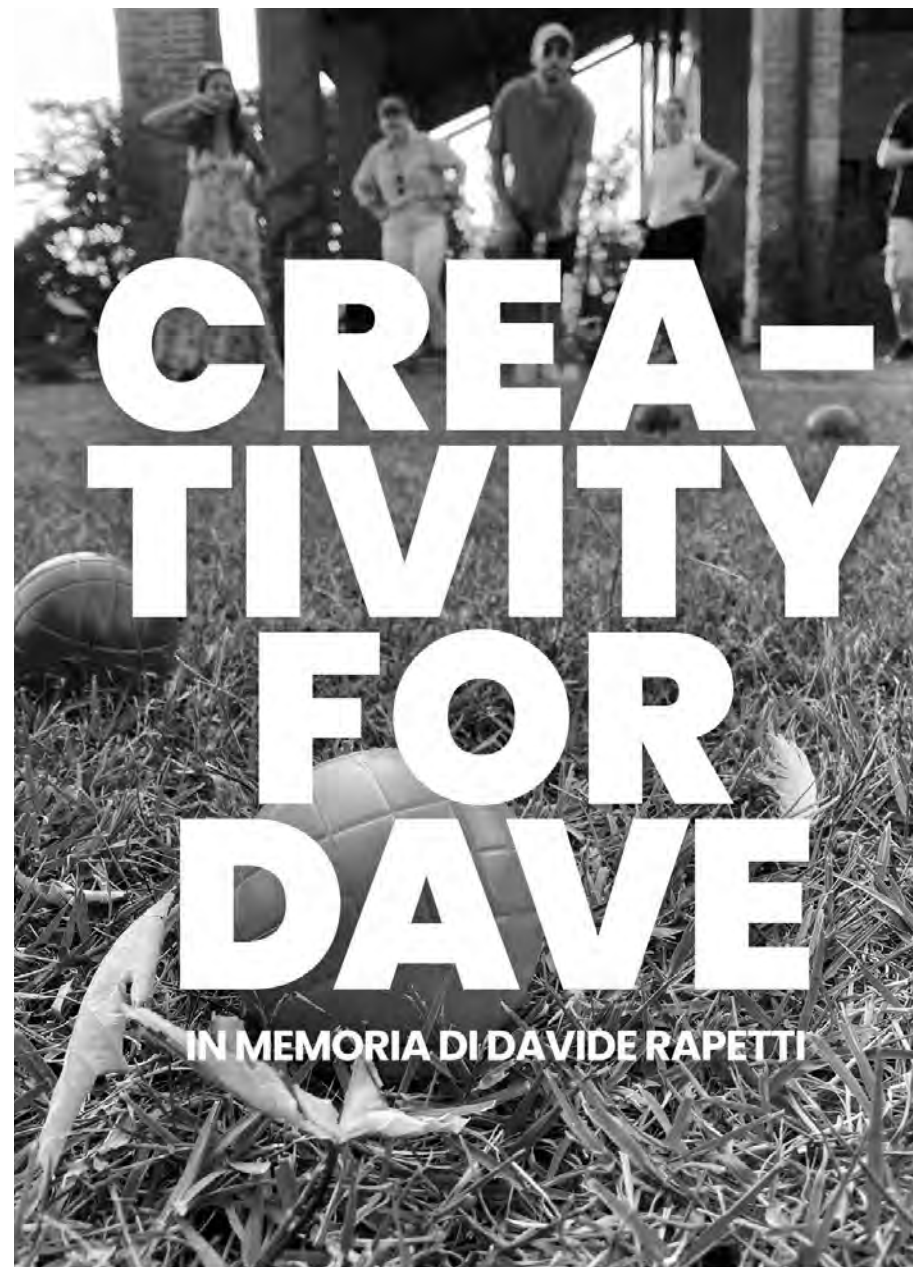
Le nostre iniziative di charity

Il torneo di bocce in memoria di Davide

Ogni anno, organizziamo un torneo di bocce in memoria di Davide Rapetti, collega speciale e amico generoso che ha lasciato un segno profondo in tutti noi. Il ricavato del torneo è stato devoluto al Centro Aiuti per l'Etiopia, per sostenere la costruzione di una scuola a Gofa. Un gesto semplice, che ci permette di far vivere ancora il suo spirito attraverso qualcosa di concreto, utile e bello.

Best Agency eCup

Abbiamo accettato la sfida insieme ad altre 29 agenzie, partecipando a un advergame in stile 8-bit con un obiettivo che andava ben oltre il gioco: sostenere una raccolta fondi per i bambini di Gaza, in partnership con Save the Children. Un modo creativo e coinvolgente per fare squadra, anche tra competitor, e contribuire a una causa importante.



Creativity
for humans

SOSTIENE



CREA

TIVI

TV 4

D

&

I



D&I: non un trend ma un approccio naturale

Diversità, equità, inclusione. Non si tratta di un trend ma di un nostro naturale approccio alle cose. Un principio, una mission imprescindibile da ogni azione, relazione e progetto che mettiamo in campo. L'attenzione è rivolta al nostro team, al nostro Gruppo, al nostro territorio e ai nostri clienti e stakeholder. La diversità è ricchezza, crescita, innovazione, creatività. L'equità e l'inclusione sono la garanzia che tutti possano contribuire al percorso, al raggiungimento degli obiettivi. Si tratta semplicemente di alzare lo sguardo e lasciarsi coinvolgere.

Carlotta Varga



Carlotta Varga- Chief Happiness Officer
e rappresentante
del gruppo D&I del Comitato "Creativity 4...."

The Type Fa.Ce.

Un carattere unico

II edizione

Nel 2023 è nato The Type Fa.Ce., un font speciale realizzato insieme ai ragazzi dell'Associazione Fa.Ce. di Parma e al team di Ad Store. Ogni lettera è stata disegnata a mano durante un laboratorio creativo, poi digitalizzata dai designer dell'agenzia per dare vita a un carattere unico, inclusivo e ricco di significato.

A Natale 2024, il progetto è stato rilanciato con un video emozionante, che ha visto protagonisti i ragazzi dell'associazione, le persone dell'agenzia e alcuni volti noti della città, con il Patrocinio del Comune di Parma.

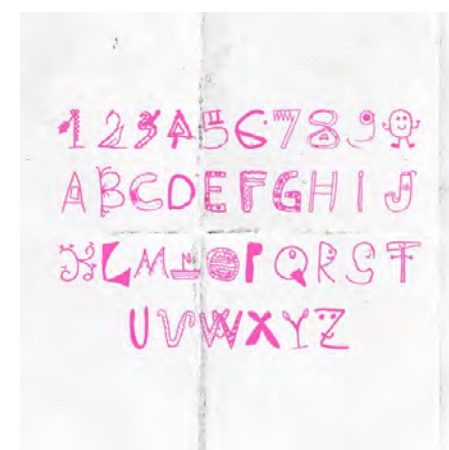
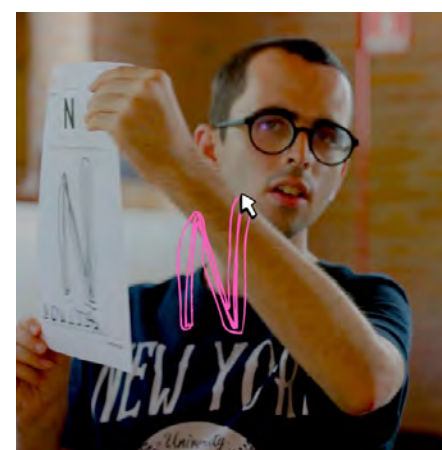
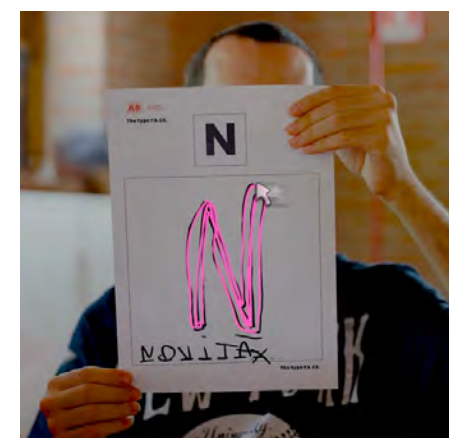
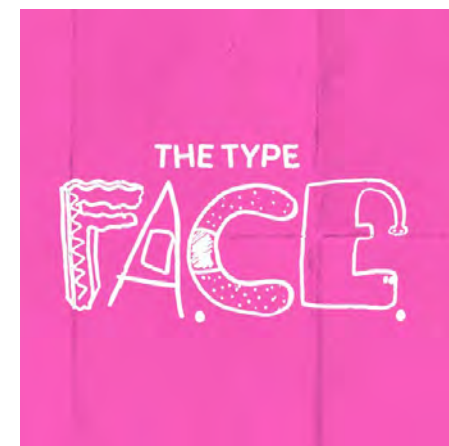
25 persone coinvolte

80 ore dedicate al progetto

138.937 copertura

228.889 impressioni

2.194 click



Fondazione Sodalitas: la Carta per le pari opportunità e l'uguaglianza sul lavoro

Dal 2021 abbiamo sottoscritto la Carta per le pari opportunità e l'uguaglianza sul lavoro di Fondazione Sodalitas, rinnovando ogni anno il nostro impegno concreto nella promozione di ambienti inclusivi, del pluralismo e del rispetto delle differenze. Fondazione Sodalitas invita annualmente i sottoscrittori a compilare il D&I Self Assessment, una valutazione strutturata che si traduce in un Rating ufficiale, basato su criteri oggettivi di governance, cultura e prassi operative. Ecco i nostri risultati:

Assessment 2024: 93,3
(in crescita rispetto al 92,6 del 2023)

100% di impegno della direzione

100% di politiche e strategie D&I adottate

93% di applicazione dei principi inclusivi in tutti i processi aziendali



**Carta per le
pari opportunità
e l'uguaglianza
sul lavoro**

La nostra organizzazione contribuisce alla lotta contro tutte le forme di discriminazione sul luogo di lavoro e valorizza le diversità nella comunità di riferimento.



**Carta per le
pari opportunità
e l'uguaglianza
sul lavoro**

La nostra organizzazione supera gli stereotipi di genere, attraverso adeguate politiche aziendali, formazione e sensibilizzazione, iniziative per la leadership femminile.



**Carta per le
pari opportunità
e l'uguaglianza
sul lavoro**

La nostra organizzazione sviluppa il principio di parità di trattamento nei processi che regolano tutte le fasi della vita professionale e della valorizzazione delle risorse umane.



**Carta per le
pari opportunità
e l'uguaglianza
sul lavoro**

La nostra organizzazione fornisce strumenti concreti per favorire la conciliazione dei tempi di vita e di lavoro.



**Carta per le
pari opportunità
e l'uguaglianza
sul lavoro**

La nostra organizzazione comunica il valore della diversità al proprio interno e verso gli stakeholder esterni.

Cresco Award: Ad Store premia il Comune di Napoli

Abbiamo partecipato con entusiasmo all'edizione 2024 del Cresco Award, che premia i Comuni italiani impegnati nella sostenibilità dei territori, in linea con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite. Organizzato dalla Fondazione Sodalitas, con il supporto di ANCI e la collaborazione di aziende all'avanguardia, il premio riconosce i progetti più innovativi, che spaziano dall'inclusione sociale all'economia circolare, dall'efficienza energetica alla mobilità sostenibile, fino al welfare locale e alla riduzione degli sprechi. Ad Store ha deciso di premiare il progetto "Altri Natali" del Comune di Napoli per il suo impegno nella promozione di buone pratiche e obiettivi chiari in ambito D&I, offrendo al Comune una campagna di city branding per la valorizzazione di Piazza Mercato.

126 progetti

105 enti partecipanti

1 campagna di city branding offerta
da Ad Store



CREA

TIVI

TV 4



GEN

ZY

C'è una differenza tra parlare ai giovani e lavorarci davvero

C'è chi dice che la Gen Z non voglia lavorare.
Che sia fragile, distratta, incoerente.
Che viva per i meme e cambi idea come cambia
account. Quello che vediamo noi, ogni giorno,
è un'altra storia.

Lavorare con i giovani, per noi, è un cambio
di prospettiva continuo: a volte faticoso, spesso
sfidante, sempre utile. È il modo più concreto
per rimanere sul pezzo. Per non smettere
di farci domande. Lavorare con i giovani
ti ricorda che crescere non è mai solo una
questione di seniority. Per questo, negli ultimi
anni, abbiamo scelto di agire. Di non limitarci
ad attrarre giovani talenti, ma di meritarceli.
Creando le condizioni per cui vogliano restare.
Costruendo un ambiente dove chiunque possa
mettersi alla prova, prendersi spazio, imparare.
E, soprattutto, avere qualcosa da insegnare.

Antonella de Gironimo



Antonella de Gironimo - Creative Strategy Director
e rappresentante del gruppo
GenZ del Comitato "Creativity 4...."

Premio Paul Cappelli II edizione

Dare spazio ai giovani significa anche metterli di fronte alle sfide più complesse. Per questo, la seconda edizione del Premio Paul Cappelli, nato in memoria del fondatore di Ad Store e realizzato ancora una volta in collaborazione con Accademia di Comunicazione, ha messo al centro un tema difficile e spesso invisibile: la realtà carceraria dei minori. Il progetto ha coinvolto gli studenti dei corsi di Art Direction e Copywriting, chiamati a ideare una campagna di raccolta fondi per Kayros, un'associazione che da 25 anni accoglie e accompagna adolescenti e giovani adulti con procedimenti penali, aiutandoli a ricostruire il proprio futuro attraverso percorsi educativi personalizzati. Oltre alla campagna, i partecipanti hanno lavorato anche alla creazione del logo celebrativo per i 25 anni dell'associazione.

1 borsa di studio da 1500 euro

3 vincitori

12 studenti coinvolti

14 proposte

6 meeting



Ridurre il gap tra scuola e mondo del lavoro

Ad Store crede fortemente nei giovani e investe costantemente nel loro sviluppo. Nel 2024, questo impegno si è concretizzato con l'ingresso nel nostro team di 12 studenti provenienti da università, enti e scuole superiori, sia italiani che internazionali. Hanno avuto l'opportunità di lavorare a stretto contatto con i nostri professionisti, intraprendendo percorsi formativi pratici e dinamici, pensati per favorire la crescita e garantire un affiancamento continuo.

3200 ore di tirocini

12 tirocini universitari e scolastici



Open Day Istituto Rondani

Abbiamo accolto con entusiasmo l'invito dell'Istituto Rondani a partecipare al loro Open Day. In questa occasione, abbiamo avuto il piacere di raccontare la nostra realtà a decine di giovani studenti, condividendo alcune case history significative e rispondendo con interesse alle numerose domande dei ragazzi, curiosi di conoscere il mondo della comunicazione e del marketing.



YouTube Academy

Un evento realizzato in collaborazione con ADCI e Google: un workshop dedicato agli ultimi aggiornamenti di YouTube e alla presentazione di case history stimolanti e coinvolgenti. Nel 2024 l'iniziativa si è tenuta esclusivamente a Roma e Parma, quest'ultima tappa ha visto la collaborazione di Ad Store che ha contribuito coinvolgendo numerosi studenti universitari e delle scuole superiori del territorio.

P **Parma**
*Candidata a
Capitale Europea
dei giovani 2027*

YouTube Academy

Giovedì 16 maggio 2024
Ore 11:00 – 13:00
Sala Anedda dell'Assistenza Pubblica
Via Gorizia 2



Comune di Parma

Google

YouTube



CREA
TIVI
TY 4

ENVI
RON
MENT



Nessuno si salva da solo (ma tutti insieme, forse sì)

La creatività può salvare l'ambiente?

Noi crediamo di sì. Ma non da sola.

Serve l'impegno, la costanza, la consapevolezza che ogni piccola scelta, se condivisa, se fatta con convinzione, può avere un impatto reale.

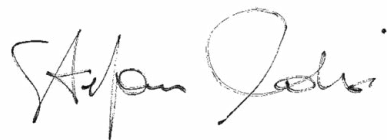
Alla base del cambiamento ci sono le persone.

Quelle che, invece di lamentarsi, alzano la mano.

Quelle che decidono di mettersi in gioco.

Quelle che, magari in silenzio, cambiano abitudini e riscrivono comportamenti. In Ad Store, proviamo a farlo ogni giorno: riducendo gli sprechi, camminando di più, stampando di meno, spegnendo luci inutili e accendendo idee migliori.

E magari ispirando qualcuno a fare lo stesso.



Stefano Adorni - Copywriter & Content Manager
e rappresentante del gruppo
Environment del Comitato "Creativity 4...."

#CreativityAgainstWaste

Ogni anno, un terzo del cibo prodotto nel mondo viene sprecato, e in Italia questa perdita vale 9 miliardi di euro, con il 42% che proviene dalle nostre case. Da questo insight nasce #CreativityAgainstWaste, il nostro progetto contro lo spreco alimentare. Una campagna video dedicata alle ricette antispreco. Ogni video, girato nella cucina della nostra agenzia, vede uno “chef Ad Store” diverso e recupera prodotti dei nostri clienti, rendendo protagonisti gli avanzi in modo semplice, veloce e creativo.



**IL
NOSTRO
CONTRI-
BUTO**

**PER
L'AM-
BIEN-
TE**

Il nostro contributo per l'ambiente

Carta riciclata

Stampare meno, stampare meglio. In Ad Store usiamo solo carta riciclata e promuoviamo una cultura paperless, non per moda ma per coerenza: ogni foglio in meno è una risorsa in più per il pianeta.

-50% utilizzo di carta

Raccolta differenziata

Gestiamo responsabilmente i rifiuti, conformandoci pienamente alle normative vigenti sulla raccolta differenziata del nostro Comune. I contenitori utilizzati per il trasporto del pranzo consegnato giornalmente in agenzia sono biodegradabili e compostabili. Questa attenzione ai dettagli riflette il nostro impegno tangibile nel promuovere la sostenibilità ambientale anche nel nostro ambiente di lavoro.

Smaltimento **100%** conforme alle norme locali

Packaging compostabile per i pasti giornalieri

Plastic free

Già da due anni abbiamo detto addio alle bottigliette di plastica e accolto gli erogatori collegati alla rete idrica. Acqua fresca e sostenibile, ogni volta che serve. Un piccolo gesto, ma ripetuto centinaia di volte.

Risparmio stimato: tra **2,5** e **5,3** kg di plastica annui a persona

Totale annuo: tra i **100** e i **212** kg di plastica risparmiata

Energia elettrica pulita

L'energia che alimenta le nostre idee arriva da fonti rinnovabili. Sole, vento, acqua: basta combustibili fossili per far girare le rotative creative. È una scelta che abbiamo fatto consapevolmente e che vogliamo mantenere.

100% energia certificata green

Emissioni indirette (Scope 2) ridotte a **600** kg di CO₂

Lo smart working fa bene (anche al pianeta)

Lo smart working è una scelta che, in termini ambientali, fa la differenza. Con un calcolo basato sulle emissioni medie da trasporto privato (167 g/km, fonte ISPRA), abbiamo stimato il risparmio di CO₂ legato al lavoro da remoto. Ogni giorno di smart working è un piccolo regalo al pianeta. Noi continuiamo a farlo con convinzione.

49 tonnellate di CO₂ evitate in un anno

**RE
CAP**

Obiettivi & azioni

Nell'edizione 2023 ci siamo dati degli obiettivi per costruire le linee guida degli interventi da attuare per accrescere la nostra Human Sustainability. Ecco una sintesi di ciò che è stato fatto.

Investire sulla crescita dei giovani

>> Nel '24 l'ospitalità riservata ai tirocinanti è aumentata del 45% rispetto all'anno precedente e sono aumentate le occasioni per loro di presa di parola con gli stakeholder, con i clienti e con i fornitori e le ore dedicate al confronto con i propri directors per definire percorsi di crescita e mentoring.

Accrescere il senso di appartenenza degli employees al Gruppo

>> Convention internazionale, Ad Store Festival of Creativity e Adcademy sono state occasioni fondamentali oltre alla messa a terra di progetti condivisi tra più Paesi del Gruppo.

Valorizzare i percorsi di welfare e le best practices

>> Il '24 ha visto un aumento di risorse dedicate ad attività svolte con network di aziende e istituzioni, come Welldone e Fondazione Sodalitas, focalizzate alla condivisione di best practices con l'obiettivo di migliorare il nostro programma di welfare&wellbeing.

Investimenti & ore

Riportiamo un recap di sintesi degli investimenti sostenuti e delle ore dedicate. Il calcolo è stato generato utilizzando il budget previsionale e il bilancio consuntivo dell'anno 2024 e i tool di rilevazione delle ore dedicate ai singoli progetti afferenti le aree analizzate.

Area di intervento	Investimento in euro		Tempo in ore
Our Employees	107.700€	+	37.930h
	Welfare, formazione, risorsa dedicata e altri servizi		
Our Group	33.000€	+	2.950h
	Formazione, risorsa dedicata e altri servizi		
Our Social Commitment	15.000€	+	4.020h
	Progetti di volontariato d'impresa, di volontariato di competenza, di comunità e altri progetti		

Note metodologiche

Il presente documento costituisce la rendicontazione non finanziaria di Ad Store Italia e del Gruppo, redatta su base volontaria con l'obiettivo di comunicare agli stakeholders la vision e le performance negli ambiti di riferimento individuati dall'azienda.

I dati raccolti sono frutto di survey, di ascolto dei dipendenti e dei collaboratori e di misurazione di dati attraverso tool di rendicontazione e analisi, utilizzati dall'organizzazione e di dati forniti da fonti esterne, come Fondazione Sodalitas.

Grazie a tutti quelli che hanno reso possibile la quarta edizione del nostro Human Report, e in particolare al board del Comitato Creativity 4.... e tutti i dipendenti e collaboratori che credono in Ad Store e nella sua "Creativity for Humans".

**E tu, hai qualcosa di speciale che vuoi
condividere o semplicemente annotare?**

Usa le pagine seguenti per prendere nota.
Se ti fa piacere, inviale
a **carlotta@adstore.it**



**Creativity
for humans**

adstore.it