



**FIERA MILANO**

# Report di Sostenibilità 2015

Annuale



**Fiera Milano S.p.A.**

Sede legale: Piazzale Carlo Magno, 1 - 20149 Milano

Sede operativa ed amministrativa: S.S. del Sempione, 28 – 20017 Rho (Milano)

Capitale Sociale: Euro 42.445.141,00 i.v.

Registro Imprese, C.Fe P. IVA 13194800150 – R.E.A. 1623812

# indice

<b>Messaggio agli <i>stakeholder</i></b>	2
<b>Il Gruppo Fiera Milano</b>	4
Chi siamo	5
La nostra storia	8
Mission	9
I valori guida	9
<b>Come abbiamo redatto questo rapporto</b>	10
I nostri <i>stakeholder</i>	10
I temi chiave di rendicontazione	12
<b>La governance e i sistemi di gestione</b>	13
L'anticorruzione	15
I conflitti di interesse	16
I sistemi di gestione certificati	16
Il controllo dei nostri fornitori	17
<b>Le attività: manifestazioni, congressi e servizi correlati</b>	20
<b>Il valore generato per i nostri clienti</b>	25
Lo sviluppo di relazioni tra visitatori ed espositori per le manifestazioni direttamente organizzate	28
La promozione delle manifestazioni	29
L'offerta di servizi	32
<i>Smart Services</i> per migliorare l'esperienza dell'evento	32
L'accoglienza	33
Un'offerta alimentare per tutti	34
L'accessibilità	35
<b>L'impatto sul territorio</b>	36
Le eredità	37
<b>Le nostre persone</b>	39
Le pari opportunità	40
L'attenzione verso i dipendenti	41
La formazione e i percorsi di sviluppo	42
La sicurezza	44
Composizione del personale	45
<b>La gestione ambientale</b>	47
L'energia	48
La mobilità	49
Le emissioni	51
La risorsa idrica	51
I rifiuti	52
Le politiche di <i>green procurement</i>	53
<b>Nota metodologica</b>	54
<b>GRI G4 Content Index</b>	56

# messaggio agli *stakeholder*

*Gentili lettori,*

è con grande piacere che vi presentiamo il primo Report di Sostenibilità del Gruppo Fiera Milano che offre ai nostri *stakeholder* una rappresentazione del rapporto tra l'attività produttiva quotidianamente svolta dal Gruppo in Italia e la più ampia sfera sociale in cui tale attività si inserisce.

Questo primo Report di Sostenibilità raccoglie le iniziative con cui traduciamo in azioni concrete la responsabilità sociale di cui siamo profondamente consapevoli. Ma ci piace considerarlo anche un impegno per il futuro verso i nostri *stakeholder* orientato al continuo innalzamento nel tempo degli obiettivi e alla continua verifica dei risultati raggiunti.

Fiera Milano è una piattaforma strategica di relazioni, business e internazionalizzazione, al servizio dell'economia del Paese e della creazione di lavoro e benessere.

Tale ruolo definisce una prima, forte responsabilità nei confronti della collettività: le aziende e gli operatori economici che utilizzano il canale fieristico per relazionarsi e crescere; il territorio in cui Fiera Milano è inserita e che beneficia delle ricadute economiche di questa presenza (secondo il Servizio Studi e Sviluppo di Fondazione Fiera Milano, 33,3 miliardi di Euro nel decennio trascorso dall'apertura del quartiere espositivo di Rho); gli organismi associativi e le istituzioni locali e centrali che considerano le fiere motore di sviluppo. Questo ruolo è stato certificato dal successo dell'aumento di capitale a pagamento, concluso con la sottoscrizione di oltre il 95% delle azioni in offerta.

Il 2015 è stato un anno molto importante anche per altri motivi: abbiamo concluso l'acquisizione di Ipack-Ima completando la filiera del mercato food nel settore del *packaging* e i nostri quartieri fieristici hanno ospitato un eccezionale calendario delle manifestazioni. A questo va aggiunto il valore portato da Expo Milano 2015 nella capacità di qualificare Milano come piazza prestigiosa in grado di ospitare grandi eventi internazionali, anche concomitanti.

La nostra responsabilità sociale non si esaurisce però qui. Al contrario, si estende alla sicurezza, che dobbiamo garantire per tutte le attività che si svolgono nelle nostre strutture; all'efficienza e godibilità, anche estetica, dei quartieri espositivi attraverso il loro monitoraggio costante e la tempestività degli interventi eventualmente necessari; all'accessibilità degli spazi espositivi e congressuali per i soggetti più deboli, secondo quanto previsto nel nostro piano Fieraccessibile; ai dipendenti, di cui dobbiamo ascoltare le esigenze, coltivare le capacità con una formazione continua, rafforzare la fiducia con la garanzia di pari opportunità, equità di trattamento, *welfare* aziendale.

Ultima, ma non certo in ordine di importanza, vi è poi la responsabilità sociale verso l'ambiente, di cui Fiera Milano si fa carico con interventi di efficientamento energetico e idrico, certificazioni internazionali di alcuni processi e dell'efficienza degli edifici, sostenibilità del ciclo di smaltimento dei rifiuti, mitigazione dell'impatto ambientale della mobilità collegata alle manifestazioni fieristiche.

Al fine di accrescere il valore per tutti gli *stakeholder*, il Gruppo Fiera Milano ha deciso di impostare la propria crescita rafforzando la leadership delle manifestazioni direttamente organizzate e creando le condizioni per organizzare appuntamenti all'estero opportunamente adattati alle caratteristiche dei mercati locali.

Con la consapevolezza di aver tracciato un importante percorso per continuare ad alimentare la fiducia reciproca, ci auguriamo che questo Report di Sostenibilità sia di stimolo per ulteriori opportunità di dialogo con tutti gli *stakeholder*.

Buona lettura



**Roberto Rettani**  
PRESIDENTE



**Corrado Peraboni**  
AMMINISTRATORE DELEGATO

# il Gruppo

## Fiera Milano



Manifestazioni Italia



Manifestazioni estero



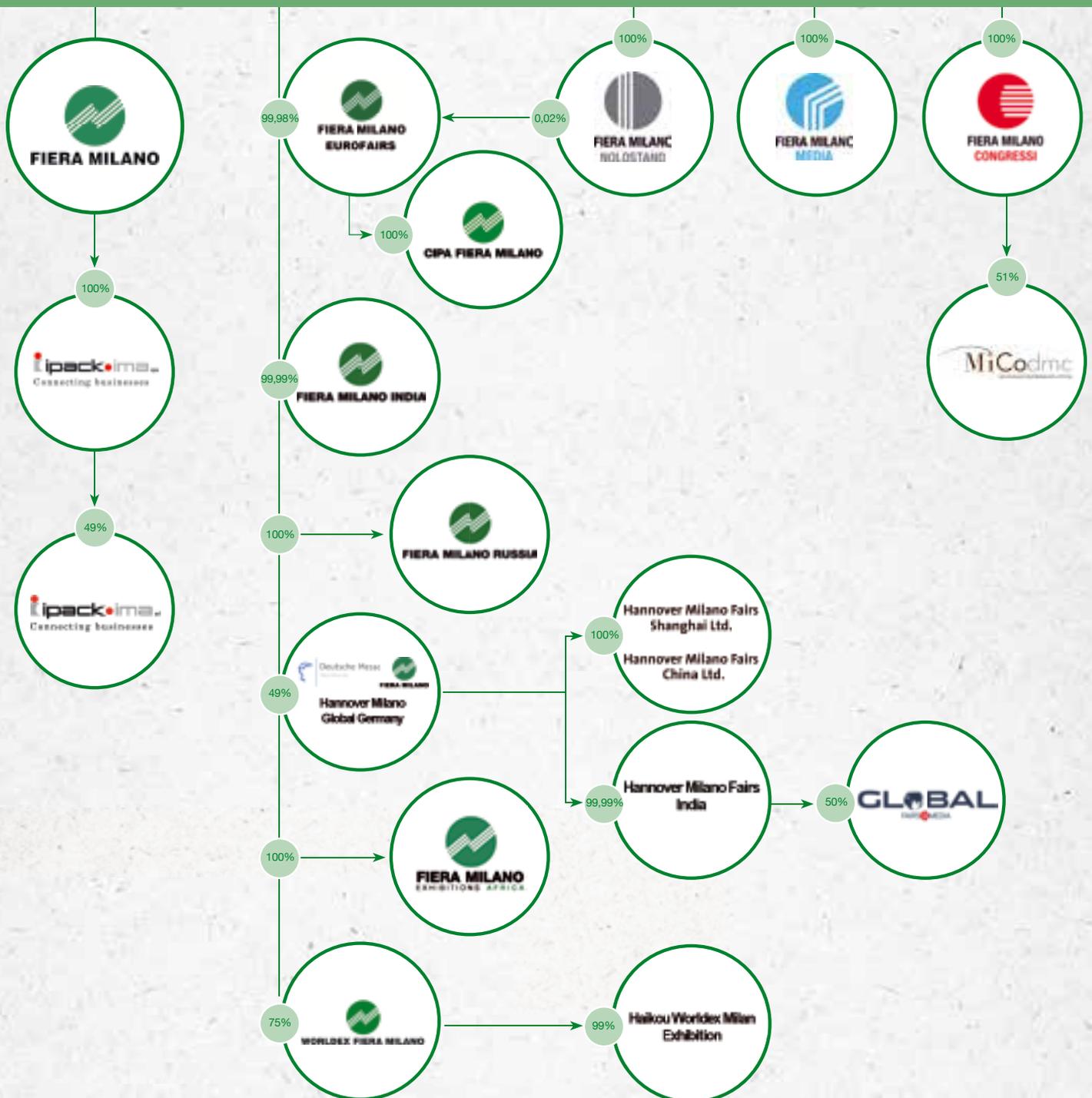
Servizi di allestimento



Media



Congressi



# CHI SIAMO

Il Gruppo Fiera Milano, operatore leader in Italia e tra i principali operatori al mondo nel settore fieristico, è presente in tutte le fasi della catena del valore: dalla progettazione, gestione e messa a disposizione di spazi espositivi attrezzati, alla fornitura di servizi a valore aggiunto, all'organizzazione di manifestazioni e congressi, attraverso la Capogruppo Fiera Milano S.p.A., Nolostand S.p.A., Fiera Milano Congressi S.p.A., Fiera Milano Media S.p.A., Ipack-Ima S.r.l. e le società che operano all'estero.

Il Gruppo opera direttamente o tramite *joint venture* e *partnership* all'estero, principalmente in Cina, India, Brasile e Sudafrica.

In Italia, Fiera Milano gestisce i due quartieri espositivi di **fieramilano** presso Rho, primo quartiere fieristico nel contesto italiano con una superficie espositiva coperta di 345.000 metri quadrati lordi e 60.000 di area esterna e di **fieramilanocity** a Milano, quartiere cittadino di 43.000 metri quadrati espositivi lordi. Fiera Milano Congressi gestisce il MiCo - Milano Congressi, centro congressuale fra i più grandi d'Europa. Fiera Milano Congressi inoltre gestisce il centro congressi Stella Polare ubicato nel Centro Servizi del quartiere di Rho, oltre al centro congressi Stresa Convention Centre e il MoMec - Montecitorio Meeting Centre di Roma.

La sede legale della Capogruppo si trova a Milano, in piazzale Carlo Magno 1, mentre la sede operativa e amministrativa è situata in S.S. del Sempione 28 a Rho, in provincia di Milano.

**Fiera Milano** è l'unica società fieristica italiana quotata in Borsa ed è controllata dall'Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano (Fondazione Fiera Milano) che detiene il 63,65% del capitale di Fiera Milano. La controllante Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano è una fondazione di diritto privato, che svolge funzioni di interesse generale, non ha fini di lucro e la sua gestione è ispirata a criteri di efficienza ed economicità. La Fondazione ha lo scopo di favorire, promuovere e incrementare in Italia e all'estero l'organizzazione di manifestazioni fieristiche e di ogni altra iniziativa che contribuisca allo sviluppo dell'economia, interagendo direttamente con il Gruppo Fiera Milano e ponendosi come interlocutore di tutto il sistema: le aziende espositrici, i visitatori, le istituzioni, le associazioni di categoria, il mondo del lavoro e in particolare i settori economici dell'indotto fieristico. La Fondazione persegue questa missione attraverso l'Area Studi e Sviluppo che si compone di tre anime complementari e sinergiche: l'Archivio storico che conserva e valorizza l'eredità del passato, il Servizio Studi che interpreta il presente con ricerche in diversi ambiti di interesse - economico, sociale e territoriale - e l'Accademia che costruisce il futuro del sistema fieristico con la sua offerta formativa. Nel 2015, l'Area Studi e Sviluppo ha organizzato tre incontri "Exhibitionist" per accrescere la cultura digitale del comparto attraverso la presentazione di nuove tecnologie e loro applicazioni a supporto di fiere ed eventi commerciali, ha progettato un bando insieme a Regione Lombardia e Camera di Commercio di Milano per sostenere la realizzazione di nuove manifestazioni fieristiche con particolare attenzione all'internazionalizzazione e ha sostenuto il progetto 'Start up in Fiera' a sostegno della nuova imprenditorialità milanese.

Il 23 luglio 2015, Fiera Milano ha acquisito il 100% di **Ipack-Ima S.p.A.** che detiene il marchio della manifestazione triennale Ipack-Ima, uno dei primi eventi al mondo per le tecnologie di processo e confezionamento dei prodotti *food* e *non food*, che si tiene presso il quartiere espositivo di fieramilano.

La Società possiede, inoltre, i marchi delle tre mostre verticali - anch'esse localizzate a fieramilano - dedicate al prodotto alimentare fresco: Meat-Tech (triennale del processo e confezionamento delle carni), Dairytech (triennale del processo e confezionamento per il comparto lattiero-caseario) e Fruit Innovation (biennale del settore ortofrutticolo). Ipack-Ima detiene, infine, il 50% del marchio della manifestazione Intralogistica Italia, triennale delle attrezzature e macchine per la logistica interna dell'azienda (la quota restante è detenuta da Deutsche Messe, proprietaria del quartiere fieristico di Hannover).



In data 16 ottobre 2015, Ipack-Ima S.p.A. e Proma Pack S.r.l. società appartenente a UCIMA, Associazione di categoria dei costruttori italiani di macchine per il confezionamento e l'imballaggio, hanno costituito la società **Ipack-Ima S.r.l.**, detenuta dai due soci rispettivamente per il 49% e il 51%. Con efficacia dal 1° gennaio 2016, la nuova società è stata oggetto di conferimento dei due rami d'azienda relativi alla manifestazione Ipack-Ima per Fiera Milano e Food Pack per UCIMA. Tale *partnership* consentirà di realizzare la più importante manifestazione italiana delle tecnologie di *processing e packaging*.

Facendo seguito all'operazione, nel febbraio 2016 Ipack-Ima S.r.l. ha annunciato il nuovo format "The Innovation Alliance" che vedrà insieme differenti mondi produttivi uniti da una forte logica di filiera, dal *processing* al *packaging*, dalla lavorazione della plastica alla stampa industriale, promozionale e della personalizzazione grafica di imballaggi ed etichette, fino alla movimentazione e allo stoccaggio della merce pronta al consumo. L'appuntamento previsto dal 29 maggio al 1° giugno 2018 a Fiera Milano, coinvolgerà contemporaneamente cinque manifestazioni: Ipack-Ima, Meat-Tech, Plast, Intralogistica Italia manifestazioni di riferimento per i rispettivi comparti, già ben posizionate nel panorama degli eventi fieristici internazionali e Print4All, una nuova iniziativa al debutto dedicata a *printing, converting* e stampa industriale, che raccoglie l'eredità e rinnova la proposta di Converflex, Grafitalia e Inprinting.

**Fiera Milano Congressi** ha per oggetto l'organizzazione di congressi, convegni, conferenze ed eventi, nonché di qualsiasi altro tipo di manifestazione, esposizione o evento che sia comunque complementare, connesso, collaterale od accessorio a congressi, convegni, conferenze ed eventi organizzati dalla società, inclusi anche i servizi correlati all'ospitalità dei partecipanti e la pubblicazione di programmi, cataloghi e periodici.

Fiera Milano Congressi, costituita nel 1994, è leader nella gestione dei centri congressi: ogni anno gestisce oltre 200 eventi nei suoi Centri Congressi di Milano, Stresa e Roma.

Nei prossimi anni Fiera Milano Congressi punta a consolidare il posizionamento sul mercato internazionale dei congressi associativi e degli eventi *corporate*, anche ampliando l'offerta con nuove sedi e nuovi servizi posizionandosi come una Venue Manager & Hospitality Service Company.

**Fiera Milano Media** è una società specializzata nell'editoria professionale e nella comunicazione B2B, nella convegnistica e nella formazione manageriale, nei servizi di *marketing* digitale.

Nata nel 2011 dalla fusione di tre società consociate (Fiera Milano Editore, Business International ed Expopage), Fiera Milano Media è in grado di offrire progetti di comunicazione integrati *online* e *offline*, oltre a un calendario annuale di iniziative formative e di eventi.

**Nolostand** è leader nella realizzazione di allestimenti fieristici ed eventi per ogni settore merceologico, offrendo servizi che coprono l'intero processo di allestimento dal *brief* alla realizzazione, dalla progettazione al supporto organizzativo e logistico. La società, costituitasi nel 2002, ha una capacità di 10.000 metri quadrati allestiti al giorno e 200.000 metri cubi di materiale stoccato, che abbinate a un *know how* tecnico, permettono di offrire soluzioni competitive e di altissimo livello.

Nel 2016 Nolostand punta a consolidare la sua posizione nel mercato fieristico e congressuale ed ad integrare la gamma di servizi offerti per poter acquisire quote di mercato anche in settori merceologici diversi.

In funzione della specificità del singolo business, le società del Gruppo Fiera Milano partecipano a differenti associazioni di categoria a livello nazionale e internazionale (di seguito si evidenziano quelle riferite al 2015).

## Capogruppo



## Fiera Milano Media



## Fiera Milano Congressi



## Nolostand



All'estero, il Gruppo Fiera Milano opera attraverso le seguenti società:

- Hannover Milano Global Germany GmbH, società in *joint venture* con Deutsche Messe AG di Hannover, principalmente attiva nell'organizzazione di manifestazioni fieristiche in Cina, attraverso le due controllate Hannover Milano Fairs Shanghai e Hannover Milano Fairs China, e in India, attraverso la controllata Hannover Milano Fairs India Pvt e Global Fairs & Media Private;
- Cipa FM Publicações e Eventos Ltda, con sede a San Paolo (Brasile) e principalmente attiva nell'organizzazione di manifestazioni fieristiche in Brasile;
- Fiera Milano Exhibitions Africa (PTY) Ltd, con sede a Westlake - Cape Town (Sudafrica), principalmente attiva nell'organizzazione di manifestazioni fieristiche in Sudafrica;
- Worldex (China) Exhibition & Promotion Ltd, importante operatore fieristico del mercato cinese con sede a Guangzhou e attivo nella provincia di Guangdong, nonché nella provincia di Hainan attraverso la sua controllata Haikou Worldex Milan Exhibition Co. Ltd, con sede in Haikou;
- Fiera Milano India Pvt Ltd, con sede a Nuova Delhi (India), principalmente attiva nell'organizzazione di manifestazioni fieristiche in India;
- Limited Liability Company "Fiera Milano", con sede a Mosca (Russia), principalmente attiva nell'organizzazione di manifestazioni fieristiche in Russia.

# LA NOSTRA STORIA



# MISSION



**IL GRUPPO FIERA MILANO È STRUMENTO DI CRESCITA E INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE.**

**CONCORRE ALLO SVILUPPO DELL'ECONOMIA.**

**PROMUOVE IL PROGRESSO SOCIOECONOMICO DEL TERRITORIO IN CUI È INSERITA.**

**I SUOI OBIETTIVI SONO:**

- essere tra i maggiori player internazionali del settore fieristico,
- offrire alle aziende la piattaforma di business più efficace per farsi conoscere, avviare proficui contatti e moltiplicare le opportunità di *business*,
- presidiare le nuove aree di crescita nel mondo, supportando l'esportazione del *Made in Italy*,
- favorire l'incontro delle diverse culture aziendali, lo scambio di conoscenze ed esperienze, lo stimolo all'innovazione.

# I VALORI GUIDA



## ETICA

Lealtà, trasparenza, imparzialità e correttezza nello svolgimento delle attività e nelle relazioni di qualunque tipo e natura.



## SODDISFAZIONE DEL CLIENTE

Massima attenzione nei confronti dei Clienti (organizzatori, espositori e visitatori) per un'offerta di servizi di eccellenza in linea con i loro bisogni e aspettative.



## VALORIZZAZIONE DEL PATRIMONIO IN GESTIONE

Monitoraggio costante e tempestivi interventi per garantire sempre la massima efficienza delle strutture espositive e di servizio e offrire ai clienti spazi non solo funzionali e sicuri ma anche accoglienti ed esteticamente piacevoli.



## PROFESSIONALITÀ

L'insieme delle competenze, l'accuratezza, la responsabilità, la costanza, la scrupolosità e la preparazione adeguata che l'azienda mette in campo nello svolgimento della propria attività.



## COLLABORAZIONE

Condivisione di informazioni e conoscenze per produrre valore e legittimare l'identità professionale, superando i vincoli organizzativi.



## INNOVAZIONE

Ricerca di soluzioni innovative e originali, ampliando i possibili approcci alle situazioni e ai problemi, immaginando/producendo idee innovative.



## SOSTENIBILITÀ

Capacità di generare valore per il territorio, supporto per la comunità e le imprese, sinergie per la tutela dell'ambiente.



## SICUREZZA

Impegno esplicito per la diffusione ed il consolidamento della cultura della sicurezza sul lavoro e della consapevolezza dei rischi, mediante l'utilizzo di tutte le risorse necessarie per garantire la sicurezza e la salute di tutti coloro che operano insieme a Fiera Milano.



# come abbiamo redatto questo rapporto



Il perimetro di rendicontazione del presente rapporto comprende tutte le società italiane appartenenti al Gruppo Fiera Milano: Fiera Milano e Ipack-Ima, Fiera Milano Congressi, Fiera Milano Media e Nolostand.

## I NOSTRI STAKEHOLDER

La strategia del Gruppo Fiera Milano in Italia è finalizzata alla creazione di valore per gli *stakeholder* e per raggiungere questo obiettivo vengono utilizzati diversi strumenti definiti sulla base delle esigenze e delle tematiche rilevanti.



L'attività relativa alle manifestazioni in Italia include manifestazioni direttamente organizzate dal Gruppo Fiera Milano e manifestazioni organizzate da terzi. Per le manifestazioni direttamente organizzate dal Gruppo Fiera Milano, vengono condotte puntualmente *survey* dedicate per valutare il livello di soddisfazione del servizio offerto, con scala di valutazione da 1 a 9 dove 5 rappresenta il valore medio e neutrale oppure, come nello specifico monitoraggio di Host, con scala di valutazione qualitativa.

Le valutazioni espresse da visitatori ed espositori per le principali manifestazioni di proprietà del Gruppo Fiera Milano che si sono tenute nell'esercizio 2015 evidenziano un giudizio sostanzialmente positivo e, in particolare:

- **Host:** manifestazione leader mondiale nel settore dell'ospitalità professionale, nel 2015 ha presentato afflussi record grazie a una maggiore focalizzazione sull'assistenza alle aziende e a un'efficace attività di *scouting* tra le aziende estere. L'evento si è svolto in concomitanza dell'impegnativa situazione logistica imposta da Expo. La gestione dell'eccezionale numero di visitatori è stata possibile grazie al costante coordinamento con le forze dell'ordine e all'efficace collaborazione prestata dal personale del trasporto pubblico, opportunamente sostenuta dall'impiego di tecnologie all'avanguardia. La particolare concomitanza della manifestazione con Expo ha messo in luce la consolidata esperienza nella gestione dei grandi eventi. Il 93% circa dei visitatori afferma di essere sicuro che la scelta di partecipare ad Host rappresenti la migliore opportunità per fare *business*. Analogamente l'89% degli espositori ritiene che la manifestazione rappresenti un appuntamento irrinunciabile rispetto ad altre fiere.

- **Ipack-Ima:** il nuovo *format* ha previsto la realizzazione di diversi eventi fieristici nel medesimo contesto. La scelta è stata apprezzata da circa il 65% dei visitatori poiché ha permesso di ottenere una visione completa della *supply chain* e di scoprire nuove tecnologie e soluzioni tecnologiche adottate da altri comparti produttivi. In aggiunta anche la valutazione complessiva degli espositori è stata del 65%. Questi riscontri positivi hanno permesso di lanciare il progetto Innovation Alliance, per affiancare ad Ipack-Ima nuovamente le fiere Meat-tech ed Intralogistica oltre a Plast e Print4All. Il 15% degli espositori rispondenti, inoltre, ha affermato di aver concluso almeno un contratto commerciale direttamente in fiera, mentre il 50% ritiene di poter concludere contratti commerciali a seguito della partecipazione in fiera.
- **Homi:** l'indice di soddisfazione dei clienti è aumentato positivamente del 5%. Dopo i primi due anni di attività, la manifestazione dimostra di aver già acquisito una precisa identità all'interno dei vari comparti. L'evoluzione del *format* proseguirà con il coinvolgimento di nuove realtà creative e con bandi di gara dedicati a *designer* ed aziende, per consolidare il posizionamento della manifestazione come un punto di riferimento delle tendenze in atto e un laboratorio di stili in continua evoluzione.
- **Tuttofood:** il positivo grado di soddisfazione dei *Buyer* partecipanti ovvero visitatori professionali (91%) rappresenta l'elemento fondamentale che conferma la buona riuscita della manifestazione. Va segnalata la soddisfazione complessiva dei visitatori che sfiora l'83%.
- **Mipap - Milano Prêt-à-Porter:** il grado di soddisfazione dei visitatori denota un incremento del 5% rispetto all'edizione 2014, confermato dall'impressione positiva riportata dagli espositori con particolare riferimento ai servizi digitali all'avanguardia, alla qualità dell'accoglienza, alla comodità della *location* e alla qualità dell'allestimento.

Analisi di clima, *survey* su specifici argomenti, campagne sulla intranet aziendale vengono utilizzati internamente come strumento di *engagement* ed ascolto dei dipendenti.

Il Gruppo Fiera Milano mantiene inoltre rapporti continuativi con gli Azionisti ed il resto della comunità finanziaria attraverso la Direzione Investor Relations, garantendo la sistematica diffusione di un'informativa esauriente e tempestiva relativa al Gruppo, nel rispetto della disciplina sulle informazioni privilegiate. Le principali modalità utilizzate nel costante dialogo quotidiano con la comunità finanziaria includono la partecipazione agli eventi dedicati al segmento STAR organizzati da Borsa Italiana, *roadshows*, *one-to-one meeting* ed eventi presso la sede della Società. La Direzione Investor Relations, inoltre, alimenta la sezione dedicata del sito internet della Società, dove sono reperibili le informazioni di carattere economico-finanziario e di *governance* della Società, garantendo un tempestivo accesso alle informazioni rilevanti.

Nell'ambito della comunicazione esterna, Nolostand nel 2015 ha ridefinito i propri canali di comunicazione aziendale sviluppando un nuovo sito *web* e introducendo una *newsletter* rivolta a tutti i principali portatori di interesse.

Al fine di accrescere il *network* e confrontarsi con le *best practice* nel mondo fieristico, il Gruppo Fiera Milano partecipa a seminari e *workshop* organizzati da UFI, The Global Association of the Exhibition Industry.

Rispetto a specifici argomenti in tema di salute e sicurezza vengono realizzate tavole rotonde: in questo modo gli *stakeholder*, quali ad esempio clienti, fornitori e istituzioni hanno la possibilità di mettere in luce le principali criticità e problematiche e sono messi nelle condizioni di fornire un contributo per individuare insieme ai responsabili del Gruppo Fiera Milano le soluzioni più idonee. In tema di anticorruzione, vengono organizzati *workshop* formativi sia *on stage* che *online* che danno la possibilità ai dipendenti e ai consulenti del Gruppo di prevenire comportamenti a rischio.

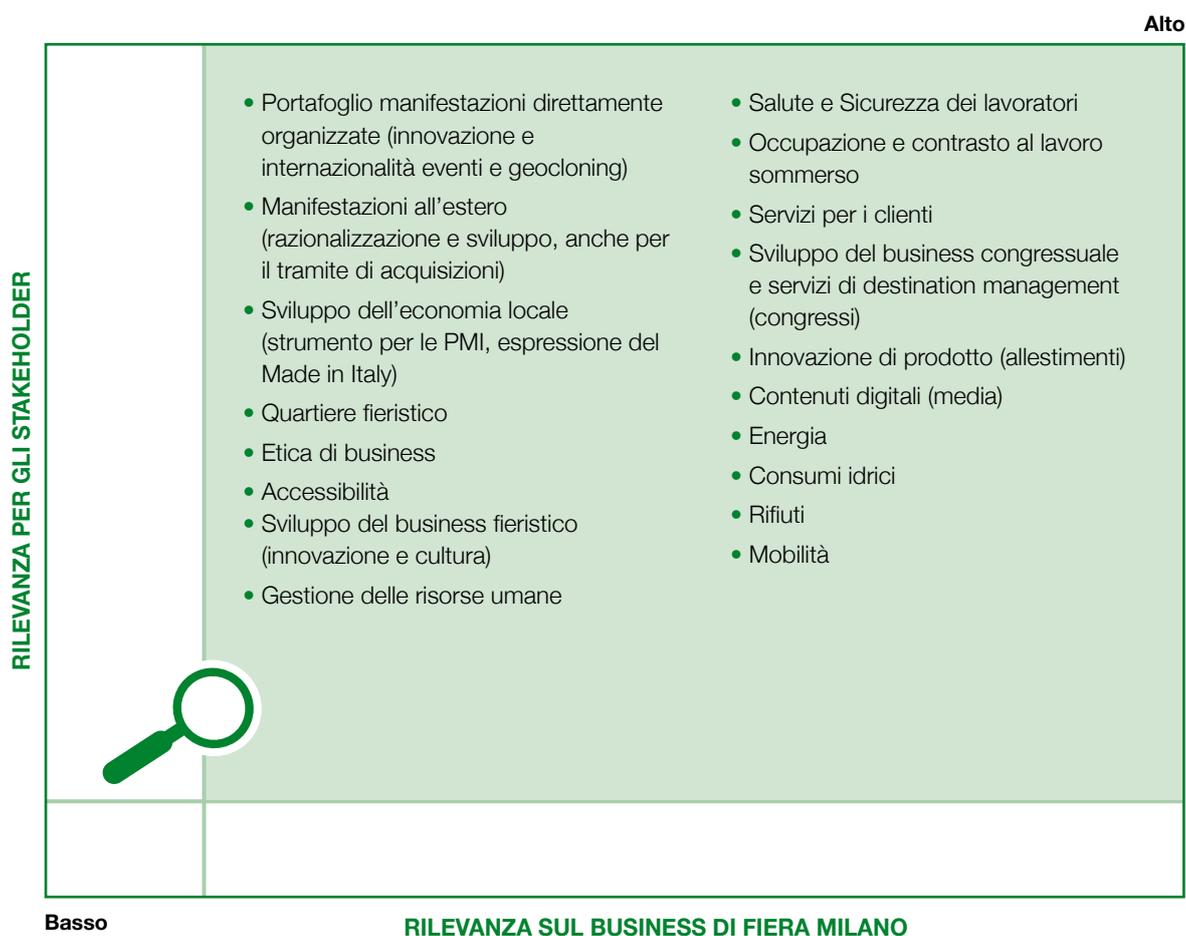
Con riferimento agli aspetti relativi alla mobilità nel quartiere fieristico, il Gruppo Fiera Milano ha ricoperto un ruolo determinante nella redazione di piani e procedure per il controllo e la gestione dei flussi dei clienti e dei fornitori, favorendo incontri con le istituzioni che garantiscano l'individuazione di soluzioni integrate.



# I TEMI CHIAVE DI RENDICONTAZIONE

Il Gruppo Fiera Milano ha individuato un insieme di temi rilevanti per gli *stakeholder* e in funzione del loro impatto sul business. Tali temi sono stati identificati attraverso un'analisi documentale per valutare le principali pressioni del settore in tema di sostenibilità e attraverso interviste che hanno coinvolto tutto il *management* del Gruppo Fiera Milano in Italia.

Il risultato di tale processo ha portato all'individuazione di 18 temi.



# la governance e i sistemi di gestione

Il sistema di governo e di controllo societario del Gruppo Fiera Milano si fonda sul modello di amministrazione e controllo tradizionale caratterizzato dal Consiglio di Amministrazione e dal Collegio Sindacale di Fiera Milano S.p.A.

Fiera Milano è un emittente azioni quotate sul mercato regolamentato, in particolare sul Segmento titoli ad alti requisiti di Borsa Italiana S.p.A. (STAR) e adotta un sistema di governo societario conforme a quanto previsto dalla legge, dalle vigenti disposizioni regolamentari e allineato ai contenuti del Codice di Autodisciplina delle Società Quotate di Borsa Italiana S.p.A.

Fiera Milano esercita attività di direzione e coordinamento nei confronti delle proprie società controllate dirette. Nell'ambito delle iniziative volte a massimizzare il valore per gli Azionisti e a garantire la trasparenza sull'operatività del *management*, Fiera Milano ha quindi definito un sistema articolato ed omogeneo di regole di condotta, riguardanti sia la propria struttura organizzativa sia i rapporti con i terzi, che risulta conforme alle *best practice*, rilevabili in ambito nazionale ed internazionale. Tale sistema di regole è descritto nel Codice Etico del Gruppo Fiera Milano.

Il Consiglio di Amministrazione in carica, nominato dall'Assemblea dei Soci del 29 aprile 2015, sulla base dell'unica lista presentata dall'Azionista di maggioranza Fondazione Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano, è composto da nove membri.

Nel Consiglio di Amministrazione è presente un numero di Consiglieri indipendenti superiore a quello richiesto dalle vigenti disposizioni normative. In particolare, con riferimento ai requisiti di permanenza al segmento STAR, è prevista - in ragione del numero complessivo di consiglieri sopra indicato - la presenza di 3 componenti indipendenti. In Fiera Milano i Consiglieri Indipendenti sono sette, di cui uno indipendente ai sensi dell'Art. 148, comma 3, del D.Lgs. 58/98.

Il Consiglio di Amministrazione riveste un ruolo centrale nell'ambito dell'organizzazione aziendale e ad esso fanno capo le funzioni e le responsabilità degli indirizzi strategici ed organizzativi, nonché la verifica dell'esistenza dei controlli necessari per monitorare l'andamento della Società e del Gruppo.

Il Consiglio di Amministrazione ha istituito al suo interno sia il Comitato per la Remunerazione che il Comitato Controllo e Rischi.

Il Comitato per la Remunerazione svolge funzioni consultive, propositive e istruttorie al Consiglio di Amministrazione in materia di remunerazione. Per ulteriori informazioni su tale comitato si rimanda alla Relazione sulla Remunerazione 2015 disponibile sul sito internet ([www.fieramilano.it](http://www.fieramilano.it) sezione Investor Relations / Corporate Governance).

Il Comitato Controllo e Rischi svolge funzioni consultive, propositive e istruttorie allo scopo di dare al Consiglio di Amministrazione un adeguato supporto per le valutazioni e le decisioni relative al sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, nonché quelle relative all'approvazione delle relazioni finanziarie periodiche.



## STRUTTURA DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE E DEI COMITATI

Carica	Componenti	Data di prima nomina	Esec.	Non esec.	Indip. Codice Autodisciplina	Indip. TUF	Comitato Controllo e Rischi*	Comitato per la remunerazione*
Presidente	Roberto Rettani	29.04.2015		x	x	x		
Amministratore Delegato	Corrado Peraboni <sup>o</sup>	29.04.2015	x					
Vice Presidente Vicario	Attilio Fontana	16.04.2009		x	x	x		P
Vice Presidente	Licia Ronzulli	29.04.2015		x	x	x		M
Amministratore	Joyce Victoria Bigio	29.04.2015		x	x	x	P	
Amministratore	Renato Borghi	29.10.2006		x		x	M	
Amministratore	Pier Andrea Chevallard	08.02.2010		x	x	x		
Amministratore	Romeo Robiglio	27.10.2003		x				M
Amministratore	Vincenza Patrizia Rutigliano	29.04.2015		x	x	x	M	

## AMMINISTRATORI CESSATI DURANTE L'ESERCIZIO DI RIFERIMENTO

Presidente	Michele Perini	27.10.2003		x				
Amministratore Delegato	Enrico Pazzali	16.04.2009	x					
Amministratore	Roberto Baitieri	16.04.2009		x	x	x	M	
Amministratore	Davide Croff	28.10.2012		x	x	x	P	
Amministratore	Giampietro Omati	16.04.2009		x	x			M

### NOTE

\* In questa colonna è indicata la qualifica del consigliere all'interno del Comitato: "P": presidente; "M": membro.

° Il simbolo indica l'amministratore incaricato del sistema di controllo interno e di gestione dei rischi.

	Consiglio di Amministrazione	Comitato Controllo e Rischi	Comitato per la remunerazione
Numero riunioni svolte durante l'esercizio al 31 dicembre 2015	25	11	5
Quorum richiesto per la presentazione delle liste da parte della minoranza (ex art.147-ter TUF)	2,50%		

Il sistema di controllo interno e di gestione dei rischi della Società e del Gruppo, in linea con il Codice di Autodisciplina, è rappresentato dall'insieme delle regole, delle procedure e delle strutture organizzative volte a consentire l'identificazione, la misurazione, la gestione e il monitoraggio dei principali rischi.

Il Collegio Sindacale è stato nominato dall'Assemblea dei Soci, in data 29 aprile 2015, sulla base dell'unica lista presentata dall'Azionista di maggioranza Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano. Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto, sul rispetto dei principi di corretta amministrazione e sull'adeguatezza della struttura organizzativa della Società per gli aspetti di competenza, del sistema di controllo interno e del sistema amministrativo-contabile, nonché sull'affidabilità di quest'ultimo a rappresentare correttamente i fatti di gestione, sulle modalità di concreta attuazione delle regole di governo societario previste da codici di comportamento redatti da società di gestione di mercati regolamentati ed infine sull'adeguatezza delle disposizioni impartite dalla Società alle società controllate. Inoltre, il Collegio Sindacale vigila sia sulla revisione legale dei conti annuali e consolidati che sull'efficacia dei sistemi di controllo interno, di revisione interna e di gestione del rischio, nonché sul processo di "informativa finanziaria".

## STRUTTURA DEL COLLEGIO SINDACALE

Carica	Componenti	Data di prima nomina	Indip. Codice Autodisciplina
Presidente	Federica Nolli	29.04.2015	x
Sindaco Effettivo	Antonio Guastoni	29.04.2015	x
Sindaco Effettivo	Carmine Pallino	29.04.2015	x
Sindaco Supplente	Francesca Maria D'Alessandro	29.04.2015	
Sindaco Supplente	Alessandro Carlo Galli	29.04.2015	

## SINDACI CESSATI DURANTE L'ESERCIZIO DI RIFERIMENTO

Presidente	Stefano Mercurio	15.04.2010	x
Sindaco Effettivo	Alfredo Mariotti	27.10.2003	x
Sindaco Effettivo	Damiano Zazzeron	27.10.2003	x
Sindaco Supplente	Pietro Pensato	27.10.2006	
Sindaco Supplente	Antonio Guastoni	15.04.2009	

Numero riunioni svolte durante l'esercizio al 31 dicembre 2015 22

Quorum richiesto per la presentazione delle liste da parte della minoranza (ex art.147-ter TUF) 2,50%

Per ulteriori informazioni sul sistema di governance si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari 2015, disponibile sul sito internet ([www.fieramilano.it](http://www.fieramilano.it) sezione Investor Relations / Corporate Governance).

## L'ANTICORRUZIONE

L'integrità etica, il pieno rispetto delle leggi e delle *policy* e la correttezza sono un dovere costante di tutti i membri degli organi di amministrazione e controllo e di tutto il personale delle Società appartenenti al Gruppo Fiera Milano.

I criteri utilizzati per la valutazione del rischio sono stati individuati attraverso un'attività di *risk assessment* delle attività sensibili potenzialmente coinvolte nelle fattispecie di reato riconducibili alla corruzione nei confronti della Pubblica Amministrazione e alla corruzione fra privati.

A livello operativo la funzione controllo interno raccoglie le eventuali segnalazioni giunte attraverso i canali istituzionalmente dedicati, come gli *account* dedicati per gli Organismi di Vigilanza 231 delle società del Gruppo, oppure provenienti da altre fonti (anonime o meno), ne valuta la fondatezza e procede quindi a delle istruttorie specifiche, del cui esito viene informata l'alta direzione e gli altri organi di controllo. Nei Modelli 231 per le società italiane Fiera Milano, Fiera Milano Congressi, Fiera Milano Media e NoloStand e nelle Linee Guida Anticorruzione per le società estere sono attivi presidi di protocollo permanenti sull'anticorruzione.

Il target delle iniziative di formazione nel campo anticorruzione viene identificato in base ai risultati delle attività di *risk assessment* e viene effettuato in occasione di modifiche normative che impattano sui contenuti delle *policy* vigenti. Negli ultimi anni ciò è avvenuto circa una volta all'anno.

Per quanto riguarda i contributi e le donazioni le *policy* vigenti prevedono che debbano essere effettuati solo in favore di enti di non recente costituzione, ben noti, affidabili e con un'eccellente reputazione in quanto a onestà e pratiche commerciali corrette e che l'ente beneficiario debba dimostrare di avere tutte le certificazioni e di aver soddisfatto tutti i requisiti per operare in conformità alle leggi applicabili.

Nel corso del 2015 il Gruppo Fiera Milano ha avuto rilevanti rapporti commerciali con la società Expo 2015 S.p.A. e con alcuni paesi partecipanti in relazione all'evento Expo 2015. Trattandosi di controparti riconducibili alla Pubblica Amministrazione tali rapporti sono stati attentamente monitorati sotto il profilo 231 dagli organi di vigilanza preposti.

In data 26 febbraio 2016 è stata approvata dal Consiglio di Amministrazione la versione aggiornata del Modello 231 di Fiera Milano in relazione alle variazioni organizzative intervenute e alle novità normative 231 in materia di autorinciclaggio, reati ambientali e reati societari.

## I CONFLITTI DI INTERESSE

Il Codice Etico del Gruppo Fiera Milano riconosce e rispetta il diritto dei dipendenti a partecipare ad investimenti, affari o ad attività di altro genere al di fuori di quella svolta nell'interesse del Gruppo stesso, purché si tratti di attività consentite dalla legge e compatibili con gli obblighi assunti in qualità di dipendenti.

Ogni situazione che possa costituire o determinare un conflitto di interesse deve essere tempestivamente comunicata al superiore. In particolare tutti gli amministratori e i dipendenti del Gruppo Fiera Milano sono tenuti ad evitare conflitti di interesse tra le attività economiche personali e familiari e le mansioni che ricoprono all'interno della struttura di appartenenza.

Il garante ultimo dell'applicazione di tali previsioni è l'Organismo di Vigilanza, che prende in esame eventuali segnalazioni sulle tematiche in oggetto.

## I SISTEMI DI GESTIONE CERTIFICATI

Dal 2014 è stata istituita la Direzione Certificazioni di Gruppo. Tale direzione ha la responsabilità di assicurare che i processi necessari per lo sviluppo continuo dei sistemi di gestione adottati da tutte le società del Gruppo siano definiti, attuati e tenuti aggiornati. Inoltre, la direzione ha il compito di implementare, su incarico delle singole società, nuovi sistemi di gestione organizzativi in conformità ai principali standard internazionali, al fine di monitorare e migliorare la gestione degli impatti sull'ambiente e sulla collettività.

Il sistema comprende le seguenti certificazioni:

- **ISO 9001:2008** – Sistema di Gestione della qualità per Fiera Milano S.p.A (per accoglienza e assistenza durante le fiere) e le controllate Nolostand e Fiera Milano Media – Div. Business International
- **ISO 14001:2004** – Sistema di Gestione dell'ambiente per Nolostand
- **OHSAS 18001:2007** – Sistema di Gestione salute e sicurezza per Nolostand
- **ISO 20121:2013** – Sistema di Gestione sostenibile degli eventi per Nolostand

Inoltre, Nolostand ha ottenuto il riconoscimento BEST 4 (*Business Excellence sustainable task*) rilasciato dall'Ente certificatore RINA riservato alle organizzazioni che implementano un Sistema di Gestione che contempli le quattro sfere della sostenibilità Qualità, Ambiente, Sicurezza e Responsabilità Sociale (al 31/12/2015 sono 59 le aziende in Italia ad aver raggiunto tale traguardo. Fonte: RINA S.p.A.).

# IL CONTROLLO DEI NOSTRI FORNITORI

La gestione degli acquisti per l'intero Gruppo italiano è demandato all'Ufficio Procurement di Fiera Milano S.p.A. Le regole generali per l'affidamento di beni e servizi sono regolate da diversi documenti aziendali: le Linee guida di approvvigionamento che dettagliano l'iter di selezione e qualificazione del fornitore, il Codice Etico che esplicita i criteri di sostenibilità da adottare ai fini della valutazione delle offerte e il Modello 231 di Gruppo che delinea i comportamenti in tema di salute e sicurezza, di responsabilità sociale ed ambientale.

Le principali attività esternalizzate dal Gruppo riguardano l'erogazione di servizi accessori per la realizzazione di eventi fieristici e congressuali (servizi di allestimento, ristorazione, biglietteria, sorveglianza di mostra, pulizia, accoglienza) e relativi alla gestione ordinaria (manutenzione della struttura e degli impianti, pulizia uffici, assistenza *software*). Nell'individuazione dei fornitori il fattore rilevante risulta essere la capacità di intervenire tempestivamente pertanto si prediligono quelli localmente ubicati fermo restando il soddisfacimento degli standard qualitativi desiderati e gli aspetti economici.

Il sistema di gestione dei fornitori del Gruppo Fiera Milano avviene attraverso la nuova piattaforma informatica dell'Albo Fornitori, a cui le aziende candidate possono registrarsi, caricare i documenti aziendali richiesti ed essere valutate per diventare fornitori qualificati. L'implementazione di questo nuovo sistema ha migliorato il rapporto con i fornitori rendendolo più dinamico e ha lo scopo di costituire un unico serbatoio per tutte le società del Gruppo Fiera Milano a cui attingere per il processo di selezione e qualificazione in un'ottica di trasparenza.

Nel caso in cui il fornitore preveda di utilizzare un subfornitore, in fase di candidatura è tenuto a indicarne la ragione sociale e la tipologia di servizio subappaltato, affinché il Gruppo Fiera Milano possa effettuare le opportune verifiche e ne approvi la scelta.

La qualificazione iniziale dei fornitori è basata sulla verifica di una serie di requisiti di idoneità tecnica, economica, organizzativa e particolare attenzione viene posta ai sistemi organizzativi implementati dal fornitore stesso e al rispetto delle norme vigenti in materia di sicurezza ed ambiente nonché dell'accettazione del Codice Etico del Gruppo. Il fornitore deve rilasciare un'autocertificazione relativa ai rapporti a rischio di conflitto di interesse tra se stesso e le società del Gruppo Fiera Milano a livello di Consiglio di Amministrazione e Amministratore Delegato. Fiera Milano mette a conoscenza dell'intera catena di fornitura il contenuto del Codice Etico di Gruppo e ne assicura il rispetto nell'ambito delle rispettive relazioni commerciali.



## NUMERO DI FORNITORI QUALIFICATI

2015 >>> 966  
2014 >>> 801 +20,6%

Le verifiche sulla corretta erogazione dei servizi avvengono a cura di specifiche funzioni aziendali dedicate a garantire la qualità del servizio erogato al cliente. Data la numerosità dei servizi forniti e la stagionalità dell'attività per garantire un alto livello qualitativo sono state costituite apposite funzioni specializzate per tipologia di servizio da erogare per monitorare l'idoneità del servizio e sovrintendere alla tempestiva risoluzione di eventuali disservizi. Tali funzioni hanno il compito di segnalare all'ufficio preposto le eventuali anomalie affinché possa procedere intraprendendo le azioni conseguenti (richiami scritti, incontri, nei casi più gravi risoluzione del contratto).



La valutazione delle prestazioni dei fornitori viene effettuata tramite verifiche annuali. L'Ufficio Procurement del Gruppo Fiera Milano annualmente invia per la compilazione alle funzioni richiedenti la fornitura una scheda di valutazione delle prestazioni del fornitore e le rielabora redigendo un riepilogo generale. Qualora l'andamento della prestazione di un fornitore non risulti essere in linea con quanto previsto contrattualmente, gli accordi con il fornitore potranno essere revisionati o si può arrivare addirittura alla sua dismissione.

Per la sicurezza e la regolarità del lavoro, dal 2007 Fiera Milano ha firmato un Protocollo d'Intesa con le organizzazioni sindacali CGIL, CISL e UIL territoriali di Milano, con le organizzazioni di categoria e con la RSU aziendale.

Tramite il Protocollo d'Intesa sono state realizzate alcune iniziative fra cui:

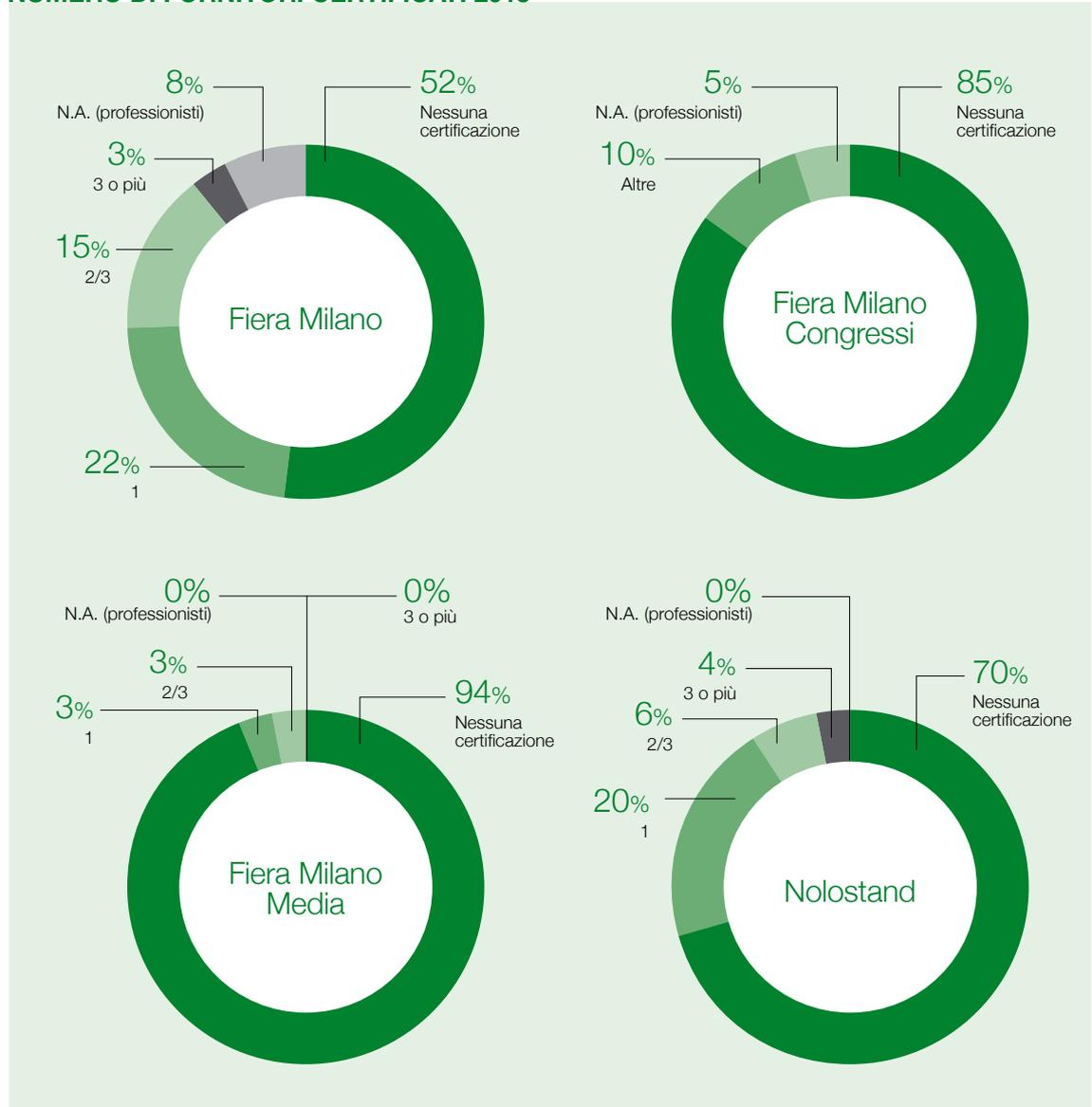
- l'inserimento di una serie di elementi volti a garantire il rispetto della contrattazione collettiva di riferimento, della sicurezza, delle regole e degli adempimenti contributivi, assicurativi e contrattuali nei confronti dei lavoratori, in ogni contratto/appalto stipulato da Fiera Milano in qualità di committente;
- la creazione di un osservatorio permanente finalizzato a promuovere le iniziative di contrasto al fenomeno del lavoro irregolare e sommerso e a contribuire alla sicurezza del lavoro all'interno dei quartieri fieristici di Fiera Milano;
- l'apertura di uno "Sportello del Lavoro", all'interno del quartiere fieramilano, gestito dalle tre Organizzazioni Sindacali. Lo Sportello costituisce un punto di riferimento normativo, di controllo e di indirizzo per i dipendenti delle aziende che operano all'interno di Fiera, anche tramite la segnalazione all'Osservatorio di ogni caso di mancata osservanza in materia di sicurezza e di corretto adempimento degli obblighi contributivi di Legge.

Nel corso degli anni, sono continuati i confronti tra le parti al fine di garantire una maggiore sicurezza e regolarità del lavoro, combattendo il fenomeno del lavoro irregolare e sommerso. Proprio in tale ambito, a fine 2014, era già stato avviato un tavolo con la Direzione Territoriale del Lavoro di Milano, mentre il 16 gennaio 2015 è stato siglato un Protocollo d'Intesa per l'attuazione dei processi preventivi di legalità e di sicurezza sul lavoro attraverso iniziative di informazione, confronto e promozione.

In quest'ottica, nel 2015 è stata sviluppata una nuova piattaforma online dedicata alla registrazione degli allestitori che operano per conto degli espositori presso i quartieri fieristici. La registrazione prevede la compilazione di un questionario volto ad accertare l'esistenza di una serie di requisiti di sicurezza delle aziende. Inoltre, al fine di incrementare la consapevolezza dell'importanza di comportamenti sicuri sul luogo di lavoro in tutta l'organizzazione, nel 2016 Fiera Milano doterà il personale addetto al controllo del quartiere fieristico di appositi dispositivi che consentono di inviare in tempo reale via *web* le segnalazioni sulle non conformità riscontrate durante le attività di montaggio e smontaggio e di avviare le conseguenti azioni correttive o gli interventi necessari. Per il 2016, il Gruppo Fiera Milano continuerà ad intraprendere tutte le attività necessarie ad assicurare l'adeguatezza del Gruppo ai cambiamenti normativi obbligatori e volontari a cui le società del Gruppo hanno deciso di aderire sulle tematiche della sicurezza sui luoghi di lavoro e sull'ambiente.

Con l'obiettivo di sensibilizzare i fornitori rispetto all'adozione di pratiche operative sostenibili da un punto di vista ambientale e sociale, il Gruppo Fiera Milano si impegna a prevedere nei propri contratti e/o capitolati clausole specifiche relative alla sostenibilità; anche le Richieste d'Offerta contengono raccomandazioni di questo tipo in particolare per l'acquisto di servizi con potenziale e significativo impatto sull'ambiente (pulizie, manutenzione, noleggi).

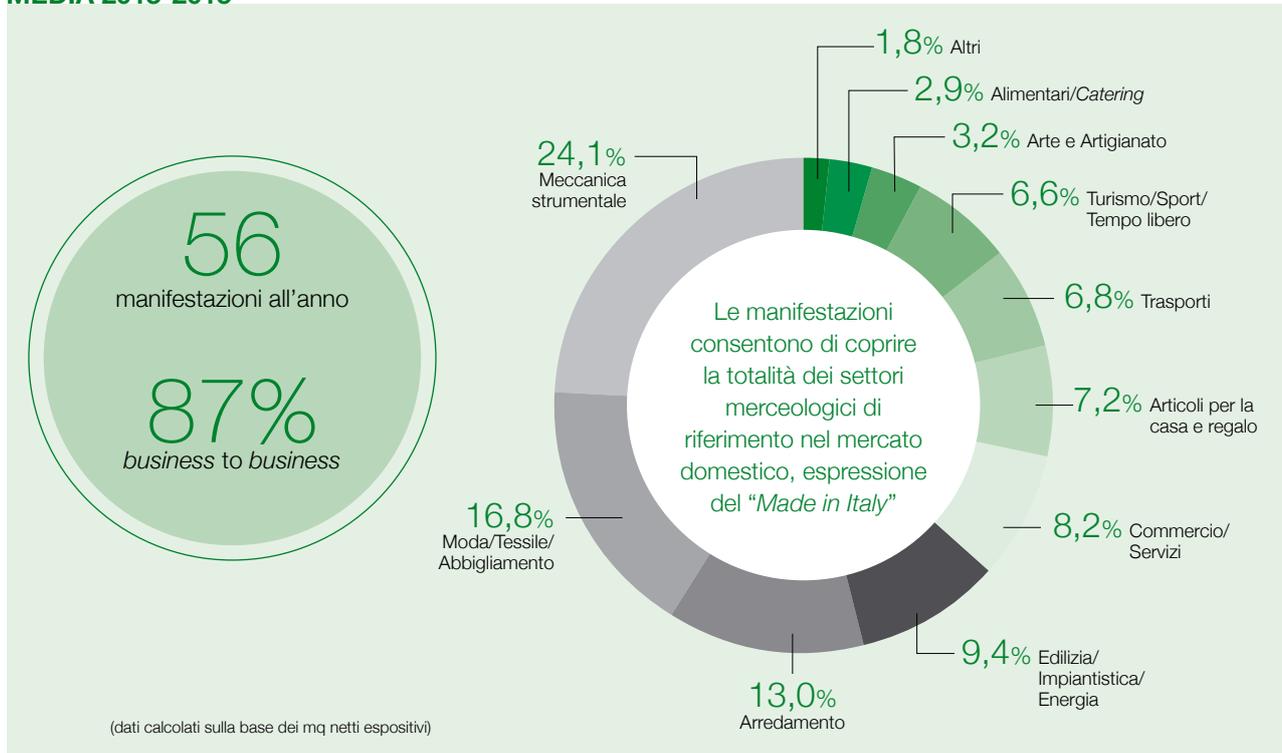
## NUMERO DI FORNITORI CERTIFICATI 2015



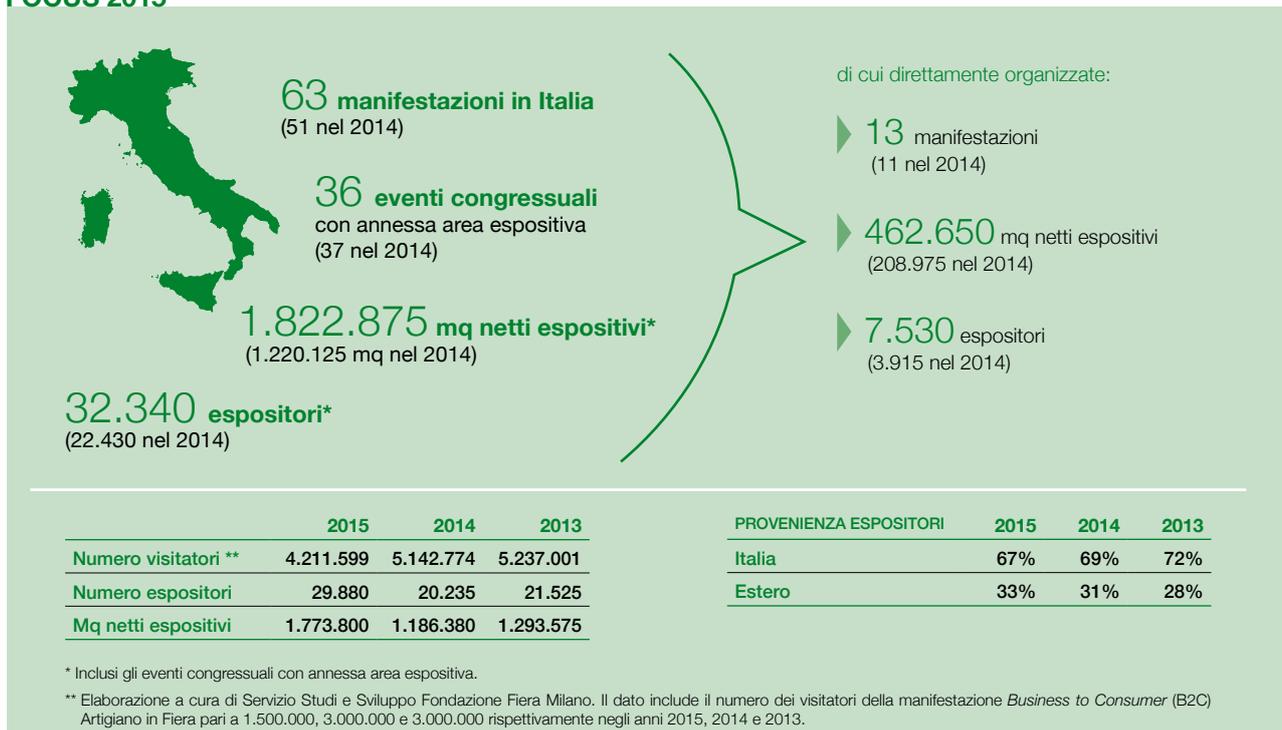
Nolostand, in considerazione delle caratteristiche specifiche e dei possibili rischi legati alla propria attività, ha istituito, in aggiunta ai sistemi di gestione certificati, una funzione dedicata al monitoraggio del rispetto delle normative vigenti in materia di sicurezza e ambiente da parte dell'intera catena di fornitura, effettuando controlli documentali e sopralluoghi durante le attività di allestimento e disallestimento.

# Le attività: manifestazioni, congressi e servizi correlati

MEDIA 2013-2015



FOCUS 2015



L'attività relativa alle manifestazioni in Italia include manifestazioni direttamente organizzate dal Gruppo Fiera Milano e manifestazioni organizzate da terzi.

Nell'ambito del settore delle manifestazioni direttamente organizzate, l'attività del Gruppo si articola nelle fasi di: definizione del *concept* della manifestazione, individuazione degli spazi e delle date, vendita degli spazi agli espositori, definizione delle politiche di *marketing* destinate ai visitatori e svolgimento della manifestazione e analisi di soddisfazione del cliente.

## ELENCO MANIFESTAZIONI DIRETTAMENTE ORGANIZZATE NELL'ESERCIZIO 2015



	Cadenza	Categoria Merceologica	mq netti espositivi	n. espositori diretti e indiretti*	n. visitatori**
HOMI I e II semestre	Annuale	Articoli per la casa e regalo	145.045	2.904	155.657
Host	Biennale	Commercio-Servizi	132.580	2.010	150.968
Tuttofood	Biennale	Alimentari-Catering	74.885	2.838	78.493
Transpotec & Logitec	Biennale	Trasporti	53.475	270	24.107
Bit	Annuale	Turismo-Sport-Tempo Libero	15.335	405	61.781
Sicurezza	Biennale	Elettronica, Elettrotecnica e Sicurezza	14.455	458	18.955
Sposaitalia	Annuale	Moda-Tessile-Abbigliamento	7.550	145	7.318
Chibimart estate e inverno	Annuale	Articoli per la casa e regalo	7.130	225	9.292
Miart	Annuale	Arte e Artigianato	6.840	188	41.300
Mipap - Milano Prêt-à-porter primavera e autunno	Annuale	Moda-Tessile-Abbigliamento	5.355	250	7.024

\* Per le manifestazioni Bit, Sposaitalia e Mipap - Milano Prêt-à-porter il dato si riferisce agli espositori diretti.

\*\* Fonte: comunicato stampa di chiusura della manifestazione.

L'attività relativa alle manifestazioni organizzate da terzi consiste principalmente nell'ospitare manifestazioni fieristiche ed altri eventi, promuovendo e mettendo a disposizione degli Organizzatori gli spazi espositivi attrezzati ed erogando agli stessi i servizi connessi.

## MANIFESTAZIONI OSPITATE ESERCIZIO 2015 CON SUPERFICIE NETTA ESPOSITIVA >40.000 MQ



	Cadenza	Categoria Merceologica	mq netti espositivi*	n. espositori diretti*
Salone del mobile/Complemento d'arredo/Euroluce/ Salone Ufficio	Annuale	Arredamento	162.990	1.175
The Micam primavera e autunno	Annuale	Moda-Tessile-Abbigliamento	131.425	2.805
EMO	Pluriennale	Meccanica strumentale	116.995	1.540
ITMA	Itinerante	Meccanica strumentale	109.570	1.690
Eicma Moto	Annuale	Trasporti	90.090	615
Lineapelle Settembre e Febbraio	Annuale	Moda-Tessile-Abbigliamento	85.085	2.115
Ipac-Ima/Diarytech/Meat Tech/Intralogistica	Pluriennale	Meccanica strumentale	62.015	1.025
Artigiano in fiera	Annuale	Arte e Artigianato	63.440	1.875
Made Expo	Biennale	Edilizia-impiantistica-energia	57.005	910
Plast	Pluriennale	Meccanica strumentale	54.615	1.080
Mido	Annuale	Moda-Tessile-Abbigliamento	43.645	990

\* Fonte: Relazione Finanziaria Annuale Esercizio 2015.



L'esercizio 2015 è stato caratterizzato da un favorevole calendario fieristico per la presenza di importanti manifestazioni biennali direttamente organizzate e manifestazioni pluriennali.

Tra le manifestazioni direttamente organizzate si segnala la presenza di Homi, la manifestazione annuale diretta più importante del Gruppo, che con le sue due edizioni, ha continuato con successo il suo percorso di rinnovamento e di rilancio nel settore casa e *lifestyle* e delle manifestazioni biennali Host e Tuttofood, contraddistinte da edizioni record.

Host 2015 ha superato la soglia dei 100.000 metri quadrati netti espositivi, aumentando la superficie netta espositiva del 32% ed ha registrato una crescita del 13,5% in termini di visitatori internazionali. Con questi risultati Host conferma la propria *leadership* nel settore dell'ospitalità e della ristorazione professionale. Tuttofood, rispetto all'edizione precedente, ha incrementato la superficie netta espositiva del 63%, occupando complessivamente 74.885 metri quadrati netti espositivi ed ha incrementato il numero dei visitatori del 79%, raggiungendo in sole 5 edizioni la terza posizione nella graduatoria delle fiere professionali agroalimentari in Europa.

Fra le manifestazioni ospitate si sono svolte nell'anno: la manifestazione pluriennale itinerante ITMA che si svolge ogni quattro anni in una sede tra i diversi paesi europei e che è tornata a Milano dopo 20 anni, ed EMO, manifestazione itinerante che si svolge a Milano ogni sei anni. Per quest'ultime i risultati sono stati particolarmente positivi, ITMA 2015 infatti ha registrato il maggior numero di visitatori in 64 anni, da quando è organizzata, incrementando del 20% il numero dei visitatori dell'edizione 2011.

EMO 2015 è stata una manifestazione record occupando il 26% di superficie netta espositiva in più rispetto al 2009 e registrando la presenza di visitatori superiore del 25% rispetto all'edizione precedente.

Inoltre, nell'esercizio 2015 si sono svolte per la prima volta le manifestazioni triennali Intralogistica Italia e Meat Tech. La prima è stata organizzata dalla rappresentanza italiana di Deutsche Messe AG – Fiera di Hannover, con la collaborazione di Fiera Milano e il supporto di Ipack-Ima. La seconda è stata organizzata da Ipack-Ima.

Nel corso del 2015 si sono tenute presso i quartieri di Fiera Milano complessivamente 9 nuove manifestazioni per un totale di 93.731 metri quadrati netti espositivi, con un aumento del 5% rispetto al periodo precedente. Le manifestazioni con cadenza biennale hanno raggiunto quota 455.250 metri quadrati netti espositivi, incrementando del 65% il dato del 2014. Le manifestazioni pluriennali hanno occupato 379.290 metri quadrati netti espositivi (16.480 nel 2014).

Il Gruppo Fiera Milano inoltre gestisce congressi, convegni ed eventi con la società Fiera Milano Congressi, attraverso la gestione in esclusiva di tre centri congressuali ed un *meeting centre*. Fiera Milano Congressi è tra i principali operatori a livello europeo nel settore dell'organizzazione e gestione di congressi e convegni, grazie alla capienza e flessibilità delle sale, ai supporti tecnologici, all'efficienza e all'ampia gamma dei servizi.

Il 2015 ha visto in particolare il consolidarsi del ruolo di MiCo – Milano Congressi quale struttura fra le poche in Europa atta ad ospitare eventi congressuali di grandi dimensioni. MiCo – Milano Congressi ottiene infatti le maggiori efficienze con eventi di elevate dimensioni (da 3.000 a 20.000 partecipanti) e per questa ragione persegue una strategia commerciale volta in particolar modo all'acquisizione di eventi, di natura aziendale o generati da realtà associative, in ambito europeo o internazionale, capaci di esprimere volumi ad esso adeguati.

Il lavoro compiuto sin dal 2011, anno di inaugurazione dell'attuale configurazione degli spazi, ha consentito l'acquisizione di una reputazione positiva nel rispettivo mercato di riferimento e ha consentito la messa a punto di un'offerta allineata a quella dei maggiori competitor internazionali. Il 2015 ha visto in particolare lo svolgimento di alcuni eventi internazionali di grande prestigio, quali fra gli altri:

- Cisco Live 2015, con un totale di 5.000 partecipanti;
- 61<sup>st</sup> UITP World Congress 2015 (Congresso Mondiale sui Trasporti), con un totale di 10.000 partecipanti;
- ESH 2015 - 25<sup>th</sup> European Meeting on Hypertension and Cardiovascular Protection (totale: 4.000 partecipanti);
- EHRA Europace 2015, con un totale di oltre 4.100 partecipanti.

### Attività congressuale

Sede	2015		2014		2013	
	n. eventi	partecipanti	n. eventi	partecipanti	n. eventi	partecipanti
MiCo - Milano Congressi	90	159.954	124	190.071	92	163.650
Stella Polare - Rho	40	39.350	31	101.450	14	55.000
Stresa Convention Centre	14	4.500	19	7.750	-	-
MoMec	18	414	19	456	15	315
Expo Milano 2015	400	250.000	-	-	-	-
<b>TOTALE</b>	<b>562</b>	<b>454.218</b>	<b>193</b>	<b>299.727</b>	<b>121</b>	<b>218.965</b>

Sempre nel 2015 Fiera Milano Congressi ha gestito l'operatività dei due padiglioni destinati ad attività congressuale presenti sul sito di Expo Milano 2015. La possibilità, infatti, di maturare esperienze e di poter esprimere il potenziale di offerta in un contesto fortemente internazionale caratterizzato dalla presenza delle delegazioni dei Paesi e da sponsor internazionali ha accresciuto sia la trama di relazioni utili all'acquisizione di eventi futuri, sia la reputazione di Fiera Milano Congressi e del Gruppo nel mondo.

A tale proposito, in occasione di Expo Milano 2015, il MiCo – Milano Congressi ha ospitato l'evento annuale dei 10 centri congressi *leader* in Europa "Leading Centres of Europe" di cui è parte Fiera Milano Congressi, a cui hanno partecipato altri operatori e un panel selezionato di grandi clienti internazionali.

Nel 2015 MiCo – Milano Congressi si è inoltre aggiudicato alcune importanti gare internazionali per l'acquisizione di grandi eventi futuri, come WCD - Il Congresso Mondiale di Dermatologia che porterà a Milano nel 2019, presso le nostre strutture, oltre 19.000 delegati da tutto il mondo.

Per quanto riguarda gli allestimenti, Nolostand ha registrato un risultato da record nell'esercizio 2015, principalmente attribuibile al maggior volume di allestimenti correlato al più favorevole calendario fieristico che nel 2015 ha visto la presenza delle mostre biennali Tuttofood e Host, delle mostre triennali Ipack-Ima e Plast, la manifestazione pluriennale EMO e la manifestazione itinerante ITMA.

La sfida vinta nel 2015 ha confermato le potenzialità e le qualità delle sue risorse, capaci con grande dinamismo di rispondere tempestivamente alle richieste dei clienti e di fornire un supporto ad elevato contenuto qualitativo in tutte le fasi di allestimento, dalla progettazione all'installazione, con grande versatilità.

Si segnala inoltre il significativo apporto delle commesse acquisite nell'ambito dell'evento Expo Milano 2015 pari al 15% del fatturato.

### Ripartizione del fatturato di Nolostand

	2015	2014	2013
Business Fieristico	77%	88%	86%
Business Congressuale	3%	4%	4%
Business Eventi e Manifestazioni Fuori Quartiere	5%	7%	7%
Business Expo 2015	15%	1%	3%



Per quanto concerne l'attività di Fiera Milano Media, coerentemente con il *trend* del mercato di riferimento, nell'ultimo triennio è stato razionalizzato il portafoglio tradizionale (riviste e corsi di formazione ed eventi), mentre è stato potenziato il portafoglio digitale (portali e servizi digitali).

La produzione contenutistica è certamente aumentata, ma la progressiva e costante dematerializzazione del portafoglio cartaceo degli editori, ha portato ad un travaso verso contenitori digitali, pur nella salvaguardia della qualità e della visibilità dei prodotti tradizionali cartacei. Tale processo di digitalizzazione, unita alla riduzione della frequenza di alcune riviste, contribuirà a ridurre la produzione cartacea della Società anche nel corso del 2016.

### LA PRODUZIONE CONTENUTISTICA IN SINTESI DI FIERA MILANO MEDIA



13 periodici di settore



13 newsletter con cadenza settimanale o mensile



12 portali editoriali



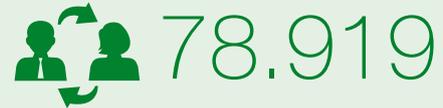
52 account/profili pubblici gestiti direttamente sui principali social network

	2015	2014	2013
Numero periodici	13	13	13
Numero copie	700.000	750.000	800.000
Numero portali editoriali	12	9	7
Numero eventi formativi	121	127	135
Numero convegni annuali	13	20	40
Numero mostre convegno	6	5	4
Numero partecipanti	6.846	7.478	7.882

# il valore generato per i nostri clienti



gli espositori che hanno introdotto innovazioni nell'azienda a seguito della partecipazione a una manifestazione



gli appuntamenti pianificati tra espositori e visitatori nel 2015 nelle manifestazioni direttamente organizzate



la media di Paesi in cui esportano gli espositori grazie alle fiere



le tessere Fieraccessibile erogate dall'inizio del servizio

## ATTIVITÀ DEL CALL CENTER



Sostenere il *business* delle aziende, in Italia e all'estero, è uno dei principali aspetti che caratterizzano la missione del Gruppo Fiera Milano e ne alimentano il *business*.

Negli anni, il Gruppo ha avviato un insieme di progetti funzionali a potenziare i servizi per i propri clienti, migliorando, da un lato, l'attrattività dei quartieri fieristici per rendere migliore l'esperienza dei visitatori, e potenziando, dall'altro, la comunicazione e le relazioni commerciali con gli Organizzatori di eventi e gli espositori per rispondere al meglio alle loro esigenze e garantendo un'esperienza unica e positiva a fronte di un'offerta di prodotto altamente qualificata e diversificata.

Il Servizio Studi e Sviluppo di Fondazione Fiera Milano dal 2002 conduce annualmente sondaggi sulla struttura, la strategia e il sentiment delle aziende italiane che espongono presso i quartieri di Fiera Milano. Si tratta di un campione di 4.000 interviste all'anno agli Espositori delle principali manifestazioni ospitate nei settori più rappresentativi del tessuto industriale italiano: arredamento, meccanica strumentale, moda, alimentare.

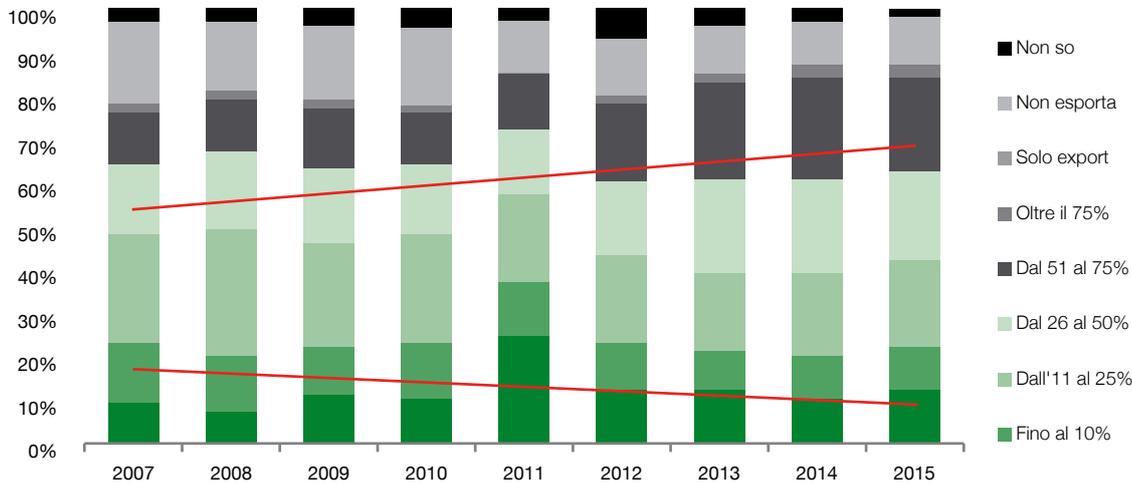
La ricerca evidenzia che circa il 65% degli Espositori intervistati dichiara di aver introdotto innovazioni nella propria azienda a seguito della partecipazione a una manifestazione presso i quartieri di Fiera Milano. Queste aziende hanno concluso non solo contratti ma hanno trovato anche ispirazione, possibilità di miglioramenti e nuove soluzioni. La capacità di diffondere cultura e innovazione è un ulteriore valore dato agli Espositori da parte delle manifestazioni.



Fonte: Servizio Studi e Sviluppo Fondazione Fiera Milano

La ricerca evidenzia, inoltre, quanto le aziende espositrici italiane siano dinamiche sui mercati esteri, sia in termini di fatturato che di numerosità di paesi presidiati.

### Quota di fatturato degli espositori realizzata con export

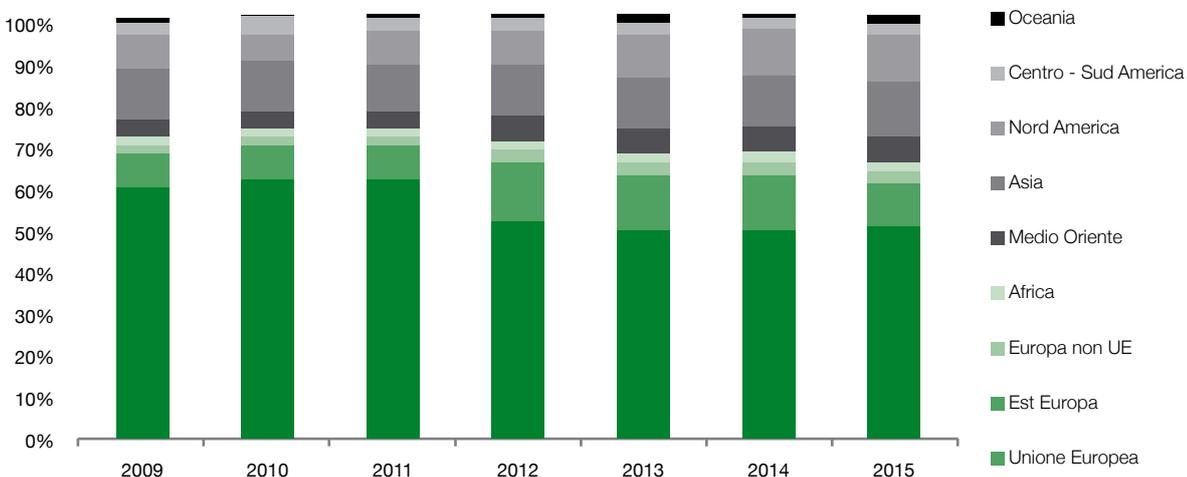


Fonte: Servizio Studi e Sviluppo Fondazione Fiera Milano.

La quota di espositori italiani che realizza oltre il 50% di fatturato all'estero, passa, dal 30% del periodo pre-crisi, al 44% del 2015, dimostrando un'ottima reazione alla situazione internazionale e la volontà di presidiare i mercati internazionali. A livello nazionale, le aziende manifatturiere che esportano sono circa il 22%, mentre le aziende espositrici di Fiera Milano che esportano sono invece l'87%. Elementi che testimoniano sia la capacità di trovare nuovi mercati da parte degli espositori, per lo più piccole e medie imprese, sia l'efficacia delle manifestazioni internazionali italiane come strumento di internazionalizzazione. Questi dati confermano che la vivacità delle piccole medie imprese italiane si è rafforzata in questi anni di crisi e che le manifestazioni fieristiche rappresentano una piattaforma efficace, grazie al grande lavoro di portare *Buyer* esteri alle fiere italiane, supportato anche dalle istituzioni.

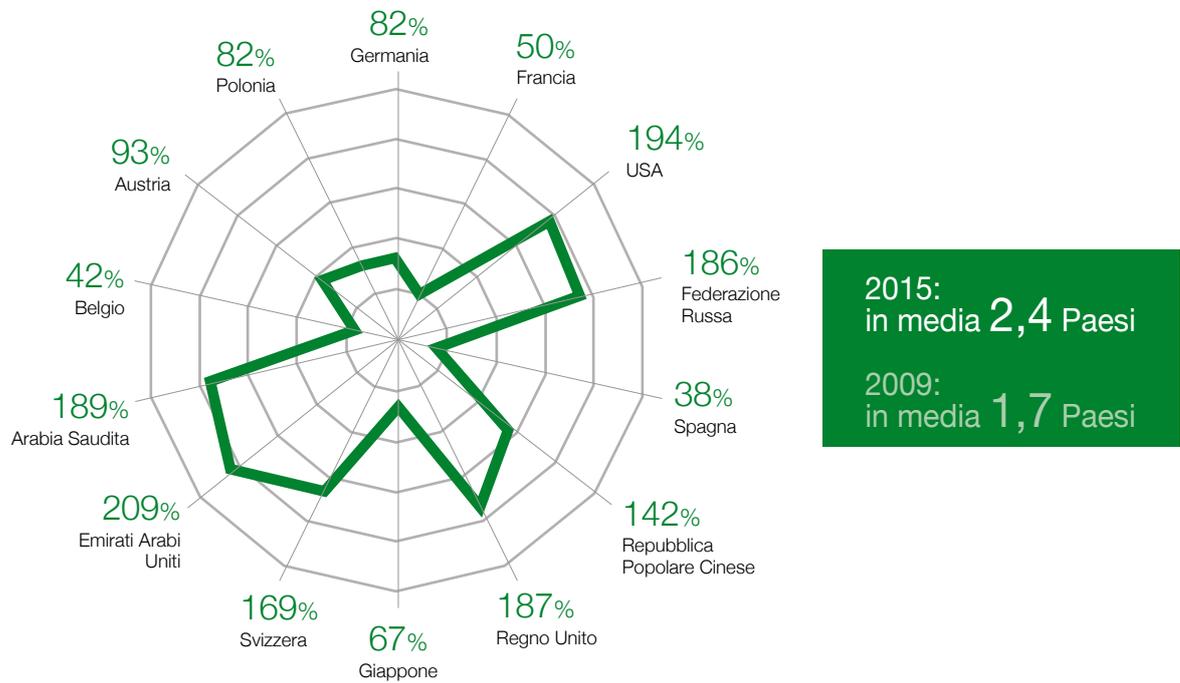
La ricerca evidenzia che nel 2009 gli Espositori esportavano in 1,7 paesi, mentre nel 2015 la quota è salita a 2,4 paesi. In particolare, i paesi che hanno registrato le migliori performance sono gli Emirati Arabi, gli Stati Uniti, l'Arabia Saudita. Ma anche l'*export* verso Russia (nonostante l'embargo), Cina e diversi paesi europei, soprattutto Regno Unito, è cresciuto significativamente.

### Aree geografiche di destinazione dell'export degli espositori



Fonte: Servizio Studi e Sviluppo Fondazione Fiera Milano.

**I paesi di destinazione dell'export cresciuti di più negli ultimi anni (2015 vs 2009)**



Fonte: Servizio Studi e Sviluppo Fondazione Fiera Milano.

A sostegno delle piccole e medie imprese italiane, il Gruppo Fiera Milano ha inoltre promosso nel 2015 un bando regionale per la partecipazione degli Espositori alla manifestazione direttamente organizzata in Cina FHW (Food Hospitality World).



# LO SVILUPPO DI RELAZIONI TRA VISITATORI ED ESPOSITORI PER LE MANIFESTAZIONI DIRETTAMENTE ORGANIZZATE

La capacità di individuare e portare il visitatore giusto per la manifestazione giusta è il fattore cruciale per il successo di una manifestazione.

Con l'obiettivo di facilitare questo incontro sono diversi gli strumenti pensati dal Gruppo Fiera Milano per favorire lo sviluppo e il consolidamento di relazioni tra i diversi soggetti, a partire dalla possibilità per visitatori professionali ed espositori di fissare appuntamenti di business nel corso della manifestazione.

## Numero di appuntamenti richiesti tra visitatori professionali ed espositori per le principali manifestazioni direttamente organizzate nel 2015, laddove lo strumento è attivato

							
2015	2013	2015	2014	2015	2013	2015	2014
<b>57.029</b>	<b>38.400</b>	<b>64.966</b>	<b>76.472</b>	<b>177.885</b>	<b>83.173</b>	<b>46.399</b>	<b>35.980</b>

Nel 2015, il Gruppo Fiera Milano ha lanciato Tuttofood Consulting, un'iniziativa costituita da un *team* specializzato nel mercato italiano dei prodotti agroalimentari con l'obiettivo di supportare con consulenze commerciali e di *marketing* gli espositori internazionali nel raggiungere il *target* di visitatori coerenti con la loro offerta.

Gli espositori, in questo modo, hanno la possibilità di essere assistiti nell'organizzazione e nella preparazione della partecipazione alla fiera, ottenendo informazioni, idee e suggerimenti per aumentare la probabilità di trarre un'esperienza positiva partecipando a Tuttofood. Il team supporta anche la Grande Distribuzione Organizzata nell'identificare prodotti innovativi per ampliare la gamma offerta.

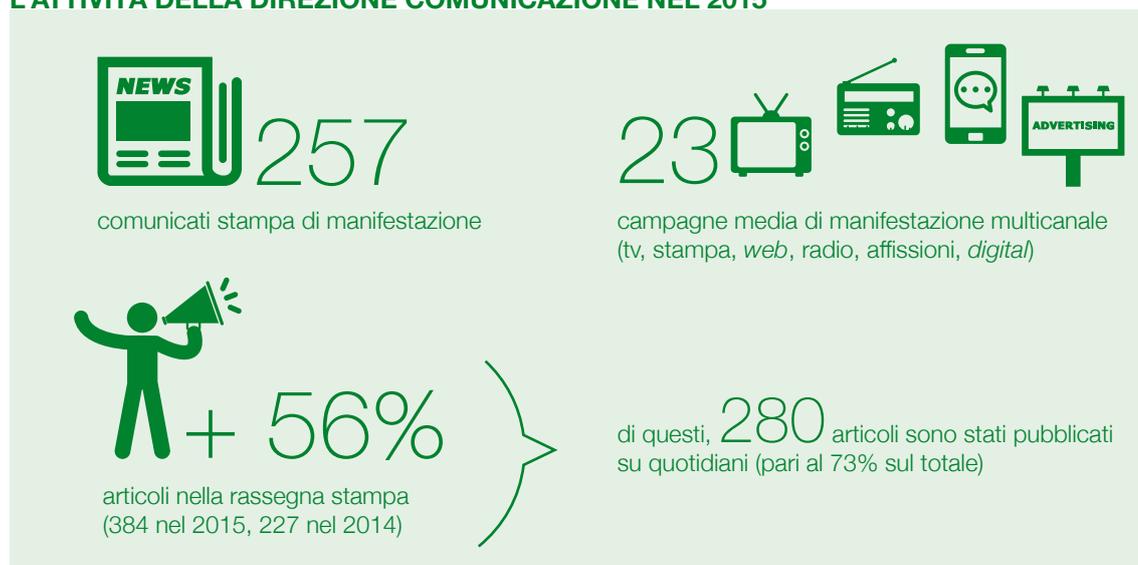
# LA PROMOZIONE DELLE MANIFESTAZIONI

I servizi di comunicazione per le manifestazioni direttamente organizzate vengono forniti dalla Direzione Comunicazione di Fiera Milano e comprendono la condivisione e la gestione della strategia di comunicazione nonché, l'organizzazione dell'Ufficio Stampa che pianifica e gestisce le conferenze stampa, i contatti con le Associazioni di categoria, le aziende e gli *influencer*, producendo, oltre ai comunicati stampa, anche *newsletter*, osservatori economici dedicati e contenuti cross-mediali. Per quanto concerne invece le manifestazioni ospitate, la Direzione si occupa di supportarne la comunicazione attraverso le attività di Ufficio Stampa.

Tra le ulteriori attività offerte per la comunicazione sia per le manifestazioni direttamente organizzate sia per quelle ospitate che ne richiedono il servizio, si annoverano:

- Attività di pianificazione pubblicitaria,
- *Media trade* Italia ed Estero,
- Accordi di media partnership,
- Attività di produzione (spot radio e tv),
- Gestione amministrativa e del traffico pubblicitario.

## L'ATTIVITÀ DELLA DIREZIONE COMUNICAZIONE NEL 2015



L'attività promozionale promossa dalla Direzione procede di pari passo con quella istituzionale, in una commistione di canali e messaggi di comunicazione. A questo proposito si riportano anche i dati relativi al sito *web* istituzionale del Gruppo Fiera Milano ([fieramilano.it](http://fieramilano.it) e [fieramilanonews.it](http://fieramilanonews.it)) e degli *account social* (Twitter), gestiti da Fiera Milano.

## LA COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE DEL GRUPPO FIERA MILANO NEL 2015



(\*) I dati si riferiscono a visitatori unici, ovvero il numero di persone singole che hanno visitato il sito nel 2015.

Con specifico riferimento alle manifestazioni B2C, nel 2015 è stata avviata una collaborazione con la Regione Lombardia per la promozione del territorio lombardo che prevede lo scambio di visibilità sui rispettivi canali di comunicazione con la finalità di far emergere come l'indotto fieristico valorizzi il territorio.

I servizi di comunicazione, organizzati e gestiti dal Gruppo, si avvalgono inoltre del supporto specializzato di Fiera Milano Media e comprendono attività di content e digital marketing quali ad esempio:

- creazione di newsletter ed articoli specializzati,
- gestione di attività di email marketing (DEM),
- presidio dei canali social,
- organizzazione di convegni, workshop ed eventi promozionali,
- gestione di spazi pubblicitari e di affissioni tradizionali e digitali.

### I CANALI SOCIAL DELLE PRINCIPALI MANIFESTAZIONI DIRETTAMENTE ORGANIZZATE CHE SI SONO SVOLTE NEL 2015 (FOLLOWER, FANS O COLLEGAMENTI)



L'integrazione delle differenti modalità di comunicazione consente in questo modo di aumentare la visibilità della manifestazione e ampliare la base di visitatori che acquistano il biglietto in modalità prevendita, effettuano una preregistrazione oppure che accedono al catalogo online degli espositori.

### ACCESSI AL CATALOGO ONLINE, PREREGISTRAZIONI E PREVENDITE DEI VISITATORI DELLE MANIFESTAZIONI DIRETTAMENTE ORGANIZZATE

	host Milano (International Hospitality Exhibition)	HOMI	TUTTOFOOD (MILANO WORLD FOOD EXHIBITION)
Cataloghi <i>online</i>	470.000	201.000	179.154
Preregistrazioni <i>online</i>	131.342	95.500	67.296
Prevendite	10.568	5.870	-

In aggiunta al catalogo tradizionale *online*, il Gruppo Fiera Milano ha sviluppato uno strumento digitale chiamato *Smart Catalog*, un'evoluzione del catalogo *online* degli espositori, arricchito di contenuti costantemente aggiornati dal *web 2.0*: video, *news* pubblicate da testate, associazioni e *blogger*, siti *internet*, *social media*, canali tematici dedicati ai settori delle manifestazioni, *web tv* della *business community*. La struttura moderna e snella rende le informazioni facilmente reperibili dai principali motori di ricerca. Per questo *Smart Catalog* è un utile strumento per tutte le imprese espositrici che intendono migliorare il posizionamento del proprio *brand* e dei relativi prodotti sul *web* e ricevere contatti profilati prima, durante e dopo l'evento; grazie al modulo di contatto diretto appositamente sviluppato, il contatto con le aziende diventa più mirato ed efficace. Durante la fiera, *Smart Catalog* permette di seguire l'evento in tempo reale grazie ai *post* degli espositori e alle *news* della stampa specializzata.

Dopo la fiera, *Smart Catalog* consente di approfondire i contatti raccolti e di iscriversi alla *Business Community* per restare sempre aggiornati sulle novità.

Con l'obiettivo di potenziare la rete di relazioni verso l'estero, il Gruppo Fiera Milano, attraverso la Direzione International Network & Relazioni Istituzionali, ha incrementato nel corso del 2015 il numero di agenti per aumentare il numero degli espositori e dei *Buyer* esteri nel portafoglio fieristico del Gruppo Fiera Milano. Tali attività hanno permesso di registrare un incremento dei metri quadrati occupati dagli espositori esteri alla manifestazione Tuttofood, per un totale di 4.971 metri quadri sul totale dei complessivi 6.250 metri quadri occupati dagli espositori esteri (incremento del 225% rispetto all'edizione 2013). Grazie a tale attività anche il numero complessivo di *Buyer* è aumentato del 7% rispetto alla precedente edizione (599 *Buyer* acquisiti dalla rete sul totale).

Per promuovere il portafoglio di manifestazioni all'estero, il Gruppo Fiera Milano, attraverso la Direzione International Network & Relazioni Istituzionali, ha condotto nel 2015 *roadshow* in Grecia, Egitto, Tunisia, Regno Unito e Bulgaria.

Nel corso del 2015 è inoltre proseguita la promozione dei bandi regionali per sostenere le piccole entità industriali e favorire la partecipazione alle manifestazioni.



## L'OFFERTA DI SERVIZI

Per quanto concerne la permanenza degli espositori presso i quartieri fieristici, il Gruppo Fiera Milano offre i servizi di allacciamenti e utenze, logistici, impianti tecnologici e sorveglianza, la fornitura di allestimenti sia preallestiti che personalizzati, spazi (*show room*), *marketing* e *sponsorship*. Il Gruppo stipula apposite polizze di assicurazione "all risk" per la copertura dei rischi in cui possono incorrere gli espositori nell'ambito della loro partecipazione alle manifestazioni fieristiche ospitate dal Gruppo Fiera Milano. Per gli Organizzatori, unitamente alla disponibilità di spazi espositivi attrezzati, il Gruppo Fiera Milano offre una gamma di servizi strutturali necessari allo svolgimento della manifestazione fieristica (cosiddetti "servizi base"), quali, l'attivazione di servizi fissi (reception), i servizi tecnici strutturali, la vigilanza base di mostra, la pulizia e i servizi amministrativi, la promozione della sicurezza di mostra comprendente l'emissione di informative e documenti utili agli espositori per le loro attività da svolgere nel Quartiere, oltre al controllo diretto delle attività svolte nelle aree comuni dei padiglioni. In aggiunta, l'Organizzatore può richiedere una serie di servizi supplementari, quali l'utilizzo di sale convegni, la moquettatura dei padiglioni, i collegamenti primari interni ed esterni ai quartieri espositivi, la vigilanza e i servizi di accoglienza, nonché servizi di logistica e ausiliari quali spedizioniere, trasporti interni e circolazione intorno al sito espositivo, banche, presidi di primo soccorso e agenzia viaggi.

Per quanto riguarda le manifestazioni direttamente organizzate, il Gruppo Fiera Milano si avvale di venditori suddivisi per area geografica e per settore, in modo da garantire un servizio rapido, puntuale ed altamente professionale a supporto dell'espositore nel preparare la fiera sia dal punto di vista commerciale sia nelle attività pre-mostra volte a presentare al meglio le aziende.

## SMART SERVICES PER MIGLIORARE L'ESPERIENZA DELL'EVENTO

Oltre al tradizionale sostegno di team dedicati per l'assistenza in fase di evento, il Gruppo Fiera Milano è impegnato nello sviluppo di sistemi e servizi innovativi per ottimizzare i processi e migliorare la permanenza di visitatori ed espositori presso i quartieri fieristici.

Dal 2014, l'installazione di totem informativi interattivi che consentono ai visitatori di ottenere informazioni e servizi relativi agli specifici eventi via *e-mail*, evitando così la stampa e riducendo il consumo di carta.

In particolare, nel corso del 2015, il Gruppo Fiera Milano ha sviluppato le seguenti tre iniziative dedicate a espositori e Organizzatori, con l'obiettivo di offrire un servizio sempre più semplice e rapido, riducendo al contempo gli impatti ambientali.

**1 - La *delivery* elettronica delle fatture** ha comportato la progressiva riduzione delle fatture inviate tramite posta cartacea a favore della spedizione via *e-mail* o Posta Elettronica Certificata, con conseguente massimizzazione dell'efficienza del flusso, in quanto il recapito delle fatture risulta immediato. Inoltre, le fatture inviate per via elettronica consentono di evitare la stampa cartacea e comportano sostanziali risparmi di energia, materiali e costi di spedizione.

### Riduzione delle stampe grazie alla *delivery* elettronica delle fatture

	2015	2014
Riduzione percentuale del numero di stampe (rispetto al 2013)	72%	57%
Riduzione percentuale dei costi per stampe (rispetto al 2013)	53%	53%

**2 - La conservazione digitale sostitutiva**, invece, ha portato all'eliminazione della stampa a scopo archivio di tutte le fatture attive, dei libri IVA e dei libri giornali, con un conseguente risparmio di tempo, spazio e materiali sia per l'archiviazione sia per la ricerca e consultazione.

#### Riduzione delle stampe grazie alla conservazione digitale sostitutiva

	2015	2014
Riduzione numero stampe	145.000	101.000

**3 - Il progetto "Easy Service"**, la cui fase di *test* è stata avviata nel settembre 2015 e prevede l'installazione di totem interattivi nel Quartiere espositivo di Rho. Ogni espositore potrà accedere in autonomia alla sua area riservata in E-Service per effettuare tutte le operazioni funzionali alla permanenza presso il quartiere (ad esempio, prenotazioni e acquisti *online* di servizi, accrediti *pass* d'accesso, visualizzazione e stampa di fatture, estratti conto, mappe e tessere espositore, virtualizzazione del "buono d'uscita" per l'uscita del materiale e delle merci dal Quartiere Fieristico, pagamento telematico di ordini e fatture).

#### Stima della riduzione delle stampe grazie a Easy Service

	2017	2016
Stima riduzione pagine stampate	20.000	15.000

Fiera Milano Congressi ha avviato nel 2015 il progetto "Office 365" che consentirà una diminuzione di circa il 20% delle stampe grazie allo *Sharing Point* che permetterà la condivisione e la modifica dei documenti *online*, senza dover stampare ogni revisione del documento stesso. Inoltre, grazie a uno strumento di digitalizzazione dei documenti, Fiera Milano Congressi ha ottimizzato l'organizzazione dell'intero processo di gestione del calendario degli eventi tra Clienti e Fornitori.

## L'ACCOGLIENZA

Per il Gruppo Fiera Milano, l'accoglienza è uno degli aspetti di maggiore importanza per rendere la manifestazione un luogo piacevole. I servizi di *Reception* e Posti Informazione forniti dal Gruppo Fiera Milano vengono monitorati, nell'ambito del sistema di gestione della qualità, attraverso audit interni ed esterni finalizzati a verificare la programmazione e il corretto svolgimento delle attività.

In collaborazione con le principali istituzioni di Milano e Rho unitamente alla società di gestione degli aeroporti di Milano Linate e Milano Malpensa, vengono allestiti *desk* di accoglienza "a 5 stelle" presso gli scali aeroportuali per assistere i visitatori diretti al quartiere fieristico di Rho. Nel 2015, per esempio, in occasione delle Manifestazioni Bit, Host e Tuttofood, sono stati attivati servizi ai visitatori internazionali mirati all'assistenza degli stessi nel corso dell'intero soggiorno, nei trasferimenti da/verso il quartiere fieristico e durante la loro permanenza in manifestazione.

Dal 2012, il Gruppo Fiera Milano gestisce per espositori e visitatori il *Call Center*, le email relative ai servizi per gli espositori (*E-service* e *Customer Service*) e le biglietterie per i visitatori, con una risposta entro 24 ore dalla ricezione, nonché il servizio di *Lost & Found*. Nel 2015, le chiamate risposte sono aumentate del 95% in un anno, con un tasso di rinuncia del 18% sul totale. Le email degli espositori gestite dal *call center* sono invece più che raddoppiate, mentre sono calate quelle dei visitatori.

#### Chiamate inbound

	2015	2014	2013
Risposte	78.984	40.505	45.863
% di rinuncia	18%	6%	10%



### Mail gestite dal Call Center entro 24 ore dalla ricezione

	2015	2014	2013
Mail espositori	23.126	11.648	1.568
Mail visitatori	11.762	15.341	3.746

Già nel 2012 è stato introdotto l'utilizzo dei tornelli *Fast Lane* per il controllo degli accessi al Quartiere, dotati di tecnologie all'avanguardia e con un minore consumo energetico rispetto alla generazione precedente. Questi tornelli garantiscono maggior qualità del servizio grazie alla lettura degli *e-ticket* di espositori e visitatori anche da dispositivi mobili (*tablet* e *smartphone*), che permette un ingresso più celere e consente di ridurre il consumo di carta. Il Gruppo Fiera Milano, inoltre offre, già da alcuni anni, la possibilità di emettere nelle *reception* biglietti su carta uso mano, in alternativa alla carta termica non riciclabile, a conferma della volontà di migliorare costantemente il servizio ai clienti e ridurre l'impatto ambientale delle manifestazioni.

Nel 2016 è previsto un incremento di moderne attrezzature di *reception* e controllo accessi, a progressiva sostituzione di quelle esistenti.

Nell'ambito delle manifestazioni, per rispondere al meglio alle esigenze dei clienti, l'accesso all'esposizione può essere personalizzato con pacchetti diversificati per categorie di clienti. Inoltre, il Gruppo Fiera Milano ha attivato misure specifiche per privilegiare alcune categorie di clienti concedendo riduzioni sui listini per gli eventi di interesse sociale, come nel caso degli eventi per *start up*.

Inoltre, nel 2015, per migliorare l'esperienza presso MiCo – Milano Congressi è stato sviluppato per gli Organizzatori un *format* Eventing Milan, unitamente all'acquisizione della società MiCo DMC. Eventing Milan è un progetto ideato e realizzato da Fiera Milano Congressi in collaborazione con le strutture alberghiere dotate di sale *meeting*, che si propone di promuovere Milano quale destinazione congressuale coordinata ed accessibile presso gli Organizzatori. Con un'unica richiesta inoltrata a Eventing Milan infatti è possibile soddisfare la domanda di sale congressuali, camere d'albergo, *location* per serate di gala e *tour* della città o dei dintorni. MiCo DMC è invece un DMC, ovvero una "agenzia" che offre alcuni servizi turistici su Milano e di biglietteria al mondo del turismo *business*. Attraverso questi strumenti si amplia l'offerta complessiva nei confronti del potenziale cliente, dandogli la possibilità di risolvere tutti gli aspetti legati alla sua trasferta presso la destinazione Milano attraverso un unico interlocutore. Per i visitatori invece nel 2015 sono stati realizzati una *Nursery* e una *prayer room*, nonché un *City Desk* informativo per tutte le attività su Milano.

## UN'OFFERTA ALIMENTARE PER TUTTI

La capacità di migliorare e diversificare l'offerta gastronomica svolge un ruolo fondamentale per rispondere alle aspettative dei Clienti e soddisfare gusti ed esigenze.

Il Gruppo Fiera Milano offre servizi di ristorazione, in collaborazione con *partner* commerciali selezionati, destinati a visitatori, espositori, operatori interni ed esterni attraverso punti di ristorazione fissi e temporanei, con formule e offerte diversificate. Nell'ottica di soddisfare anche le esigenze alimentari più particolari, tre punti dedicati alla ristorazione sono stati certificati dall'Associazione Italiana Celiachia.

Nei casi in cui sia possibile stimare una considerevole presenza di visitatori con specifiche tradizioni e abitudini culinarie, il Gruppo Fiera Milano si adopera per la fornitura di cibi dedicati, come ad esempio cibo halal, kosher, vegano. Inoltre, in occasione di eventi particolari (Eicma Moto 2015 – evento Moto Terapia), il Gruppo Fiera Milano organizza punti di ristoro dedicati ed attrezzati per disabili offrendo gratuitamente i pasti, in collaborazione con i partner della ristorazione.

Per garantire una gestione responsabile del servizio di ristorazione ed evitare sprechi, il Gruppo Fiera Milano organizza il ritiro di derrate alimentari non utilizzate in occasione di alcuni eventi per devolverle all'associazione non profit Banco Alimentare. In particolare, in occasione di Tuttofood, grazie alla collaborazione degli espositori della manifestazione, i cibi non consumati sono stati donati a Banco Alimentare e all'Associazione Pane Quotidiano. Anche all'interno di MiCo – Milano Congressi è attivo un accordo per il recupero dei pasti inutilizzati durante gli eventi ed è prevista l'attivazione di campagne di sensibilizzazione destinate ai clienti affinché scelgano i menù più adeguati al recupero.

Inoltre, il Gruppo Fiera Milano concede in uso, per un periodo di tempo di circa due mesi all'anno, al Banco Alimentare alcuni dei propri spazi all'interno del quartiere fieristico per lo stoccaggio temporaneo delle derrate alimentari raccolte dall'associazione in occasione della Giornata nazionale della coltella alimentare, per consentire una distribuzione diluita nel tempo di quanto raccolto. Oltre allo spazio vengono forniti i servizi connessi quali la messa a disposizione di mezzi d'opera per la movimentazione e la gestione degli accessi e dell'impianto di illuminazione.

Per quanto riguarda la sicurezza alimentare dei propri clienti, dal 2011 il Gruppo Fiera Milano attua un monitoraggio a campione sulla corretta applicazione delle prassi igienico sanitarie nelle postazioni di ristorazione presenti nei Quartieri Fieristici. Nel corso del 2015 sono state effettuate 183 visite ispettive e 46 controlli di tipo merceologico su singoli prodotti. Nel corso del 2016, oltre ai già citati controlli igienico sanitari, saranno effettuati specifici audit sui singoli Gestori al fine di verificare in maniera più approfondita e dettagliata la corretta applicazione normativa, con particolare riferimento alla sicurezza igienico sanitaria.

## L'ACCESSIBILITÀ

Da fine 2012, il Gruppo Fiera Milano, attraverso la Direzione Operation & Servizi di Fiera Milano, ha avviato il progetto Fieraccessibile con l'obiettivo di ottimizzare e rendere più sicuri gli spostamenti all'interno dei quartieri espositivi delle persone con disabilità, in aggiunta a quanto già previsto dalle disposizioni normative vigenti in merito all'abbattimento delle barriere architettoniche.

Dal 2012 ad oggi sono state rilasciate oltre 400 tessere Fieraccessibile. La media annuale degli accessi ai parcheggi a favore di persone con disabilità registrati presso i Desk Fieraccessibile sono stati circa 1.100.

Inoltre, facendo riferimento allo Studio EMECA "Ease of access-Ease of success" del 2007, elaborato per creare uno *standard* di riferimento analizzando l'accessibilità infrastrutturale dei principali quartieri fieristici europei, il quartiere fieramilano, oggi, risponde alle indicazioni dello standard per la maggior parte degli indicatori.

Per gli ospiti con disabilità che intendono recarsi presso il quartiere espositivo di Rho è stata introdotta una nuova procedura che prevede la possibilità di sostare gratuitamente nei parcheggi presso il quartiere e di annullare il biglietto del parcheggio presso i Desk Fieraccessibile, presentando carta di identità e contrassegno auto. In alternativa, presentando preventivamente la stessa documentazione, le persone con disabilità possono iscriversi al portale dedicato e ottenere la tessera Fieraccessibile con validità biennale che consente di ottenere la gratuità della sosta nei parcheggi di pertinenza di Fiera Milano.

Per fieramilanocity, invece, è prevista la sosta gratuita, per le auto dotate di contrassegno auto con persona disabile a bordo, all'interno del parcheggio sulla copertura di due padiglioni.

Al fine di garantire un'assistenza adeguata, è stato creato un canale di comunicazione preferenziale attraverso l'indirizzo [fieraccessibile@fieramilano.it](mailto:fieraccessibile@fieramilano.it).

Nella sezione Mobilità all'interno del sito istituzionale del Gruppo Fiera Milano, è stata creata la pagina di informazione dedicata alle persone con limitata capacità motoria o sensoriale. Attraverso la realizzazione di una serie di strumenti, il Gruppo Fiera Milano vuole garantire lo stesso livello di accessibilità alle proprie strutture per tutti. In particolare sono stati realizzati:

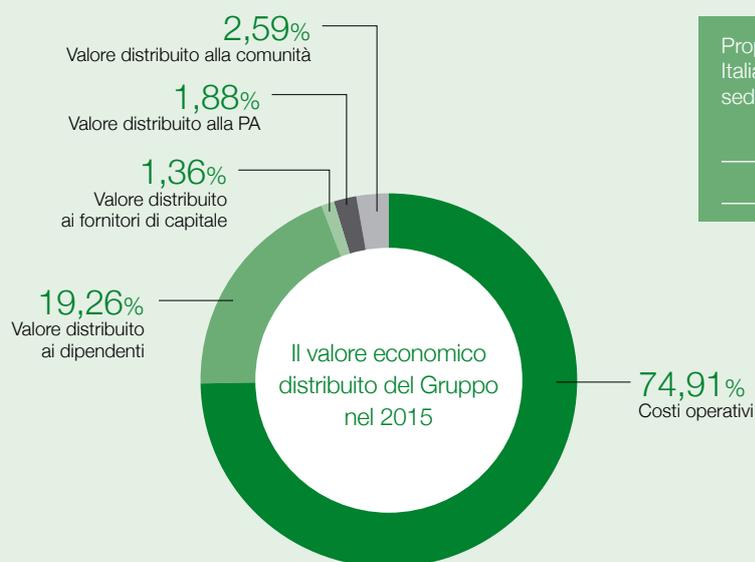
- un video esplicativo con tutte le informazioni su come raggiungere il quartiere Fiera Milano e muoversi al suo interno;
- la Tessera Fieraccessibile, grazie alla quale è possibile parcheggiare gratuitamente nei parcheggi di pertinenza ed usufruire di due biglietti di ingresso gratuiti (disabile ed eventuale accompagnatore) alle mostre che lo prevedono;
- la "Guida senza Barriere", con indicazioni distinte in base alla tipologia di disabilità;
- le FAQ (risposte alle domande più frequenti);
- il volantino Fieraccessibile personalizzato in base alla manifestazione,
- l'audioguida robobraille per gli utenti non vedenti;
- il servizio di noleggio gratuito di ausili per la mobilità;
- l'App Fiera Milano progettata in modo da rendere l'ambiente fieristico ancora più sicuro e accessibile da parte di persone con disabilità, con le indicazioni dei percorsi loges e delle mappe tattili.

# l'impatto sul territorio

## VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DAL GRUPPO

(migliaia di euro)	2015	2014	2013
<b>Valore economico generato</b>	<b>343.998</b>	<b>251.394</b>	<b>253.442</b>
Valore della produzione	<b>340.342</b>	248.988	250.145
Proventi da partecipazioni	<b>2.828</b>	1.448	2.172
Altri proventi finanziari	<b>828</b>	958	1.125
<b>Valore economico distribuito</b>	<b>320.243</b>	<b>265.014</b>	<b>258.410</b>
Costi operativi	<b>239.899</b>	204.498	202.575
Valore distribuito ai dipendenti	<b>61.675</b>	49.276	47.587
Valore distribuito ai fornitori di capitale	<b>4.348</b>	5.857	4.970
Valore distribuito alla PA	<b>6.011</b>	-4.586	-4.307
Valore distribuito alla comunità	<b>8.310</b>	9.969	7.585
<b>Valore economico trattenuto</b>	<b>34.962</b>	<b>-8.719</b>	<b>-2.879</b>
Utile (o perdita) d'esercizio (al netto dei dividendi)	<b>429</b>	-19.106	-16.625
Ammortamenti, Accantonamenti, Svalutazioni, Rivalutazioni	<b>31.636</b>	15.455	19.242
Imposte differite	<b>2.897</b>	-5.068	-5.496

Nota: In linea con il Bilancio Consolidato del Gruppo Fiera Milano al 31 dicembre 2015, tali valori si riferiscono all'intero Gruppo Fiera Milano; la parte estera copre il 2,6% del fatturato. Per la valutazione dei dati è opportuno considerare che l'attività del Gruppo presenta connotazioni di stagionalità per la presenza di manifestazioni fieristiche a cadenza biennale e pluriennale. Questo fenomeno rende più difficile la comparazione tra i diversi esercizi.



Proporzione di spesa del Gruppo in Italia sui fornitori locali in relazione alle sedi operative più significative

2015	2014
33%	32%

Nel 2015, il valore economico generato si è attestato a oltre 343 milioni di euro, di cui il 74,91 % distribuito sotto forma di remunerazione dei fornitori di beni e servizi, retribuzione dei dipendenti (19,26%), interessi ai fornitori di capitale (1,36%), imposte alla pubblica amministrazione (1,88%) e investimenti nella comunità (2,59%).

Oltre alle liberalità, sponsorizzazioni e contributi associativi, il Gruppo Fiera Milano ha contribuito attivamente a sostenere la comunità locale e le associazioni del territorio mettendo a disposizione spazi e competenze.

Fiera Milano Congressi anche per il 2015 ha concesso gratuitamente gli spazi di fieramilanocity alle scuole di Milano per i corsi di primo soccorso e alla Lega Italiana alla lotta contro i tumori nonché ad altre associazioni per le loro attività. Mentre, nel mese di aprile, parte dell'area verde costituente il Parco Sud del Comune di Rho è stata concessa al Liceo statale "Ettore Majorana" per lo svolgimento del Progetto Expo Junior, a cui Fiera Milano ha fornito la necessaria assistenza. Nell'ambito di Homi sono state sviluppate iniziative rivolte al coinvolgimento di persone da reinserire in società, attraverso aree dedicate alle carceri di Bollate e di Opera, con prodotti di artigianato e bigiotteria realizzati dai detenuti. Infine, con l'interesse di rafforzare l'immagine del MiCo – Milano Congressi sul territorio quale asset strategico per la comunità locale, il Gruppo Fiera Milano ha sviluppato MiCo Lab, uno spazio da destinare alla creatività, alla volontà imprenditoriale cittadina per lo sviluppo di nuove iniziative sul territorio a basso costo ma ad alto impatto sociale.

A giugno 2015, Nolostand ha avviato, con la collaborazione dei suoi dipendenti e di alcuni fornitori, "L'Iniziativa Niguarda" sostenendo un progetto dell'Associazione Malattie del Sangue, volto a costruire negli anni un circuito solidale per aiutare l'Ematologia di Niguarda a realizzare l'eccellenza e il progresso nella cura delle malattie del sangue.

## LE EREDITÀ

Grazie alla realizzazione del quartiere espositivo presso Rho, la comunità locale ha beneficiato della bonifica dell'area e di nuove strutture metropolitane ed autostradali. Inoltre, attraverso la realizzazione di eventi, il Gruppo Fiera Milano riveste ogni giorno un ruolo attivo nel trasferire conoscenze su tematiche specifiche che possono indurre cambiamenti comportamentali e continuo sviluppo di infrastrutture, miglioramento e manutenzione di quelle esistenti e implementazione di nuove tecnologie utili per il territorio.

Ad esempio, presso fieramilano, il Gruppo ha condotto un insieme di iniziative e ha istituito premi per raccontare la cultura e dare visibilità agli eventi e alle *best practice* degli espositori, al fine di promuovere comportamenti sostenibili, come descritto di seguito.

Nell'ambito di Ipack-Ima 2015, la manifestazione dedicata al *packaging*, il Gruppo Fiera Milano insieme alle Edizioni Dativo, casa editrice specialista negli ambiti del confezionamento e dell'imballaggio al Politecnico di Milano – Dipartimento di *design* della comunicazione e all'Istituto Italiano Imballaggio, ha promosso un insieme di attività specifiche volte a definire valori e criticità del *packaging* per l'elaborazione della "Carta Etica del Packaging". Tale documento intende esplicitare i principi e gli impegni verso i quali convergere per un *packaging* più consapevole e intende mettere in rapporto obblighi e diritti di tutti i soggetti coinvolti nella produzione e nell'utilizzo e nel consumo degli imballaggi.

Nel corso della manifestazione Host 2015, si sono tenuti oltre 400 appuntamenti tra performance, seminari, *workshop*, *show cooking* ed esibizioni di *chef*, maestri gelatieri e pasticceri, baristi nazionali e internazionali. In particolare tra gli eventi dell'edizione 2015: *Chef* e *Pastry chef* stellati di fama mondiale si sono cimentati in *show cooking* di alto profilo; per il mondo del Caffè, Bar e Vending, baristi e trainer di tutto il mondo hanno offerto ai visitatori interessanti momenti di confronto.

Inoltre si segnala il premio SMART Label come riconoscimento all'innovazione nel settore dell'ospitalità promosso da HOST – Fiera Milano in collaborazione con POLI.design, attribuito durante Host 2015 a quei prodotti, servizi o progetti valutati positivamente rispetto a caratteristiche di funzionalità, tecnologia, sostenibilità ambientale, etica o impatto sociale.

Parte integrante delle attività sviluppate in occasione di MiArt sono stati i MiArtalks, programmi di conferenze dove curatori, collezionisti, artisti, giornalisti e direttori di museo interagiscono con il pubblico presente, discutendo delle relazioni che intercorrono tra arte ed economia, cultura e società.

Nell'ambito di Homi 2016, invece, grazie a Homisphere, verranno coinvolte circa 20 aziende che rappresentano al meglio la creatività italiana, nella proposizione del prodotto sotto una prospettiva nuova di contaminazione merceologica, come specchio del cambiamento dei negozi. Mentre Homi Sperimenta coinvolgerà circa 80 *designer* presenti nelle due aree dedicate alla decorazione moderna ed al *fashion & jewels*. In quest'occasione, il Gruppo Fiera Milano ha promosso la mostra sulla bigiotteria italiana dagli anni '50 ad oggi con opere uniche di *design* italiano, da Armani a Fendi a Ferrè, che hanno segnato il vivere degli ultimi 60 anni e che hanno fatto del *design* del gioiello italiano un elemento di riconoscibilità mondiale.

Infine, nei primi mesi del 2016 è prevista l'inaugurazione dello *showroom* di NoloStand, "BestLab" (*Building & Exhibitions Smart Technologies*). Situato all'interno del quartiere espositivo di Rho, lo *showroom* sarà il luogo che racconta la storia e l'identità dell'azienda e accoglierà i progettisti ed i professionisti del settore in uno spazio laboratorio. BestLab è anche un luogo di incontro, confronto per organizzare incontri, aggiornamenti, *workshop* e presentazioni pensato per chi opera nel settore Eventi.

Il Gruppo Fiera Milano inoltre, attraverso la propria centrale di controllo e coordinamento del traffico gestita dalla Direzione Operation & Servizi, ed una serie di accordi stabiliti con i principali operatori della mobilità e con le forze dell'ordine, contribuisce attivamente alla gestione della mobilità del territorio presso e nelle immediate vicinanze dei quartieri fieristici nelle diverse fasi dell'evento, fornendo a supporto informazioni sulla mobilità in tempo reale con il servizio Info Mobility Fiera Milano.

Con l'ausilio di personale altamente specializzato e di grande esperienza nel settore fieristico tutte le fasi di mostra (preparazione, apertura e smontaggio) vengono dettagliatamente e attentamente pianificate

per garantire la qualità del servizio. Vengono predisposti appositi documenti specifici per ogni fase al fine di stabilire tempi e modalità di ogni operazione e dimensionare i vari servizi da attivare per consentire che ogni fase avvenga nei tempi e nei modi più opportuni, per la tutela dell'ambiente e la sicurezza dei lavoratori impiegati nell'erogazione dei servizi.

Inoltre, il Gruppo Fiera Milano ha contribuito all'installazione di pannelli informativi relativi alle indicazioni sullo stato di circolazione delle linee metropolitane in tempo reale e ha messo a disposizione delle Forze dell'Ordine un sistema di dieci pannelli a messaggio variabile, governati dalla propria Centrale di Controllo e Traffico, per ottimizzare la gestione dei flussi in arrivo e in partenza da Fieramilano.

Nella fase che segue la manifestazione, viene effettuata la raccolta ed il controllo finale dei dati logistici di manifestazione, viene elaborato un documento interno aziendale che recepisce i dati della manifestazione, i punti di forza e di debolezza di ogni fase necessaria per la realizzazione dell'evento e i commenti in merito da parte delle varie funzioni aziendali coinvolte nell'erogazione dei servizi. Affinché si possa migliorare la qualità del servizio erogato ai clienti, il documento individua altresì eventuali azioni migliorative da porre in essere a partire dall'edizione successiva.

Sotto l'aspetto della valorizzazione dell'identità culturale e dell'avvicinamento della città alla fiera, il Gruppo Fiera Milano ha realizzato una serie di iniziative presso il sito espositivo di Expo Milano 2015 per la divulgazione del tema *food* associato al design ed al *Made in Italy*.

Expo Milano 2015 ha portato a una valorizzazione di Milano come città internazionale per lo sviluppo di eventi. Questo aspetto ha portato importanti benefici, anche ad esempio in termini di sviluppo di nuove infrastrutture, trasporti e alberghi. Allo stesso tempo il Gruppo Fiera Milano ha messo a disposizione le proprie competenze per il successo dell'Esposizione Universale: in materia di *security*, logistica e mobilità, partecipando ai relativi tavoli istituzionali. Presso fieramilano, nel 2015, è inoltre stato implementato l'impianto di videosorveglianza con la messa in opera di nuove telecamere e una stazione *radar* per la determinazione delle previsioni meteorologiche della zona.

# le nostre persone



Risorse a tempo indeterminato:

629

(+7 rispetto al 2014)

+26

Acquisizione di organico Ipack-Ima

+19

Nuove assunzioni a rafforzamento delle aree commerciali e sviluppo *business*, in adempimento delle normative di legge (Legge n. 68/1999 e art. 18)



Uscite per prepensionamento al 31 dicembre 2015:

38

Uscite per prepensionamento dal 1 gennaio 2016:

17

Turnover complessivo:

13%

+9,6% rispetto al 2014  
+5,8% rispetto al 2013



Dipendenti *part time*:

74

70

*part-time* orizzontali

4

*part-time* verticali



Laureati:

42,3% (+0,8% rispetto al 2013)

Età media aziendale:

45,1

Dipendenti con età inferiore ai 45,1 anni: 46%

Dipendenti con contratto a tempo determinato:

30

(-3 rispetto al 2014 • +21 rispetto al 2013)

Esperienze di *stage* ospitate:

29

Periodo medio di tirocinio: 6 mesi

22 attivati nel 2015, 7 attivati prima del 2015 con:  
Politecnico di Milano, Università Bocconi,  
Università Cattolica del Sacro Cuore, Iulm,  
Università degli Studi di Milano,  
Università degli Studi di Milano Bicocca,  
Istituto Europeo di Design,  
Università Carlo Cattaneo - LIUC  
Fondazione Fera Milano

14%

Casi di trasformazione dello *stage* in contratto a termine

64%

Presenza femminile negli *stage* (-8% rispetto al 2014)

Le risorse umane sono elementi indispensabili per l'esistenza dell'impresa. La dedizione e la professionalità dei dipendenti sono valori e condizioni determinanti per conseguire gli obiettivi di Gruppo.

Con questa consapevolezza, la Direzione Organizzazione e Risorse Umane di Fiera Milano si impegna a sviluppare le competenze di ciascun dipendente del Gruppo, affinché l'energia e la creatività dei singoli trovi piena espressione per la realizzazione del proprio potenziale. La continua introduzione di strumenti innovativi, l'individuazione delle migliori soluzioni organizzative, il mantenimento di un efficace sistema di relazioni industriali e l'attuazione di politiche retributive in linea con il mercato, contribuiscono a determinare le migliori condizioni per la crescita della professionalità e la motivazione delle persone.

I principi ispiratori che guidano l'avvio e la gestione di ogni nuovo progetto rivolto alle persone sono trasparenza, equità e fiducia.

## LE PARI OPPORTUNITÀ

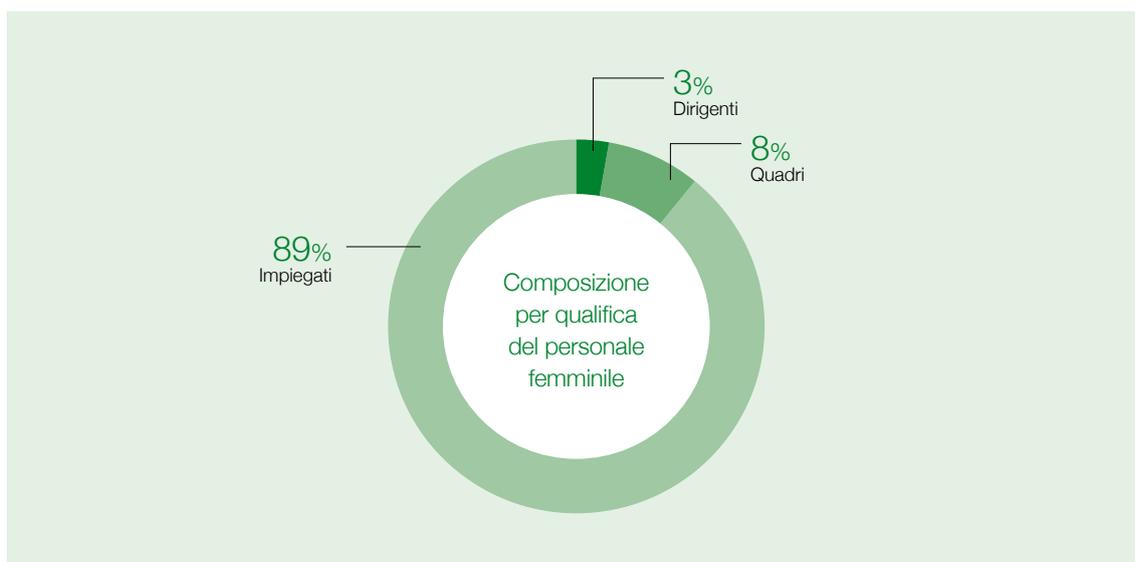
Per il Gruppo Fiera Milano offrire ad ogni dipendente le stesse opportunità di sviluppare le proprie capacità e attitudini, evitando ogni discriminazione per razza, sesso, età, nazionalità, religione e convinzioni personali, è ritenuto un punto fondamentale della propria politica gestionale.

In particolare, per quanto riguarda l'occupazione femminile, Fiera Milano S.p.A. redige un rapporto biennale sulla parità uomo-donna in relazione allo stato delle assunzioni, della formazione, delle promozioni e di altri fattori, in ottemperanza al Decreto Legislativo n.198 dell'11 aprile 2006.

L'occupazione femminile a fine 2015 incide per il 61% sul totale dei dipendenti; la percentuale più elevata si rileva nella categoria impiegatizia con il 65%, mentre il 41% riguarda i Quadri ed il 34% la categoria dirigenti.

Dal 2014 al 2015 il personale femminile in organico è passato da 361 unità a 381.

Nel corso del 2015, su 45 nuove entrate, 37 sono state di donne.

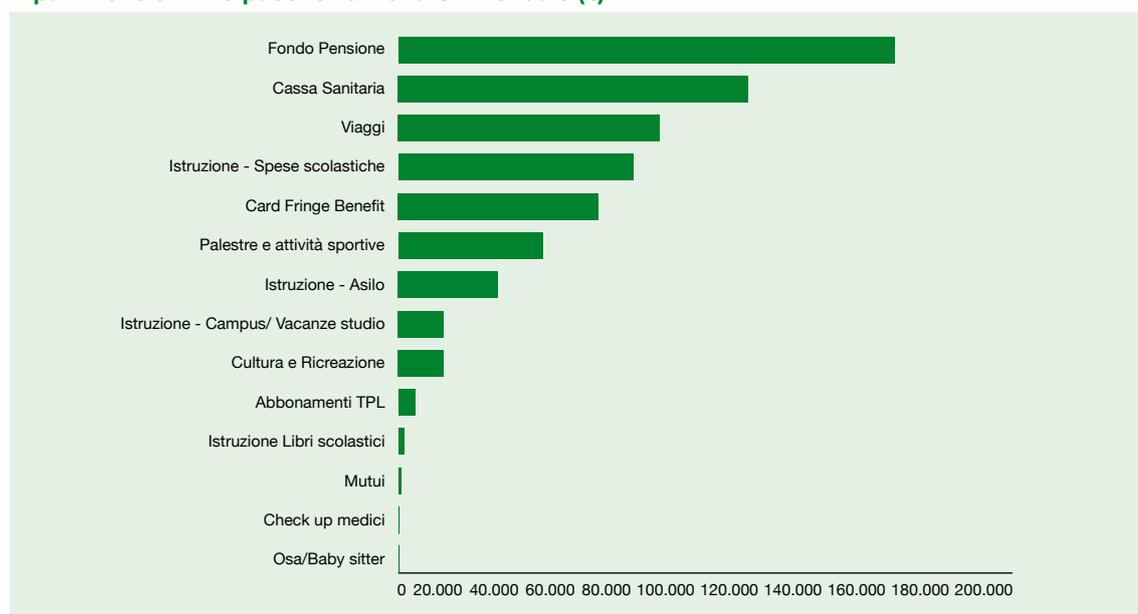


# L'ATTENZIONE VERSO I DIPENDENTI

Il Gruppo Fiera Milano - in un contesto economico ancora difficile - ha confermato la propria attenzione alle risorse umane cercando di individuare strumenti alternativi che potessero favorire il benessere dei dipendenti. A tale scopo, il Gruppo Fiera Milano ha destinato una somma annua per tutti i dipendenti per finanziare il piano di *Welfare Aziendale* che include servizi di previdenza, servizi alla persona e servizi di *work-life balance*. Iniziato a gennaio 2014 per Fiera Milano il piano è stato esteso nel 2015 a Fiera Milano Congressi e Nolostand.

Il piano è accessibile attraverso la piattaforma on-line "WellFair", dove i dipendenti possono "costruire" il proprio pacchetto di beni e servizi e gestirlo in modo autonomo fino all'esaurimento del credito a propria disposizione. Il portale "WellFair" comprende beni e servizi relativi a varie tematiche: istruzione, cassa sanitaria, fondi pensione integrativi, *baby-sitter* e operatori socio-assistenziali, sport, pacchetti vacanze, cultura, buoni spesa, abbonamenti casa - lavoro, rimborso interessi passivi da mutui, consulenze legali e manutenzioni domestiche.

## Ripartizione utilizzo pacchetto *Welfare Aziendale* (€)



Nel corso del 2015 le richieste pervenute sono state oltre 1.900, per un valore di benefit complessivo di circa 680.000€. I servizi più utilizzati dai 487 dipendenti iscritti sono risultati essere cassa sanitaria, fondi pensione, viaggi e istruzione.

Inoltre, Fiera Milano Congressi ha stipulato una convenzione indiretta con l'Istituto Auxologico Italiano per l'erogazione di prestazioni sanitarie multidisciplinari ai propri dipendenti, ai quali viene rilasciata una "Carta della Salute" valida per tutta la famiglia. I *feedback* ricevuti nel corso dell'anno sono stati positivi considerando l'elevata adesione al *benefit* (pari al 98% degli aventi diritto). Questo costituisce uno stimolo per continuare nella ricerca di strumenti innovativi rispetto alle normali politiche retributive, sempre nell'ottica di creare motivazione e fidelizzazione all'azienda e rispondere ai bisogni concreti dei lavoratori e delle loro famiglie.

Nell'ambito del progetto "WellFair", l'azienda ha deciso di destinare la quota del benefit non utilizzata nell'anno 2014 all'assegnazione di due borse di studio del valore di 4.500€ l'una, destinate ai figli dei dipendenti con il curriculum scolastico più meritevole.

Il "Kids Day", evento interamente organizzato e realizzato negli allestimenti dai colleghi del Gruppo Fiera Milano, ha dato alle famiglie dei dipendenti la possibilità di socializzare e confrontarsi sulle diverse aree tematiche della creatività, gioco, socializzazione e libera espressione emotiva. La partecipazione della Polizia Municipale, con l'organizzazione dell'evento "Ghisalandia", ha dato l'opportunità di introdurre i bambini di diverse età ai temi dell'educazione stradale.



Anche nel 2015 è stato assegnato il premio Dipendente dell'anno che prevede la possibilità da parte del vincitore di fruire di un percorso formativo legato alla propria professionalità. L'iniziativa, ormai giunta alla sua terza edizione, prevede la premiazione dei tre dipendenti più votati dagli altri colleghi tramite un sondaggio lanciato sulla intranet aziendale, sulla base di tre criteri distintivi: responsabilità, velocità di adattamento, apertura al nuovo per il 2015.

Nel contratto integrativo di Fiera Milano di secondo livello, rinnovato ogni tre anni, sono previsti un insieme di elementi di maggior favore rispetto al contratto collettivo nazionale, quali ad esempio:

- il servizio di mensa aziendale,
- 80 ore di permesso retribuito,
- un premio di risultato,
- le clausole aggiuntive volte alla tutela della maternità e della paternità,
- la polizza infortuni extraprofessionali e la polizza vita e invalidità,
- un orario di lavoro flessibile con possibilità di entrata fino alle ore 11.00,
- prestiti agevolati/anticipazioni TFR per causali aggiuntive a quelle del CCNL previdenza integrativa aziendale, per cui l'azienda concorre con il 3% della RAL a chi si iscrive al fondo PREVIP. Nel 2015, i dipendenti interessati dal trattamento integrativo pensionistico PREVIP, valido per Fiera Milano, sono stati 308 (312 nel 2014 e 258 nel 2013).

Oltre a quanto previsto dalla contrattazione collettiva, in Fiera Milano il Contratto Integrativo Aziendale prevede un premio di risultato basato sulle performance dell'azienda, correlato al raggiungimento di obiettivi di redditività. L'erogazione del premio è subordinato al conseguimento della soglia minima del Margine Operativo Lordo contenuto nei piani di *budget*, definita a priori.

Per quanto riguarda le ore di lavoro straordinarie prestate dai lavoratori – esclusi Quadri e primi livelli – si precisa che vengono accantonate in banca ore e come previsto dal Contratto Integrativo le ore accantonate possono essere fruite anche frazionatamente nel limite minimo di mezz'ora.

## LA FORMAZIONE E I PERCORSI DI SVILUPPO

I percorsi utili alla crescita professionale ed individuale sono individuati attraverso il piano formativo del Gruppo.

Nel corso del 2015, il numero delle attività formative organizzate per le società italiane del Gruppo è stato superiore a quello del 2014. Sono state svolte 98 attività formative, di cui 41 organizzate internamente e 57 tramite corsi esterni, per un numero complessivo di 1.105 ore e per un totale di 585 persone coinvolte. L'investimento per la formazione delle società italiane del Gruppo nel 2015 è stato pari a 148.553,30 Euro, con un'incidenza dello 0,30% rispetto al totale del costo del lavoro.

Il piano formativo si è focalizzato, da un lato, su progetti volti ad accrescere le competenze tecnico specialistiche di ruolo e linguistiche, dall'altro, su percorsi specifici *tailor-made* volti a mettere a fuoco le sfide personali e individuare i fattori distintivi di successo. Per la creazione di nuove opportunità di *business* e il consolidamento della *brand reputation*, sono stati condotti progetti formativi legati all'utilizzo strategico degli strumenti *social* e *digital*. Inoltre, a seguito degli aggiornamenti normativi, nell'ambito del Gruppo sono stati organizzati corsi sui nuovi reati inseriti nel D.Lgs 231/01, nonché i corsi di aggiornamento in materia di salute e sicurezza sul lavoro. Con il progetto di Edutainment "LaCura" del 2014, Fiera Milano ha vinto nel 2015 il concorso organizzato da UFI, The Global Association of the Exhibition Industry, aggiudicandosi l'Education Award 2015 per il miglior piano formativo dell'anno. La giuria ha riconosciuto l'importanza del coinvolgimento dell'intero team commerciale attraverso una metodologia innovativa che ha saputo generare spirito di Gruppo e ha consentito di condividere la conoscenza.

Nel 2015 Fiera Milano ha avviato il progetto “Quark...Omm la multiculturalità” con lo specifico obiettivo di migliorare la comunicazione e la relazione con gli interlocutori internazionali. Attraverso una metodologia innovativa, i partecipanti hanno ricercato contenuti culturali e di *business* per ogni singolo Paese analizzato e hanno poi realizzato dei video, pubblicati sulla *intranet* aziendale, per illustrare i comportamenti da adottare o evitare in situazioni negoziali di *business*.

A chiusura del percorso formativo “Leader Straordinario”, destinato all'*executive team* commerciale di Fiera Milano, è stata effettuata la prima valutazione a 360°. Ciascun membro ha progettato il proprio piano di crescita e identificato il percorso di sviluppo dei propri punti di forza per incrementare la capacità di *leadership*.

Nel corso del 2014 sono state valutate tutte le posizioni aziendali e i profili retributivi dei dipendenti Fiera Milano al fine di creare dei piani di sviluppo e accrescere l'equità interna nella retribuzione tra dipendenti di pari livello. La mappatura delle posizioni ha permesso di evidenziare come le retribuzioni aziendali siano mediamente al di sopra dei riferimenti di mercato. Il progetto, nel corso del 2016, sarà esteso a tutte le Società e porterà alla stesura di una *policy* di Gruppo sulle politiche retributive.

Il nuovo sistema *web based* di valutazione delle competenze del personale di Fiera Milano è stato attivato nel corso del 2014. Tale sistema è articolato in tre *step*: l'autovalutazione da parte del personale, la valutazione da parte del relativo responsabile della funzione aziendale ed infine il confronto mediante colloqui individuali di *feedback*.

Nella seconda metà del 2016, è previsto un progetto di integrazione delle competenze tecniche specifiche per le diverse famiglie professionali individuate in azienda all'interno del sistema di valutazione; per svilupparlo verranno effettuate interviste ai responsabili e *focus group*.

Per il 2016, il Gruppo Fiera Milano organizzerà anche percorsi di *brief coaching* volti ad identificare i comportamenti funzionali più adatti a risolvere problemi di natura gestionale, organizzativa oppure relazionale, tipicamente presenti nelle fasi di cambiamento connaturate a nuovi ruoli o mansioni.

Tra i nuovi progetti previsti per il 2016, è prevista l'introduzione di una nuova modalità di formazione e sviluppo delle competenze, attraverso una piattaforma “*e-learning*” dedicata a stimolare la cultura dell'autoapprendimento e favorire la flessibilità.

Per il 2016, è previsto inoltre il rinnovamento tecnologico delle postazioni informatiche per migliorare la fruibilità delle informazioni da parte dell'utente.

#### Ore di formazione erogata

QUALIFICA	2015		2014	2013
	uomini	donne		
Dirigenti	345	230	n.d.	n.d.
Quadri	840	609	n.d.	n.d.
Impiegati	2.160	3.059	n.d.	n.d.
<b>Totale</b>	<b>3.345</b>	<b>3.898</b>	<b>8.155</b>	<b>11.987</b>

#### Ore/uomo di formazione erogata sul totale dei dipendenti

QUALIFICA	2015		2014	2013
	uomini	donne		
Dirigenti	15	19	n.d.	n.d.
Quadri	19	20	n.d.	n.d.
Impiegati	12	9	n.d.	n.d.
Media ore/uomo di formazione erogata	15	16	13	19

# LA SICUREZZA

Per il Gruppo Fiera Milano, la sicurezza dei lavoratori presso i quartieri fieristici è un prerequisito imprescindibile, che viene gestito e monitorato attraverso una serie di azioni poste in essere nei confronti degli ospiti dei quartieri e della struttura.

A seconda della motivazione per cui l'ospite ha necessità di accedere ai quartieri fieristici sono previsti diversi titoli di accesso che consentono di accedere al quartiere per il periodo specifico necessario. Per le ditte terze che devono operare all'interno del quartiere durante le fasi di allestimento e disallestimento, previo controllo della documentazione tecnica di sicurezza, è prevista l'emissione di un lasciapassare soggetto a scadenza che viene verificato sia in entrata che in uscita da parte del servizio di sorveglianza dedicato.

Il servizio di sorveglianza effettua inoltre ulteriori controlli a campione sulle maestranze ed i mezzi presenti nei quartieri, ed allontana quelli sprovvisti di lasciapassare o con lasciapassare irregolari, identifica le persone e i mezzi irregolari e la società di appartenenza ed informa successivamente gli uffici competenti che intraprenderanno le eventuali azioni conseguenti alle irregolarità.

I controlli sono eseguiti anche mediante telecamere o altri metodi a distanza, in collegamento con le Forze dell'Ordine.

Il Gruppo Fiera Milano si è dotato di un insieme di misure specifiche aggiuntive, quali:

- l'istituzione di un *call center* tecnico per la raccolta di tutte le segnalazioni riguardanti le necessità di manutenzione;
- l'impiego di un *software* per la gestione informatizzata della manutenzione attraverso il quale sono attivati circa 18.000 ordini di lavoro riguardanti sia attività di verifica e controllo, ossia di manutenzione preventiva programmata, che interventi di riparazione, ossia di manutenzione correttiva. Gli asset monitorati sono circa 20.000. La struttura tecnica di Fiera effettua con continuità visite ispettive sia a caldo che a freddo per la verifica dell'operato del Fornitore a cui sono stati appaltati i servizi;
- l'esecuzione di esercitazioni antincendio con lo scopo di testare l'organizzazione durante le fasi dell'emergenza;
- le verifiche periodiche sull'organizzazione e sul coordinamento così come previsto dal Piano di Emergenza;
- l'effettuazione delle manutenzioni periodiche degli impianti, dei presidi fissi antincendio e delle strutture secondo quanto previsto dalle norme vigenti in materia.

Per quanto concerne i dipendenti del Gruppo Fiera Milano, nel 2015, a fronte di una leggera diminuzione degli infortuni occorsi, si è registrata una diminuzione degli indici di incidenza, di frequenza e di gravità.

## Infortuni occorsi ai dipendenti

	2015	2014	2013
Lavoratori	629	622	621
Infortuni mortali	0	0	0
Infortuni gravi	0	1	0
Totale infortuni	5	7	6
Totale giorni di assenza	58	271	101
Indice di incidenza	7,95	11,25	9,66
Indice di frequenza	4,78	6,79	5,56
Indice di gravità	0,06	0,26	0,09

### Spesa per la sicurezza dei dipendenti

(Migliaia di €)

	2015	2014	2013
DPI (Dispositivi Prevenzione Infortuni)	2,95	2,23	5,31
Accertamenti sanitari	24,95	23,01	22,55
Analisi ambientali, fonometrici uffici	5,38	17,14	3,86
Formazione	11,38	10,12	17,44

## COMPOSIZIONE DEL PERSONALE

### Composizione dei dipendenti

	2015		2014		2013	
	uomini	donne	uomini	donne	uomini	donne
Sotto i 30 anni	5	8	5	8	6	10
tra i 30-50 anni	148	252	163	253	181	264
sopra 50 anni d'età	95	121	93	100	74	86
<b>Totale</b>	<b>248</b>	<b>381</b>	<b>261</b>	<b>361</b>	<b>261</b>	<b>360</b>

### Composizione dei dirigenti

	2015		2014		2013	
	uomini	donne	uomini	donne	uomini	donne
Sotto i 30 anni	-	-	-	-	-	-
tra i 30-50 anni	8	5	9	6	15	8
sopra 50 anni d'età	15	7	19	5	12	2
<b>Totale</b>	<b>23</b>	<b>12</b>	<b>28</b>	<b>11</b>	<b>27</b>	<b>10</b>

### Dipendenti suddivisi per tipologia di contratto

	uomini			donne			totale		
	2015	2014	2013	2015	2014	2013	2015	2014	2013
Full time	244	257	253	311	290	289	555	547	542
Part time orizzontale	4	4	4	66	59	58	70	63	62
Part time verticale	-	-	4	4	12	13	4	12	17
<b>Totale</b>	<b>248</b>	<b>261</b>	<b>261</b>	<b>381</b>	<b>361</b>	<b>360</b>	<b>629</b>	<b>622</b>	<b>621</b>

Il Gruppo Fiera Milano si avvale di personale con contratto a termine per far fronte ai picchi di attività legate all'andamento del calendario fieristico e all'avvio di progetti straordinari. Il personale con contratto a tempo determinato al 31 dicembre 2015 era di 30 unità; in confronto alle 33 del 2014 e alle 9 del 2013.



## Stage

	2015		2014	
	uomini	donne	uomini	donne
Già attivi	9	12	3	4
Attivati nel corso dell'anno	8	18	5	17
<b>Totale</b>	<b>17</b>	<b>30</b>	<b>8</b>	<b>21</b>

## Numero entrate di dipendenti con contratto a tempo indeterminato (Lombardia)

	2015		2014		2013	
	uomini	donne	uomini	donne	uomini	donne
Sotto i 30 anni	2	4	2	1	1	7
tra i 30-50 anni	2	20	1	6	7	6
sopra 50 anni d'età	4	12	1	-	1	2
<b>Totale</b>	<b>8</b>	<b>36</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>15</b>

Con riferimento al Lazio, nel 2015 si segnala solamente 1 nuovo ingresso (donna, over 50), nessuno per il 2014 e 3 nel 2013 (2 donne e 1 uomo nella fascia 30-50).

## Numero uscite di dipendenti con contratto a tempo indeterminato (Lombardia)

	2015		2014		2013	
	uomini	donne	uomini	donne	uomini	donne
Sotto i 30 anni	10	-	-	-	1	-
tra i 30-50 anni	3	7	4	4	6	8
sopra 50 anni d'età	5	3	-	1	13	5
<b>Totale</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>13</b>

Con riferimento al Lazio, nel 2015 si segnala l'uscita di 5 dipendenti (4 donne e 1 uomo nella fascia 30-50), 1 nel 2014 (donna, fascia 30-50) e nessuna nel 2013.

# la gestione ambientale



Costo per metro quadro occupato\*

2014: 3,71€

2015: 3,21€

(\*) Comprende i costi di energia elettrica, teleriscaldamento, acqua potabile e acqua di falda utilizzata nei padiglioni in manifestazione e in tutti gli edifici dell'asse centrale, che vengono imputati alla manifestazione nelle fasi di allestimento, mostra e smobilitazione.

Gli impatti ambientali generati entro il perimetro del Gruppo Fiera Milano si compongono di una parte variabile, legata alla realizzazione delle manifestazioni, convegni ed erogazione dei servizi di mostra e di una parte costante nel corso dell'anno, legata ai consumi energetici delle strutture.

Nel 2015 il costo per metro quadro è stato di 3,21€. Il dato è stato determinato prendendo in considerazione tutti i costi legati ai consumi di energia elettrica, teleriscaldamento, acqua potabile e acqua di falda utilizzata nei padiglioni in manifestazione e in tutti gli edifici dell'asse centrale, che vengono imputati alla manifestazione nelle fasi di allestimento, mostra e smobilitazione.

Nel corso degli anni sono stati realizzati in particolare un insieme di progetti volti a ridurre i consumi energetici e idrici e a migliorare le condizioni di benessere ambientale delle sedi espositive. Tali progetti sono stati in parte realizzati dal Gruppo Fiera Milano, in parte da Fondazione Fiera Milano, proprietaria degli spazi espositivi.

Nel 2014, i progetti di efficientamento energetico delle infrastrutture e degli impianti del quartiere hanno portato all'ottenimento della certificazione LEED EB:O&M (*Existing Buildings: Operations & Maintenance*) per il Centro Servizi, Centro Congressi e Torri Ufficio del quartiere espositivo di Rho. Tale certificazione valuta il grado di sostenibilità di un immobile già esistente, tenendo conto dei criteri di basso consumo di acqua potabile, della gestione energeticamente efficiente dell'edificio, delle politiche di sostenibilità negli acquisti, delle politiche di sostenibilità nello smaltimento dei rifiuti, della salubrità degli ambienti interni e comfort, delle *policy* innovative di gestione sostenibile e delle caratteristiche uniche e peculiari delle località in cui è situato il progetto. Il quartiere espositivo di Rho è il primo in Europa a ottenere tale certificazione.



# L'ENERGIA

Tutti i consumi energetici del Gruppo Fiera Milano sono mappati e monitorati in tempo reale al fine di individuare tecnologie che migliorino l'efficienza energetica e le prestazioni degli impianti maggiormente energivori.

I principali consumi energetici derivano dall'energia elettrica utilizzata per le attività di realizzazione degli allestimenti, l'illuminazione delle aree espositive e il riscaldamento degli spazi. L'utilizzo di calore proveniente dal termovalorizzatore, ha coperto nel 2015 il 99% dei consumi complessivi per il riscaldamento del quartiere espositivo di Rho con una conseguente riduzione dell'utilizzo di combustibili fossili.

## Quantità di energia diretta consumata per tipologia di fonte (GJ)

	2015	2014	2013
Energia elettrica	202.178	171.239	165.000
Gas per riscaldamento	28.018	21.716	40.160
Teleriscaldamento fieramilano	36.775	28.512	39.455
<b>Totale</b>	<b>266.971</b>	<b>221.467</b>	<b>244.615</b>
Metri quadri netti espositivi	1.773.800	1.186.380	1.293.575
Consumo di energia diretta per metro quadro espositivo	0,151	0,187	0,189

Analizzando i dati tenendo conto dei metri quadri espositivi che variano annualmente a seconda del calendario delle manifestazioni si registra nel triennio una complessiva lieve flessione dei consumi.

In un'ottica di miglioramento continuo delle prestazioni energetiche, il Gruppo Fiera Milano ha provveduto alla sostituzione di componenti guasti con altri a maggior efficienza. Per il 2016, saranno sostituiti i corpi illuminanti di altri quattro padiglioni e del magazzino di Vittuone con dispositivi a tecnologia LED di potenza tale da garantire il medesimo livello di illuminamento, consentendo un risparmio energetico significativo.

Per il 2016, l'impegno del Gruppo Fiera Milano è finalizzato ad ottenere la certificazione LEED Silver, di livello superiore a quello attualmente detenuto.

Il Gruppo Fiera Milano ha individuato una serie di iniziative a tutela dell'ambiente a cui aderire nel corso del 2016 a testimonianza della grande attenzione che pone nei confronti dell'ambiente. La prima iniziativa a cui il Gruppo Fiera Milano ha deciso di aderire alla campagna 2016 "M'illumino di meno" attraverso l'implementazione di simboliche azioni ecosostenibili di riduzione dell'uso dell'illuminazione e del riscaldamento. Per promuovere buone pratiche ambientali e a supporto dell'iniziativa, Nolostand ha rilasciato nel corso del 2015 "il decalogo M'illumino di meno" a tutti i dipendenti e portatori di interesse.



# LA MOBILITÀ

Gli impatti ambientali legati alla mobilità derivano dalle specificità delle diverse fasi del ciclo di vita dell'evento. Nella fase organizzativa e di allestimento della manifestazione, gli impatti ambientali derivano per la maggior parte dall'approvvigionamento dei beni e delle attrezzature; durante l'evento, sono legati agli spostamenti di espositori e visitatori verso e dal quartiere fieristico; mentre a conclusione dell'evento, i soggetti che rimuovono i materiali utilizzati per l'allestimento rappresentano la fonte di maggior impatto ambientale. L'impatto dei dipendenti del Gruppo Fiera Milano è invece da considerarsi trasversalmente alle varie fasi.

## CONSUMI ENERGETICI INTERNI ALL'ORGANIZZAZIONE 2015 (GJ)



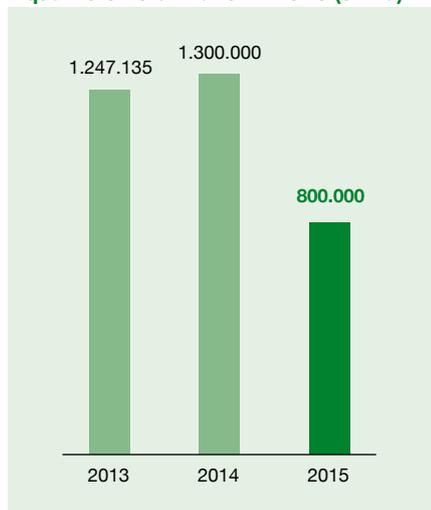
Al fine di ridurre l'impatto ambientale durante lo svolgimento degli eventi, il Gruppo Fiera Milano ha condotto varie iniziative finalizzate a gestire la mobilità degli espositori e dei visitatori in modo più sostenibile.

Con riferimento agli espositori, è attiva una convenzione con la società di trasporto pubblico per l'erogazione di abbonamenti scontati e un servizio di *car sharing*, con due punti di prelievo e consegna presso Porta Est e Porta Sud di fieramilano e con la possibilità di potenziare il servizio su richiesta dell'ente organizzatore della manifestazione. Nel corso del 2015, a completamento del *car sharing* sono state installate due colonnine per la ricarica delle auto elettriche presso il punto di Porta Est. Inoltre, ulteriori punti di ricarica sono a disposizione dei visitatori che usufruiscono dei parcheggi multipiano.

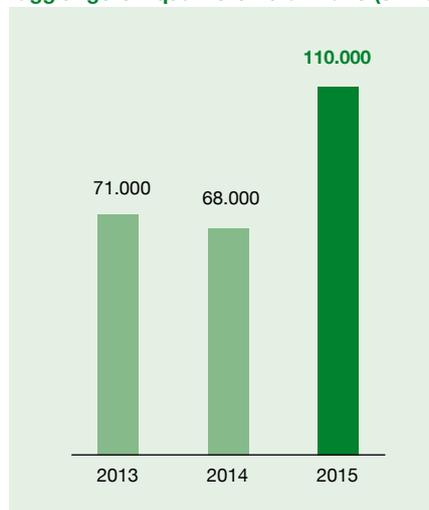
Per il 2016, è prevista l'introduzione del *car sharing* aziendale con veicoli elettrici e a basso impatto ambientale (Euro 5).

Analizzando le modalità con le quali viene raggiunto il quartiere fieristico, rispetto al numero di auto utilizzate dagli espositori, si evidenzia una forte variabilità in funzione della presenza o meno delle mostre biennali e triennali nel calendario fieristico e un'anomalia nel 2015 legata al numero eccezionale di eventi previsti nel calendario, anche grazie alla contemporaneità con Expo Milano 2015.

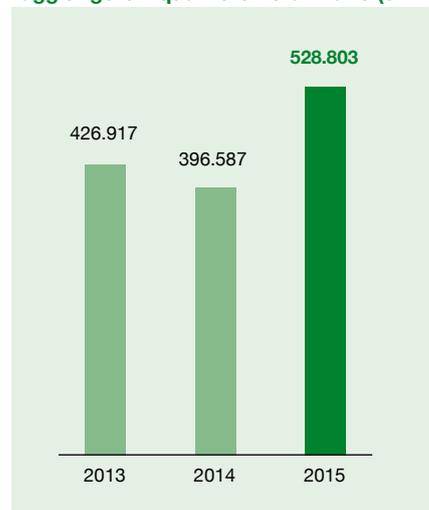
**Numero di visitatori che hanno raggiunto il quartiere fieramilano in metro (stima)**



**Numero di auto utilizzate da espositori per raggiungere il quartiere fieramilano (stima)**



**Numero di auto utilizzate da visitatori per raggiungere il quartiere fieramilano (stima)**

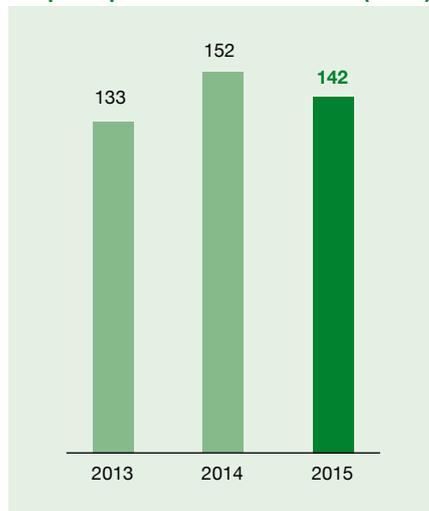


Con specifico riferimento agli spostamenti dei dipendenti, all'interno della progettualità connessa al Piano di Spostamenti Casa-Lavoro, il Gruppo Fiera Milano ha condotto nel 2012 un'indagine che sarà riproposta a tutti i dipendenti nella primavera del 2016 al fine di ottenere spunti utili per le prossime iniziative di mobilità sostenibile.

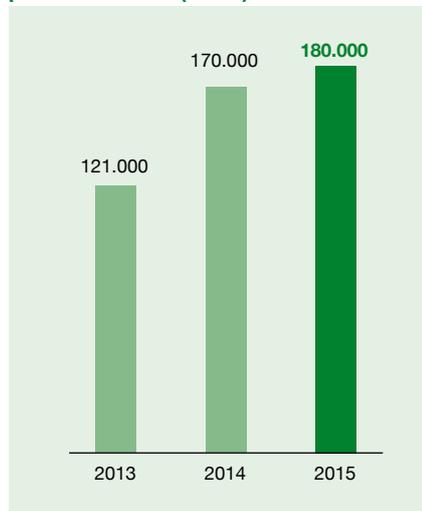
In particolare i dipendenti del Gruppo Fiera Milano hanno la possibilità di utilizzare le biciclette aziendali per gli spostamenti all'interno dei quartieri fieristici e acquistare gli abbonamenti annuali a prezzi agevolati delle aziende di servizio di trasporto pubblico. La quota a carico del dipendente dell'abbonamento viene addebitata a rate mensili sullo stipendio. Nel triennio di riferimento il numero di abbonamenti richiesti in convenzione ha registrato un graduale aumento, con un picco nel 2014 (24%) a cui è seguita una lieve flessione nel 2015 (22%).

Per quanto concerne invece il fornitore di trasporti di Nolostand, si segnala una composizione del parco mezzi caratterizzata per l'81% da veicoli Euro 5-6.

**Numero di abbonamenti al servizio di trasporto pubblico ATM e Ferrovie (stima)**



**Mezzi pesanti in ingresso per allestimento (stima)**



Oltre ai fattori ambientali, la mobilità può influenzare anche i seguenti fattori socioeconomici: rumore nel caso di eventi-manifestazioni a carattere ricreativo come concerti, Motolive, etc, accessibilità, sicurezza e protezione, danni o deterioramento dei mezzi di trasporto, riduzione della capacità residua per il trasporto locale, turbamento dei servizi in zona. Tali informazioni non sono attualmente monitorate da parte del Gruppo Fiera Milano in quanto relative ad episodi numericamente poco significativi ed isolati (ad esempio, rumore, accessibilità, sicurezza e protezione, turbamento dei servizi in zona) o legati all'operatività di soggetti terzi (ad esempio, danni o deterioramento dei mezzi di trasporto, riduzione della capacità residua per il trasporto locale, sicurezza e protezione).

## LE EMISSIONI

Le emissioni generate direttamente dall'attività del Gruppo Fiera Milano in Italia nel 2015 sono pari a 24.202 tonnellate di CO<sub>2</sub> equivalente e sono riconducibili ai consumi di energia elettrica, gas per il riscaldamento e di combustibili per le auto di proprietà.

A differenza degli anni precedenti, per il solo 2015 sono state considerate anche le emissioni relative all'autotrazione ed in particolare derivanti dall'uso di combustibili diesel e benzina di Fiera Milano sulla base di stime calcolate a partire dalla contabilità economica.

### Emissioni (ton CO<sub>2</sub> equivalente)

	2015	2014	2013
<b>Totale tonnellate</b>	<b>24.202</b>	<b>20.063</b>	<b>20.991</b>
Differenza rispetto all'anno precedente	4.139	-929	-

Nel 2015 sono stati installati sistemi di aspirazione forzata per una migliore evacuazione delle fumane prodotte da attività di ristorazione interne ai padiglioni, con un miglioramento del comfort ambientale.

Con specifico riferimento agli allestimenti, Nolostand ha deciso di avviare un progetto volto alla definizione della metodologia di calcolo delle emissioni di CO<sub>2</sub> legata alle attività di allestimento e disallestimento di un progetto standard. Sulla base dei risultati ottenuti, saranno definite da un lato gli eventuali interventi volti alla riduzione delle emissioni e dall'altro le iniziative utili per la compensazione della CO<sub>2</sub> emessa.

## LA RISORSA IDRICA

Il sistema di adduzione della risorsa idrica all'interno di fieramilano avviene attraverso due distinte fonti di approvvigionamento: attraverso la rete idrica comunale, per tutti gli usi potabili, e tramite prelievo da sette pozzi di emungimento dell'acqua di falda, di proprietà della Fondazione Fiera Milano. Attraverso il recupero delle acque di seconda falda, vengono alimentate tutte quelle attività in cui non è richiesta la potabilità dell'acqua, quali ad esempio pompe di calore funzionanti con acqua di pozzo, sistema di irrigazione, acqua ad uso sanitario, sistema antincendio, vasche ornamentali e riempimento dell'impianto di climatizzazione.

Nel 2015 sono state concluse alcune iniziative per ridurre i consumi idrici degli uffici di fieramilano, attraverso un'ottimizzazione della regolazione dei flussi di acqua ad uso sanitario, diminuendo il tempo di erogazione dell'acqua potabile si stima un risparmio di circa il 10% e diminuendo i litri scaricati per la parte sanitaria si passa da 12 a 9 litri impiegati. Fieramilanocity invece utilizza esclusivamente l'acqua proveniente dalle fonti idriche comunali.

### Prelievo totale di acqua per fonte (mc)

	2015	2014	2013
Fonti idriche comunali (totale)	274.507	234.556	425.370
Acqua di falda (fieramilano)	2.013.515	1.637.029	1.997.189
<b>Totale</b>	<b>2.288.022</b>	<b>1.871.585</b>	<b>2.422.559</b>

Tali consumi variano annualmente a seconda del calendario delle manifestazioni.

Nel corso del 2015 nelle palazzine uffici del quartiere espositivo fieramilano sono state erogate 31.000 bottigliette d'acqua. Non sono disponibili i dati delle bottigliette di acqua distribuite in fase di evento in quanto le forniture vengono gestite da ogni singolo gestore dei punti di ristorazione. È previsto un sempre maggiore coinvolgimento dei gestori per il miglioramento del monitoraggio dei consumi.

Nell'anno 2016 proseguiranno le attività di verifica, controllo e manutenzione preventiva programmata e correttiva, previste nel piano di manutenzione informatizzato mediante software dedicato.

# I RIFIUTI

La maggior parte dei rifiuti prodotti presso i quartieri espositivi, deriva dalle attività di allestimento delle aree. Lo smaltimento viene condotto dai gestori territoriali con modalità multi-materiale e separazione delle varie frazioni. A valle della raccolta indistinta di alcune tipologie di materiale, si provvede, alla suddivisione ed al riciclo in apposito sito.

Lo smaltimento per il sito di Vittuone viene differenziato per le varie categorie merceologiche di rifiuto per il tramite di fornitori abilitati.

Altre tipologie di materiali, quali ad esempio materiali edili, legname e vernici, sono invece raccolte separatamente ed indirizzate a fornitori specifici.

La tabella seguente fa riferimento al totale dei rifiuti prodotti presso i quartieri espositivi e al magazzino di Vittuone gestito da Nolostand.

## Peso totale dei rifiuti per tipologia (kg)

Frazione merceologica	2015	2014	2013
Legno	6.946.660	4.794.060	3.296.360
Misti	4.126.820	2.808.790	2.898.810
Vernici	68.150	49.730	28.940
Metallo	41.620	11.170	3.280
Edili	n.d.	91.100	108.220
Carta	23.460	25.360	13.720
Vetro	82.190	n.d.	n.d.
Plastica	110.100	46.780	29.740
Materiale abrasivo di scarto	240	3.350	420
Prodotti Tessili	3.840	n.d.	n.d.
Non differenziati	3.504.600	3.129.230	2.708.260
<b>Totale</b>	<b>14.907.680</b>	<b>10.959.570</b>	<b>9.087.750</b>

Il Gruppo Fiera Milano ha intrapreso nel corso del 2015 alcune iniziative al fine di migliorare la gestione dei rifiuti, ad esempio attraverso l'acquisto di nuovi bidoni per la raccolta differenziata, posizionati al Centro Servizi e sull'Asse centrale di fieramilano, e idonei posaceneri che consentano la raccolta dei mozziconi di sigarette in modo separato dagli altri rifiuti. Inoltre, si segnala la risposta alle richieste di visione delle riprese delle telecamere per individuare i responsabili di abbandono di rifiuti.

Da dicembre 2015, è stata avviata una valutazione logistica ed economica di una soluzione che consenta di ridurre il volume dei rifiuti direttamente presso il quartiere fieristico e riutilizzare gli stessi come materiale edile, combustibile e/o compostaggio.

Presso MiCo - Milano Congressi, il Gruppo intende invece migliorare la propria gestione dei rifiuti solidi urbani, delle acque reflue e dei rifiuti non assimilabili ai solidi urbani e pericolosi, attraverso la creazione di una vasca esterna con cisterna raccogli fluidi, per la gestione del lavaggio pennelli.

## LE POLITICHE DI GREEN PROCUREMENT

A seconda della tipologia di beni o servizi acquistati nella redazione dei relativi contratti e capitolati, le società del Gruppo Fiera Milano prevedono, ove possibile, clausole specifiche inerenti le caratteristiche di sostenibilità dei prodotti approvigionati. In particolare, a parità di costo, viene richiesto ai fornitori di privilegiare un bene che soddisfi almeno uno dei seguenti requisiti: sia prodotto almeno in parte con materiale riciclato, possibilmente proveniente da fonti gestite secondo criteri di sostenibilità ambientale, garantisca riutilizzi multipli e sia riciclabile al termine del ciclo di vita, secondo quanto stabilito dalle linee guida di *green procurement* più avanzate sviluppate per Expo 2015 S.p.A.



Nello specifico tutti i fornitori di allestimenti e audio-video di Fiera Milano Congressi sono stati sensibilizzati all'utilizzo di strumentazione e impianti a basso consumo. Nolostand invece ha previsto la pubblicazione della guida "Nolostand e i suoi partner: collaborazione per un business sostenibile", sviluppata con l'obiettivo di mettere a fattor comune gli impegni assunti dalla società al fine di garantire la sostenibilità delle proprie attività quotidiane e di condividere questi stessi impegni con i propri *partner* e collaboratori.



# nota metodologica

Il Report di Sostenibilità Annuale 2015 del Gruppo Fiera Milano integra le informazioni presenti nella Relazione Finanziaria, riportando in dettaglio le *performance* e i principali indicatori di settore secondo una prospettiva di sostenibilità e responsabilità sociale.

Le informazioni contenute nel documento fanno riferimento alle attività svolte da gennaio a dicembre 2015 dal Gruppo Fiera Milano in Italia, laddove non diversamente specificato. Con l'espressione Fiera Milano si fa esplicito riferimento alla Capogruppo Fiera Milano.

Il documento è stato redatto seguendo le Linee Guida per il Reporting di Sostenibilità del Global Reporting Initiative (GRI), nella loro versione più aggiornata (GRI-G4), includendo anche le informazioni richieste nelle linee guida del GRI specifiche per il settore "Event Organizers". In particolare, il report è "In Accordance" con le linee guida del GRI G4 – opzione 'core'.

Di seguito è riportata la correlazione tra i temi materiali individuati e gli aspetti relativi del GRI-G4, indicando per ciascuno di questi ultimi il perimetro dell'impatto, se interno all'organizzazione o esterno.

Tema materiale	Aspetto GRI-G4	Perimetro interno	Perimetro esterno
Portafoglio manifestazioni direttamente organizzate (innovazione e internazionalità eventi e <i>geocloning</i> )		X	
Manifestazioni all'estero (razionalizzazione e sviluppo, anche per il tramite di acquisizioni)	Performance economiche	X	
Sviluppo dell'economia locale (strumento per le PMI, espressione del <i>Made in Italy</i> )		X	
Quartiere fieristico	-	X	
Etica di <i>business</i>	Anticorruzione	X	
Accessibilità	Inclusività	X	
Gestione delle risorse umane	Formazione ed educazione	X	
	Pari opportunità e diversità	X	
Salute e Sicurezza dei lavoratori	Salute e sicurezza	X	X
Occupazione e contrasto al lavoro sommerso	Occupazione	X	
Servizi per i clienti	-	X	
Sviluppo del <i>business</i> congressuale e servizi di <i>destination management</i> (congressi)	-	X	
Innovazione di prodotto (allestimenti)	-	X	
Contenuti digitali (media)	-	X	
Energia	Energia	X	
Consumi idrici	Acqua	X	X
Rifiuti	Rifiuti e scarichi	X	X
Mobilità	Trasporti	X	X
	Emissioni	X	X
Sviluppo del <i>business</i> fieristico (innovazione e cultura)	-	X	

Per quanto concerne il capitolo dedicato al valore generato per i clienti, nella sezione dedicata agli *Smart Services*, le stime relative alla riduzione del numero di stampe grazie alla *delivery* elettronica delle fatture è stato calcolato attraverso la rilevazione dei contatori di pagine stampate delle stampanti. Le stime relative alla riduzione dei costi per il medesimo servizio sono invece state calcolate tenendo conto dei costi di bollatura delle buste in spedizione, assumendo che la spedizione elettronica avvenisse nel 70% dei casi (obiettivo minimo del progetto). Non sono stati tenuti in considerazione i costi di stampa. Il calcolo della riduzione di numero di stampe grazie alla conservazione digitale sostitutiva invece è stato ottenuto tenendo conto del numero di fatture emesse e inviate in conservazione sostitutiva moltiplicato per il numero medio di pagine per fattura e sommato al numero medio di pagine dei libri fiscali.

Per quanto concerne il capitolo dedicato alla gestione ambientale, i dati di gasolio e benzina inviati sono i consumi delle auto di proprietà di Fiera Milano, stimati sulla base della contabilità economica. Con specifico riferimento al paragrafo dedicato alla mobilità, i dati dei passeggeri della metropolitana e delle auto dei visitatori sono stimati sulla base dei dati trasmessi dalle società *partner* dei trasporti pubblici e dei parcheggi. I dati delle auto e mezzi espositori ed allestitori, sono stimati in base ai rilievi dei *pass* in ingresso/uscita dai Cargo e/o direttamente rilasciati dalle Segreterie Organizzative, oltre che dal *turn over* di una parte dei mezzi nell'arco della stessa giornata.

Per il calcolo delle emissioni equivalenti di CO<sub>2</sub> derivanti dai consumi di benzina, gas per riscaldamento e teleriscaldamento sono stati utilizzati i coefficienti di conversione della Tabella parametri standard nazionali del Ministero dell'Ambiente, validi fino al 31 dicembre 2015, definiti sulla base dei coefficienti utilizzati per l'inventario delle emissioni di CO<sub>2</sub> nell'inventario nazionale UNFCCC (media dei valori degli anni 2012-2014). Per quanto concerne il calcolo delle emissioni equivalenti di CO<sub>2</sub> derivanti dai consumi di energia elettrica, invece, il coefficiente di conversione utilizzato è fornito da Terna. Infine per il calcolo delle emissioni equivalenti di CO<sub>2</sub> derivanti dai consumi di diesel è stato utilizzato il dato di DEFRA - Department of Environment, aggiornato al 2015.

---

Per chiarimenti e informazioni, contattare:

- **Direzione Investor Relations - Fiera Milano S.p.A.**
- **Direzione Certificazioni di Gruppo - Nolostand S.p.A.**

Indirizzo e-mail: [sostenibilita@fieramilano.it](mailto:sostenibilita@fieramilano.it)



La seguente tabella indica la corrispondenza tra l'informativa standard richiesta dalle nuove linee guida del Global Reporting Initiative (GRI G4) e i contenuti di questo report.

## GENERAL STANDARD DISCLOSURES

General Standard Disclosures	Sezione, pagina	Descrizione delle General Standard Disclosures
<b>STRATEGIA E ANALISI</b>		
G4-1 EO	Messaggio agli stakeholder, 2-3	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia
<b>PROFILO DELL'ORGANIZZAZIONE</b>		
G4-3	Chi siamo, 5	Nome dell'organizzazione
G4-4 EO	Chi siamo, 4-7 Le attività: manifestazioni, congressi e servizi correlati, 20-21	Principali marchi, prodotti e/o servizi
G4-5	Chi siamo, 5	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione
G4-6	Chi siamo, 5	Numeri di Paesi nei quali opera l'organizzazione, nome dei Paesi nei quali l'organizzazione svolge la maggior parte della propria attività operativa o che sono particolarmente importanti ai fini delle tematiche di sostenibilità richiamate nel report
G4-7	Chi siamo, 4-6	Assetto proprietario e forma legale
G4-8	Chi siamo, 4-5 Le attività: manifestazioni, congressi e servizi correlati, 20-24	Mercati serviti (inclusendo analisi geografica, settori serviti, tipologia di consumatori/beneficiari)
G4-9 EO	Chi siamo, 5 Le attività: manifestazioni, congressi e servizi correlati, 20-24 Il valore generato per i nostri clienti, 25-34 L'impatto sul territorio, 36 Le nostre persone, 39	Dimensione dell'organizzazione
G4-10 EO	Le nostre persone, 39, 45-46	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipo di contratto, inquadramento, distribuzione territoriale e genere
G4-11	L'attenzione verso i propri dipendenti, 42	Percentuale del totale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione
G4-12	Il controllo dei nostri fornitori, 17-19	Descrizione della catena di approvvigionamento dell'organizzazione
G4-13	Chi siamo, 5-6, 8	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel Periodo di rendicontazione
	Il controllo dei nostri fornitori, 17-19	Le variazioni di localizzazione dei fornitori, di struttura della catena di fornitura, o nei rapporti con i fornitori, tra cui la selezione di essi e la cessazione
G4-14	La governance e i sistemi di gestione, 13-15	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale
G4-15	Il controllo dei nostri fornitori, 18	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali
G4-16	Chi siamo, 7	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionale e/o internazionali

General Standard Disclosures	Sezione, pagina	Descrizione delle General Standard Disclosures
<b>ASPETTI MATERIALI IDENTIFICATI E PERIMETRO</b>		
G4-17	Nota metodologica, 54	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nel report di sostenibilità
G4-18	Come abbiamo redatto questo rapporto, 10-12	Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti del report e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi reporting principles
G4-19	Nota metodologica, 54	Elenco degli aspetti materiali identificati nel processo di definizione dei contenuti del report
G4-20	Nota metodologica, 54	Perimetro interno all'organizzazione di ciascun aspetto materiale
G4-21	Nota metodologica, 54	Perimetro esterno all'organizzazione di ciascun aspetto materiale
G4-22	Messaggio agli stakeholder, 2-3	Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei report precedenti (re-statement) e motivazioni di tali modifiche
G4-23	Messaggio agli stakeholder, 2-3	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione
<b>STAKEHOLDER ENGAGEMENT</b>		
G4-24	I nostri stakeholder, 10-11	Elenco di gruppi di stakeholder con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento
G4-25	I nostri stakeholder, 10-11	Principi per identificare e selezionare i principali stakeholder con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento
G4-26	I nostri stakeholder, 10-11	Approccio all'attività di coinvolgimento degli stakeholder, specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di stakeholder
G4-27	Come abbiamo redatto questo rapporto, 10-12	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli stakeholder e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel report
<b>PROFILO DEL REPORT</b>		
G4-28	Nota metodologica, 54	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite
G4-29	Messaggio agli stakeholder, 2	Data di pubblicazione del report di sostenibilità più recente
G4-30	Nota metodologica, 54	Periodicità di rendicontazione
G4-31	Nota metodologica, 55	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul report di sostenibilità e i suoi contenuti
G4-32	Tabella di correlazione, 56-59	Tabella esplicativa dei contenuti del report
G4-33	Non è stata richiesta alcuna assurance esterna	Segnala politica dell'organizzazione e le pratiche attuali al fine di ottenere l'assurance esterna del report
<b>GOVERNANCE</b>		
G4-34	La governance e i sistemi di gestione, 13-16	Segnala la struttura di governance dell'organizzazione, inclusi il consiglio di amministrazione dell'alta direzione. Identificare eventuali organi competenti per il processo decisionale sugli impatti economici, ambientali e sociali
<b>ETICA E INTEGRITÀ</b>		
G4-56	I valori guida, 9 La governance e i sistemi di gestione, 13-16	Descrivi i valori dell'organizzazione, i principi, gli standard e le norme di comportamento, come codici di condotta, codici etici

## SPECIFIC STANDARD DISCLOSURES

Aspetto Materiale	DMA e indicatori	Sezione, pagina	Omissioni	Descrizione degli indicatori
<b>CATEGORIA: ECONOMICA</b>				
Performance economica	G4-DMA	L'impatto sul territorio, 36-37		
	G4-EC1	L'impatto sul territorio, 36-37		Valore economico direttamente generato e distribuito, inclusi ricavi, costi operativi, remunerazione ai dipendenti, donazioni e altri investimenti nella comunità, utili non distribuiti, pagamenti ai finanziatori e alla Pubblica Amministrazione
<b>CATEGORIA: AMBIENTALE</b>				
Energia	G4-DMA	L'energia, 47-48		
	G4-EN3 EO	L'energia, 48 Per la composizione del mix nazionale dell'energia elettrica immessa in rete e utilizzata per la produzione, si rimanda ai dati del Gestore dei Servizi Energetici (GSE), pubblicati per il 2013 e 2014 in data 22/07/2015		Energia consumata all'interno dell'organizzazione
	G4-EN5	L'energia, 47		Intensità energetica
	G4-EN6	L'energia, 48 Nota metodologica, 55		Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza
Acqua	G4-DMA	La risorsa idrica, 51		
	G4-EN8	La risorsa idrica, 51		Prelievo totale di acqua per fonte
Emissioni	G4-DMA	La gestione ambientale, 47 Le emissioni, 51		
	G4-EN15	Le emissioni, 51		Emissioni di gas serra dirette (GHG) da fonti energetiche (scope 1)
	G4-EN19	Le emissioni, 51		Iniziative per ridurre l'emissione di gas ad effetto serra e risultati raggiunti
Rifiuti e scarichi	G4-DMA	I rifiuti, 52		
	G4-EN23 EO	I rifiuti, 52		Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento
Trasporti	G4-DMA	La mobilità, 49-50		
	G4-EN 30 EO	La mobilità, 49-50 Nota metodologica, 55		Impatti ambientali significativi del trasporto di prodotti e beni/materiali utilizzati per l'attività dell'organizzazione e per gli spostamenti del personale
	G4-E02	La mobilità, 49-50		Mezzi di trasporto utilizzati dai partecipanti in percentuale rispetto al trasporto totale, e iniziative per incoraggiare l'uso di soluzioni di trasporto sostenibili
	G4-E03	La mobilità, 50		Impatti ambientali e socio-economico significativi relativi al trasporto dei partecipanti da e all'evento, e alle iniziative intraprese per affrontare tali impatti



Aspetto Materiale	DMA e indicatori	Sezione, pagina	Omissioni	Descrizione degli indicatori
<b>CATEGORIA: SOCIALE</b>				
<b>Sottocategoria: Pratiche di lavoro e condizioni di lavoro adeguate</b>				
Occupazione	G4-DMA	Le nostre persone, 40		
	G4-LA1 EO	Composizione del personale, 39, 45-46		Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti e turnover del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica
	G4-LA2	L'attenzione verso i propri dipendenti, 41-42		Benefit previsti per i lavoratori a tempo pieno, ma non per i lavoratori part-time e a termine, suddivisi per principali siti produttivi
Salute e sicurezza sul lavoro	G4-DMA	Il controllo dei nostri fornitori, 18 La sicurezza, 44-45		
	G4-LA6	La sicurezza, 44		Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica e sesso
Formazione ed educazione	G4-DMA	Le eredità, 36-37 La formazione e i percorsi di sviluppo, 42-43 Le politiche di <i>green procurement</i> , 53		
	G4-LA9 EO	La formazione e i percorsi di sviluppo, 43 Il Gruppo Fiera Milano non ricorre al coinvolgimento di volontari per le manifestazioni direttamente organizzate		Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categorie di lavoratori e per sesso
	G4-LA10 EO	La formazione e i percorsi di sviluppo, 42-43		Programmi per la gestione delle competenze e per promuovere una formazione/aggiornamento progressivo a sostegno dell'impiego continuativo dei dipendenti e per la gestione della fase finale delle proprie carriere
	G4-LA11 EO	La formazione e i percorsi di sviluppo, 43 Il Gruppo Fiera Milano non ricorre al coinvolgimento di volontari per manifestazioni direttamente organizzate		Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle performance e dello sviluppo della propria carriera, suddivisa per sesso
Diversità e pari opportunità	G4-DMA	Le pari opportunità, 40		
	G4-LA12	Le pari opportunità, 40 Composizione del personale, 45-46		Composizione degli organi di governo dell'impresa e ripartizione dei dipendenti per categoria di lavoratori in base a sesso, età, appartenenza a categorie protette e altri indicatori di diversità
<b>Sottocategoria: Società</b>				
Anticorruzione	G4-DMA	L'anticorruzione, 15-16		
	G4-SO3	L'anticorruzione, 15		Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione
	G4-SO4	L'anticorruzione, 15		Comunicazione e formazione su politiche e procedure anti-corruzione
Inclusività	G4-DMA	L'accessibilità, 35		
	G4-EO6	L'accessibilità, 35		Tipologia e impatti delle iniziative per creare un evento accessibile

EO = Event Organizers Sector Disclosures.

Con la collaborazione dell'  
**ORGANIZZAZIONE CALEGARI**

Copertina stampata su carta Munken Lynx della Arctic Paper



Interni stampati su carta Favini. Shiro Echo, carta ecologica contenente il 100% di fibre riciclate post consumo

**FAVINI**

Creatività, design, sviluppo grafico e realizzazione:



**MERCURIO** GP

[www.mercuriogp.eu](http://www.mercuriogp.eu)

Stampa: Linea Optima - Milano

Aprile 2016





