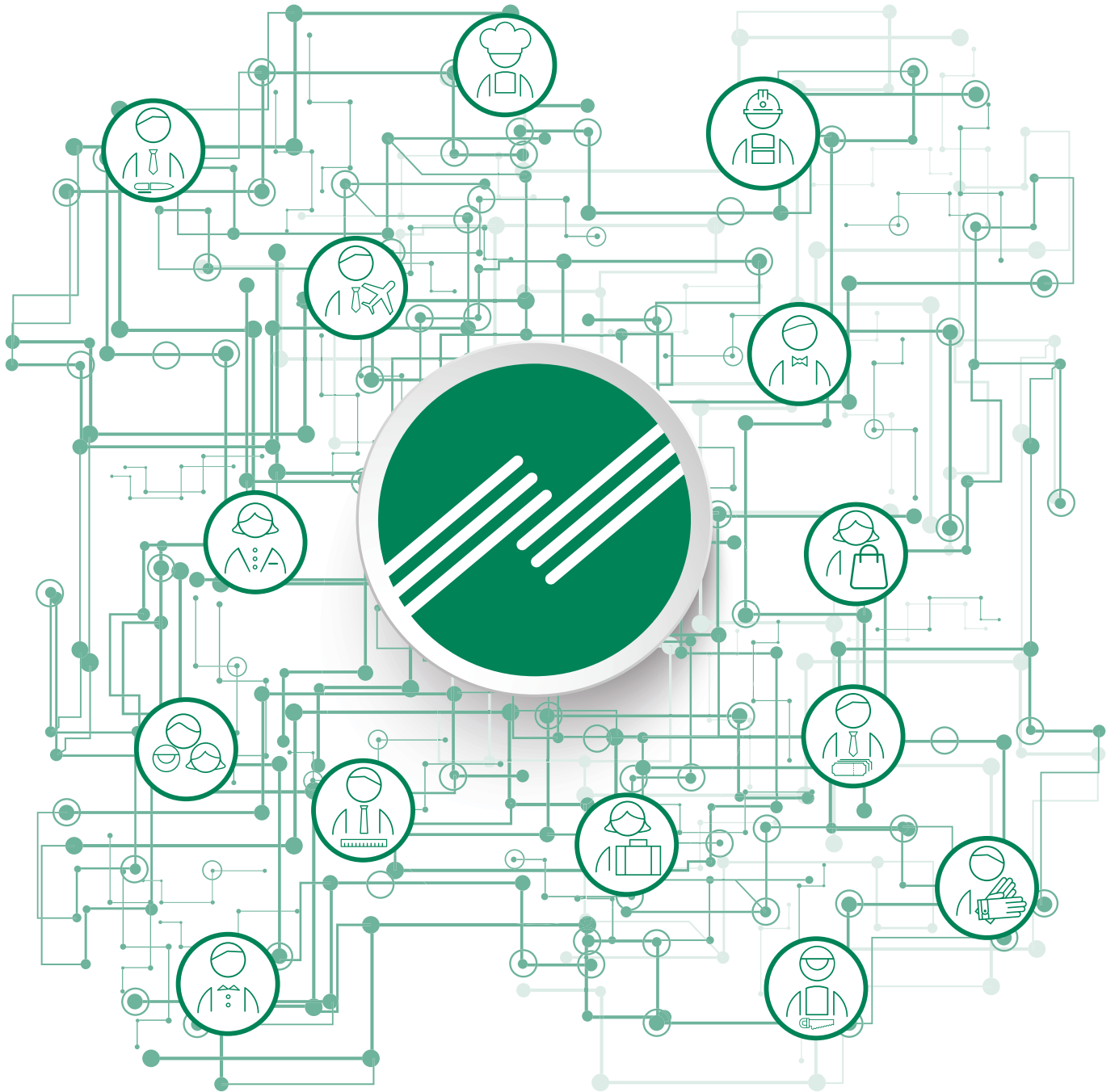




FIERA MILANO



Report di Sostenibilità Annuale

2016

fieramilano



porta SUD





Mission

- 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

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 affari

Favorire l'incontro delle diverse culture aziendali, lo scambio di conoscenze ed esperienze, lo stimolo all'innovazione

Presidiare le nuove aree di crescita nel mondo, supportando l'esportazione del made in *Italy*



**I NOSTRI
OBIETTIVI**





CONTENUTI

REPORT DI SOSTENIBILITÀ ANNUALE 2016

● MESSAGGIO AGLI <i>STAKEHOLDER</i>	8
● IL GRUPPO FIERA MILANO	10
· Chi siamo	10
· I valori guida	13
● COME ABBIAMO REDATTO QUESTO RAPPORTO	14
· I nostri <i>Stakeholder</i>	14
· I temi chiave di rendicontazione	16
● LA <i>GOVERNANCE</i> E IL RAFFORZAMENTO DEI PRESIDI DI CONTROLLO	18
· L'aumento dei presidi sui fornitori	19
· Un modello organizzativo consistente	21
● LE ATTIVITÀ DEL GRUPPO E IL LORO IMPATTO SUL TERRITORIO	24
· Il portafoglio manifestazioni	26
· Il portafoglio manifestazioni direttamente organizzate	30
· L'attività congressuale	43
● IL VALORE GENERATO PER I NOSTRI CLIENTI: IL PERCORSO IN FIERA	44
· La fiera digitale	44
· La promozione della manifestazione	48



· Gli strumenti per agevolare gli incontri e favorire il <i>business</i>	52
· Gli allestimenti e altri servizi	53
· La sicurezza di mostra	54
· L'accessibilità	55
· Verso la Fiera	57
· La misurazione della soddisfazione dell'evento	60
📍 LE NOSTRE PERSONE	64
· Le pari opportunità	65
· L'attenzione verso i propri dipendenti	66
· La formazione e i percorsi di sviluppo	67
· La sicurezza	70
· Composizione del personale: i numeri	71
📍 LA GESTIONE AMBIENTALE	74
· L'energia	75
· La mobilità	76
· Le emissioni	79
· La risorsa idrica	80
· I rifiuti	80
📍 NOTA METODOLOGICA	82
📍 GRI G4 <i>CONTENT INDEX</i>	86



Messaggio agli Stakeholder

Cari Lettori,

ho il piacere di presentarVi il secondo Report di Sostenibilità del Gruppo Fiera Milano che testimonia il nostro impegno nel rendere conto, in modo volontario, accessibile e trasparente, dei nostri obiettivi e risultati raggiunti.

Il rendiconto di quest'anno deve cominciare dai due decreti di amministrazione giudiziaria emessi, ai sensi dell'articolo 34, Decreto legislativo 6 settembre 2011, n. 159 recante, dal Tribunale di Milano - Sezione Autonoma Misure di Prevenzione dapprima nei confronti della Nolostand S.p.A. e poi di Fiera Milano S.p.A., limitatamente al settore di interesse, riguardante l'area degli allestimenti fieristici, rispettivamente nei mesi di luglio e ottobre 2016.

Mi preme ricordare che il provvedimento di amministrazione giudiziaria è una misura provvisoria, di natura preventiva, intesa in via prioritaria a preservare il valore dell'azienda e che noi abbiamo colto con l'obiettivo di aumentare i nostri presidi di controllo ed evitare il ripetersi di questi rischi. Tale situazione ha costituito un'opportunità per migliorare i processi aziendali con l'obiettivo di concludere questa vicenda con un quadro di riferimento che costituisca la best practice in uso.

Abbiamo rivisitato, su queste nuove basi, la nostra modalità di fornitura e ci siamo subito messi all'opera in un'attività di ristrutturazione e di approfondita revisione delle nostre procedure di governance. In questo contesto di forte mutamento, solo la professionalità delle nostre persone ha permesso di garantire che le numerose manifestazioni fieristiche a calendario in autunno si svolgessero limitando i disservizi verso gli organizzatori, gli espositori e i visitatori.

Tali circostanze non hanno arrestato l'attento e accurato lavoro di miglioramento dei servizi ai clienti

effettuato nel corso del 2016, attraverso un'azione di progettazione, *restyle* e sviluppo di un nuovo concetto di ospitalità, concentrato sull'accoglienza. Crediamo, infatti, che i clienti, espositori e visitatori non solo debbano ricevere un buon servizio ma anche essere «accolti» e vivere la loro esperienza in tutto *comfort*, in un ambiente piacevole e all'avanguardia.

Troverete in questo Report le informazioni dettagliate relative a tutti questi ambiti. Ma mi preme ricordare e sottolineare quello più importante: il grado di soddisfazione dei nostri clienti nel tempo. Da qui ripartiamo, consapevoli di essere riusciti a sopravvivere alle turbolenze e alle criticità affrontate; vogliamo uscirne più forti e, al contempo, flessibili. Per questo, continueremo a essere impegnati su più fronti: quello della sicurezza, che dobbiamo garantire per tutte le attività che organizziamo e ospitiamo nelle nostre strutture; quello dell'accessibilità e accoglienza degli spazi; quello della valorizzazione del nostro capitale umano che rappresenta il vero valore aggiunto di un'azienda, come la nostra, che offre servizi; quello della responsabilità nei confronti dell'ambiente.

I risultati fino ad ora conseguiti e le azioni poste in atto per migliorarci, mi rendono molto orgoglioso e grato verso i colleghi e i collaboratori che realizzano le fiere e i congressi davanti agli occhi degli operatori e dei visitatori che arrivano qui da tutto il mondo.

Guardo con fiducia al nostro futuro e alla creazione di valore che sapremo generare per noi e per i nostri principali *stakeholder*.

Buona lettura

Il Presidente

Roberto Rettani

“

*Continueremo a essere impegnati su più fronti:
quello della sicurezza, quello dell'accessibilità e accoglienza degli
spazi, quello della valorizzazione del nostro capitale umano,
quello della responsabilità nei confronti dell'ambiente.*

”

“

*Crediamo che i clienti, espositori e visitatori non solo
debbano ricevere un buon servizio ma anche essere
«accolti» e vivere la loro esperienza in tutto comfort,
in un ambiente piacevole e all'avanguardia.*

”



Il Gruppo Fiera Milano

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.

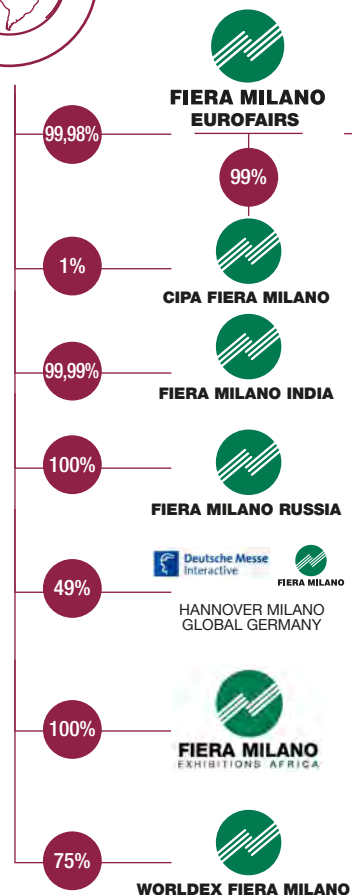
In Italia, il Gruppo Fiera Milano, attraverso la Capogruppo, gestisce i due quartieri espositivi di **fieramilano** presso Rho, primo Quartiere Fieristico nel contesto italiano con una superficie espositiva coperta di 345.000 metri quadrati lordi e 60.000 di area esterna e **fieramilanocity** a Milano, 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, e il centro congressi Stella Polare ubicato



MANIFESTAZIONI ITALIA



MANIFESTAZIONI ESTERO





nel Centro Servizi del quartiere di Rho, oltre al centro congressi Stresa Convention Centre e il MoMec – Montecitorio Meeting Centre di Roma.

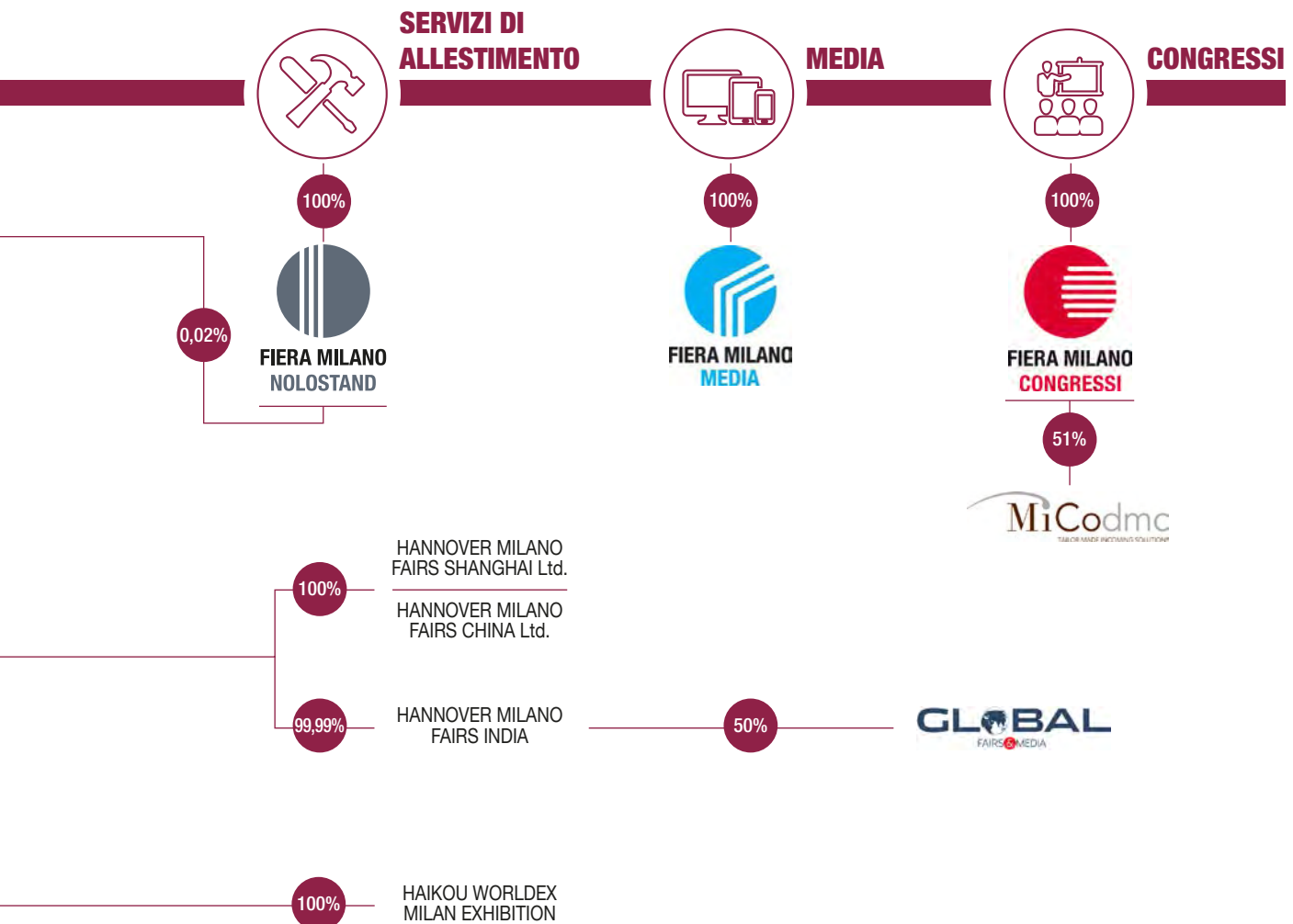
Il Gruppo opera direttamente o tramite *joint venture* e *partnership* all'estero, principalmente in Cina, India, Brasile e Sudafrica.

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. Fondazione Fiera Milano è una fondazione di diritto privato che nasce nel 2000 per sostenere, promuovere ed indirizzare lo sviluppo del sistema fieristico e guidare la trasformazione del sistema espositivo e congressuale milanese verso assetti sempre più moderni ed attuali, nonché competitivi a livello mondiale. Svolge funzioni di interesse generale senza fini di lucro, favorisce, promuove e

incrementa, in Italia e all'estero, l'organizzazione di eventi e manifestazioni fieristiche. È proprietaria di tutti gli asset fieristici e congressuali del Gruppo Fiera Milano: i quartieri di **fieramilano** e **fieramilanocity**, la struttura alberghiera e gli uffici direzionali a Rho-Pero, il MiCo-Milano Congressi, realizzato nei padiglioni del Quartiere Fieristico storico a Milano.

Fondazione Fiera Milano mette a disposizione del Gruppo Fiera Milano e delle imprese che operano nell'ambito del sistema fieristico il proprio Servizio Studi, l'Accademia e l'Archivio Storico.

In accordo con le istituzioni, dal 2006, Fondazione ha rivestito un ruolo di primo piano nel Comitato Promotore Expo 2015 per portare Milano all'assegnazione dell'evento. Dal 3 luglio 2012 Fondazione Fiera Milano è tra i soci di Arexpo S.p.A., società che ha il compito di gestire e valorizzare le aree che hanno ospitato l'Esposizione Universale del 2015.





Fiera Milano Congressi ha per oggetto la gestione di congressi, convegni, conferenze ed eventi inclusi anche i servizi correlati all'ospitalità dei partecipanti e la pubblicazione di programmi, cataloghi e periodici.

Fiera Milano Congressi gestisce Centri Congressi di Milano, Stresa e Roma e nel *meeting center* MiCo. Attraverso MiCo dmc, inoltre, offre servizi di *destination management*.



Fiera Milano Media è una società specializzata nell'editoria professionale e nella comunicazione B2B, in grado di offrire progetti di comunicazione integrati *online* e *offline*, oltre a un calendario annuale di iniziative formative e di eventi.



Nolostand realizza 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 Fabbrica del Libro è stata costituita il 5 settembre 2016 da Fiera Milano S.p.A. (51%) e Ediser S.r.l. (49%), società di servizi dell'Associazione Italiana Editori (AIE). Questa *partnership* nasce dall'esigenza da parte di AIE di ricercare un *partner* in grado di supportare e accrescere il Progetto di Promozione del Libro a livello nazionale.

Tale sinergia infatti consentirà di sviluppare attività di promozione del libro, anche mediante l'organizzazione di eventi fieristici in tutta Italia, valorizzando l'intera produzione editoriale. Il primo evento "Tempo di Libri" si terrà presso fieramilano dal 19 al 23 aprile 2017.



Ipack Ima S.r.l. detenuta da Fiera Milano attraverso Ipack-Ima S.p.A. (49%) e Promo Pack S.r.l. (51%), società appartenente a UCIMA (Associazione di categoria dei costruttori italiani di macchine per il confezionamento e l'imballaggio), organizza la più importante manifestazione italiana delle tecnologie di *processing* e *packaging*.





ETICA



**VALORIZZAZIONE
DEL PATRIMONIO
IN GESTIONE**



PROFESSIONALITÀ



**SODDISFAZIONE
DEL CLIENTE**

I VALORI GUIDA

INNOVAZIONE

SICUREZZA

COLLABORAZIONE

SOSTENIBILITÀ





Come abbiamo redatto questo rapporto

Il perimetro di rendicontazione del presente Report comprende tutte le società italiane appartenenti al Gruppo Fiera Milano: Fiera Milano, Fiera Milano

Congressi con MiCo dmc, Fiera Milano Media, Nolostand, Ipack-Ima e La Fabbrica del Libro.

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.



ISTITUZIONI
ORGANIZZATORI
ESPOSITORI VISITATORI
PERSONE **ambiente**
FORNITORI & PARTNER
COMMERCIALI **AZIONISTI**
FONDAZIONE FIERA MILANO
OPERATORI ECONOMICI LOCALI



Stakeholder	Canali di ascolto	Temi emersi e azioni intraprese
ISTITUZIONI	Incontri	<p>Redazione di piani e procedure per il controllo e la gestione dei flussi dei clienti e dei fornitori</p> <p>Attivazione di bandi</p> <p>Realizzazione di progetti ed eventi sul territorio, in occasione delle manifestazioni</p> <p>Internazionalizzazione delle manifestazioni ed <i>export</i> del <i>Made in Italy</i>, come l'accordo quadro con ICE</p> <p>Soluzioni di mobilità integrate</p>
ORGANIZZATORI	Questionari di soddisfazione a valle dell'evento (<i>debriefing</i>)	Miglioramento e sviluppo dei servizi
ESPOSITORI VISITATORI	<i>Customer survey</i> per le manifestazioni direttamente organizzate	Miglioramento e sviluppo della manifestazione e dei servizi
AMBIENTE	Monitoraggio continuo su energia, rifiuti e mobilità	<p>Efficienza delle sedi</p> <p>Mobilità sostenibile</p>
PERSONE	<p>Analisi di clima, <i>survey</i> su specifici argomenti, campagne sulla intranet aziendale</p> <p>Ascolto e coinvolgimento dei dipendenti per lo sviluppo di nuovi servizi</p>	<p>Sviluppo e formazione, attraverso premio innovazione, <i>format</i> formativo "60 minuti con...", piattaforma <i>e-learning</i>, <i>assessment</i> dirigenti</p> <p>Benessere, attraverso <i>Welfare</i> aziendale</p>
FORNITORI E PARTNER COMMERCIALI	<p>Tavole rotonde</p> <p>Incontri</p>	<p>Salute e sicurezza dei lavoratori</p> <p>Visibilità e procreazione di <i>business</i> (nuove <i>partnership</i>)</p>
AZIONISTI	Partecipazione agli eventi organizzati da Borsa Italiana, <i>roadshows</i> , <i>one-to-one meeting</i> ed eventi presso la sede della Società	Amministrazione giudiziaria, tempestiva ed esaustiva comunicazione anche attraverso la sezione dedicata del sito internet della Società, dove sono reperibili le informazioni di carattere economico-finanziario e di <i>governance</i> della Società
FONDAZIONE FIERA MILANO	Incontri periodici	<p>Sviluppo e valorizzazione dei quartieri fieristici</p> <p>Miglioramento e analisi dell'impatto dell'attività fieristica sul territorio</p>
OPERATORI ECONOMICI LOCALI	Collaborazione quotidiana	<p>Accessibilità dei Quartieri Fieristici, attraverso accordi con i principali operatori economici locali in tema di accoglienza ed accessibilità</p> <p>Salute e sicurezza</p>

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.



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 quelle riferite al 2016).



I temi chiave di rendicontazione

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

Nel corso del 2016, le interviste al Presidente e ad alcune figure chiave del *management* hanno permesso di validare i 18 temi precedentemente individuati, in quanto ritenuti attuali rispetto alle strategie del Gruppo e al contesto di riferimento.

Tali temi sono stati elaborati anche in accordo al processo periodico di analisi dei rischi a livello di Gruppo, che si ispira a standard riconosciuti a livello internazionale in ambito di *Enterprise Risk Management*. Nello specifico, tale analisi ha classificato i seguenti rischi come prioritari: rischi connessi al contesto esterno e in particolare legati al contesto economico, all'evoluzione e competitività del mercato fieristico, editoriale e congressuale, rischi catastrofici e rischi connessi all'esposizione mediatica del Gruppo, nonché rischi strategici e operativi e di non conformità legislativa. Per ulteriori approfondimenti circa la gestione dei rischi e la descrizione degli stessi, si rimanda alla Relazione del Consiglio di Amministrazione sulla gestione del Bilancio di Esercizio 2016.



ALTO

RILEVANZA PER GLI STAKEHOLDER

- **Portafoglio manifestazioni direttamente organizzate**
(innovazione e internazionalità eventi)
- **Sviluppo dell'economia locale**
(strumento per le PMI, espressione del *Made in Italy*)
- **Manifestazioni all'estero**
(razionalizzazione e sviluppo)
- **Valorizzazione del Quartiere Fieristico**
- **Etica di business**
- **Gestione delle risorse umane**
- **Accessibilità**
- **Salute e sicurezza dei lavoratori**
- **Sviluppo del *business* fieristico**
(innovazione e cultura)
- **Occupazione e contrasto al lavoro sommerso**
- **Servizi per i clienti**
- **Sviluppo del *business* congressuale e servizi di *destination management***
(congressi)
- **Innovazione di prodotto**
(allestimenti)
- **Contenuti digitali**
(media)
- **Energia**
- **Consumi idrici**
- **Rifiuti**
- **Mobilità**

RILEVANZA SUL *BUSINESS* DI FIERA MILANO

BASSO



La Governance e il rafforzamento dei presidi di controllo

Il sistema di *governance* societaria di Fiera Milano S.p.A., che esercita attività di direzione e coordinamento nei confronti delle proprie società controllate dirette e indirette, si fonda sul modello di amministrazione e controllo tradizionale caratterizzato, quindi, dalla presenza del Consiglio di Amministrazione e del Collegio Sindacale.

La Società adotta un sistema di governo societario conforme a quanto previsto dalla legge, dalle vigenti disposizioni regolamentari ed allineato ai contenuti del Codice di Autodisciplina delle Società Quotate di Borsa Italiana S.p.A..

Nel corso dell'esercizio 2016 il Tribunale di Milano Sezione Autonoma Misure di Prevenzione ha disposto misure di Amministrazione Giudiziaria, ex articolo 34 D. Lgs 159/2011, nei confronti della società controllata Nolostand e nei confronti di Fiera Milano S.p.A. limitatamente al settore di interesse di Nolostand, poiché l'attività di inquinamento imprenditoriale si è verificata esclusivamente nel circoscritto settore demandato alla controllata Nolostand, riguardante l'area degli allestimenti fieristici. Come emerge dagli atti, l'amministrazione giudiziaria non va intesa come una misura di carattere sanzionatorio o repressivo, ma bensì di prevenzione e volto a preservare e rafforzare la continuità aziendale.

A seguito dell'avvenuta applicazione delle misure dell'Amministrazione Giudiziaria, Fiera Milano e Nolostand hanno posto in essere, in collaborazione con l'Amministratore Giudiziario, un insieme di iniziative volte a migliorare, correggere e introdurre nuove regole condivise per una più efficace e sicura gestione delle attività.

Nel medesimo contesto, il Gruppo ha posto in essere una serie di iniziative di forte discontinuità volte a ottimizzare, correggere ed introdurre nuove regole per una migliore gestione delle attività, basate sull'introduzione di nuovi modelli e metodologie di lavoro, inoltre si è provveduto a sospendere e/o licenziare i dipendenti di Nolostand e Fiera Milano citati negli atti dell'indagine della Procura di Milano e nei provvedimenti del Tribunale di Milano.

Gli interventi sono stati posti in essere al fine di costituire progressivamente, la nuova *best practice* di riferimento del settore.

Gli interventi e le disposizioni intraprese hanno permesso di proseguire le attività di *business* del Gruppo Fiera Milano e proseguire così nell'attività fieristica in un periodo particolarmente impegnativo per numerosità e rilevanza delle manifestazioni.

Fiera Milano in Borsa Italiana

Al 31 dicembre 2016 Fiera Milano S.p.A. risulta essere un'emittente di azioni quotate sul Mercato Telematico Azionario (MTA) di Borsa Italiana S.p.A.. A seguito del provvedimento di prevenzione, infatti, Fiera Milano ha autonomamente comunicato a Borsa Italiana S.p.A. la determinazione di escludere, temporaneamente, le proprie azioni dal Segmento Titoli con Alti Requisiti (STAR) di Borsa Italiana, sul quale è stata collocata fino al 14 novembre 2016. Successivamente a tale data ha, comunque, continuato a mantenere in essere, su base volontaria, i requisiti di *corporate governance*, di trasparenza informativa, nonché di liquidità in linea con gli standard qualitativi richiesti dal segmento STAR. La società ha intenzione di richiedere a Borsa Italiana S.p.A. di rientrare nel segmento STAR una volta concluso l'iter di Amministrazione Giudiziaria



📍 L'aumento dei presidi sui fornitori

La revisione dei processi di approvvigionamento, poi riportati nella procedura dedicata a livello di Gruppo, ha recepito le indicazioni emerse da un *assessment* di un consulente terzo e le indicazioni più direttamente connesse al provvedimento di amministrazione giudiziaria riguardante Nolostand.

Il nuovo metodo di controllo adottato, che si articola in tre distinte fasi di lavoro, intende assicurare tra l'altro:

- 📍 una migliore gestione del parco fornitori, anche attraverso l'introduzione di limiti percentuali sul fatturato del fornitore generato dal Gruppo, una più ampia esplorazione di mercato, la formalizzazione di qualsiasi relazione di fornitura prima dell'avvio della stessa;
- 📍 una contabilità puntuale del cantiere, stabilita prima dell'inizio dei lavori, e una chiara evidenza del risultato finale, attraverso la richiesta di verbale di chiusura lavori;
- 📍 la collaborazione con fornitori che rispondono a determinati requisiti di onorabilità, verificati attraverso l'effettuazione di *Integrity Due diligence* da parte della funzione di *Security* dedicata, che comprende anche l'analisi di documentazione specifica, quali ad esempio casellari giudiziali e certificati carichi pendenti, e analisi dedicate;
- 📍 un più efficace controllo delle maestranze dei fornitori, attraverso analisi e verifiche rispetto alle normative vigenti degli operatori che saranno presenti in cantiere ed emissioni di *pass* d'ingresso che saranno direttamente correlati all'albo fornitori informatizzato; l'internalizzazione dei Capi Cantiere; e infine l'ipotesi di affidamento in *full outsourcing* a società di lavoro interinale di elevato *standing* di attività prima svolte da altre entità.

Nello specifico, il Gruppo Fiera Milano ha stabilito di adottare criteri più stringenti rispetto a quelli attualmente previsti per legge in relazione agli appalti pubblici, escludendo dal parco fornitori, non solo i soggetti condannati ma anche coloro che hanno un procedimento in corso.

L'adozione di tali prassi ha portato, successivamente alla disposizione di amministrazione giudiziaria per Nolostand, alla cessazione dei rapporti con una serie

di fornitori e all'individuazione di nuovi fornitori al fine di consentire lo svolgimento delle manifestazioni e garantire conseguentemente la continuità aziendale. Nel corso del primo trimestre del 2017 è inoltre previsto il completamento delle attività di *screening* reputazionale su tutti i fornitori attivi per assicurare collaborazioni basate sull'integrità tra operatori.

Un'attenzione costante dall'inizio alla fine della fornitura

PRIMA FASE

- Analisi del lavoro
- Individuazione del team di lavoro composto da un *Project Manager* e da un Conduttore di Cantiere
- Ricerca dei fornitori con richiesta di preventivo
- Scelta del fornitore e sua contrattualizzazione
- Predisposizione del cantiere
- Analisi e verifiche delle maestranze rispetto alla normative vigenti che saranno presenti in cantiere
- Predisposizione della contabilità di cantiere

SECONDA FASE

- Verifica documentale ottenuta
- Predisposizione ordini d'acquisto
- Avvio del cantiere
- Controllo di tutte le attività in cantiere
- Consegna del lavoro attraverso il Verbale di Fine Lavori

TERZA FASE

- Verifica interna sul lavoro svolto e analisi generale della commessa
- Controllo sulla contabilità di cantiere
- Chiusura commessa
- Avvio del pagamento fornitori



Il contrasto al lavoro nero

Per garantire una maggiore sicurezza e regolarità del lavoro, combattendo il fenomeno del lavoro irregolare e sommerso, il Gruppo Fiera Milano ha sviluppato nel corso del 2016 una piattaforma online dedicata alla registrazione di tutti gli allestitori che operano per conto degli espositori e vincolata all'autorizzazione dell'espositore stesso, responsabile dell'area espositiva assegnatagli presso i Quartieri Fieristici.

Tale intervento integra quanto già stabilito nel Protocollo d'Intesa per la sicurezza e la regolarità del lavoro, siglato nel 2015 tra Fiera Milano e le organizzazioni sindacali CGIL, CISL e UIL territoriali di Milano, con le organizzazioni di categoria e con la RSU aziendale. In particolare il Protocollo d'Intesa aveva integrato un insieme di clausole contrattuali nei contratti e appalti stipulati da Fiera Milano, creato un osservatorio permanente, aperto uno sportello del lavoro all'interno del quartiere **fieramilano**, gestito dalle tre Organizzazioni Sindacali.





Un modello organizzativo consistente

Per sviluppare un sistema organizzativo consistente e volto a conferire maggiore effettività ai presidi definiti con l'amministrazione giudiziaria, nel corso del 2016 e nei primi mesi del 2017 il Gruppo ha introdotto alcuni interventi di rilievo nell'organizzazione aziendale.

Nello specifico, per aumentare il presidio sulla sicurezza, il Gruppo ha deciso di re-introdurre la funzione *Security* affidata in *outsourcing* a un consulente esterno a cui affidare le attività di *Integrity Due Diligence* su terzi e fornitori. **7 luglio 2016**

Inoltre, il Gruppo intende costituire una funzione "*Compliance Office*", al fine di garantire il massimo presidio di legalità nell'azione amministrativa.

L'organizzazione aziendale di NoloStand invece si snellisce per migliorare l'effettività dei presidi individuati, componendosi di quattro unità organizzative e di una nuova area di staff denominata Segreteria Affari Generali per verificare la funzionalità e il rispetto delle nuove procedure operative introdotte.

Nel corso del 2016 sono state inoltre intraprese iniziative attività di *Integrity Due Diligence* (analisi reputazionali) "*open source*" sulle assunzioni di nuovo personale e pratiche di *job rotation* nelle funzioni operative di interfaccia con i fornitori. Tali attività saranno affiancate da una comunicazione interna volta ad accrescere una cultura diffusa dell'integrità, del rigore, della segregazione dei compiti e della trasparenza.

In aggiunta a quanto già descritto, nell'ambito del rispetto delle prescrizioni dell'Amministrazione Giudiziaria, vengono inoltre regolate attraverso specifiche procedure aziendali le attività di gestione del ciclo passivo, l'assegnazione di incarichi di consulenza, la gestione delle segnalazioni, omaggi e regali.

Nello specifico, al fine di disporre di un presidio tempestivo ed efficace di gestione e prevenzione delle irregolarità, viene regolato il processo di ricezione, analisi e trattamento delle segnalazioni ricevute, anche in forma anonima o confidenziale

(c.d. *whistleblowing*), da terzi e dal personale delle società del Gruppo .

Le segnalazioni possono riguardare problematiche di sistema di controllo interno, quali ad esempio rispetto di leggi e normative esterne, nonché di regole e procedure aziendali, frodi sul patrimonio aziendale e informativa societaria, responsabilità amministrativa della società; le segnalazioni possono altresì riguardare altre materie in violazione del Codice Etico, quali ad esempio etica dei comportamenti, pratiche di *mobbing*, molestie, conflitti relativi alla gestione del personale. **8 novembre 2016**

E' stata inoltre introdotta una "*Compliance Letter*" che tutti i Dirigenti sono annualmente chiamati a firmare in cui confermano la conoscenza delle procedure aziendali, del Codice Etico e Modello Organizzativo della Società come pure di avere attentamente rispettati gli stessi.

Inoltre, il Gruppo ha disposto che tutti gli omaggi, regali od utilità, natalizie o meno, recapitate a dipendenti e dirigenti sul luogo di lavoro o altrove siano consegnate all'azienda, che provvederà alla loro devoluzione in beneficenza, fermo il già esistente limite di accettazione, da parte di dipendenti e dirigenti, di omaggi e regali di modico valore con un limite massimo pari a euro 50,00. **14 novembre 2016**



Gli organi di Governance

Il **Consiglio di Amministrazione**, 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.

In data 13 gennaio 2017, la maggioranza degli Amministratori ha ritenuto opportuno favorire un ulteriore atto di discontinuità e al fine di addivenire alla conclusione della procedura di Amministrazione Giudiziaria in corso nel più breve tempo possibile, rassegnando le proprie dimissioni dalla carica con effetto dalla data di Assemblea dei Soci per l'approvazione del Bilancio di Esercizio al 31 dicembre 2016, determinando così la decadenza dell'intero Consiglio di Amministrazione.

Nel Consiglio di Amministrazione è presente un numero di Consiglieri indipendenti superiore a quello richiesto dalle vigenti disposizioni normative e/o regolamentari.

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 è investito dei più ampi poteri per l'amministrazione ordinaria o straordinaria della Società; segnatamente, ha facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga opportuni od utili per il raggiungimento degli scopi sociali, esclusi soltanto quegli atti che la legge riserva all'Assemblea dei Soci.

Il Consiglio di Amministrazione ha istituito al suo interno sia il Comitato per la Remunerazione che il Comitato Controllo e Rischi, i cui ruoli e funzioni sono allineati agli standard indicati dal Codice di Autodisciplina e dalle *best practice* in tema di *corporate governance*.

Il **Comitato per la Remunerazione** svolge funzioni consultive, propositive e istruttorie al Consiglio di Amministrazione in materia di remunerazione.

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.

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. Tale sistema contribuisce a una conduzione della Società e del Gruppo coerente con gli obiettivi aziendali definiti dal Consiglio di Amministrazione della Capogruppo, favorendo l'assunzione di decisioni consapevoli. Esso concorre ad assicurare (i) la salvaguardia del patrimonio sociale, (ii) l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali, (iii) l'affidabilità dell'informazione finanziaria e (iv) il rispetto di leggi e regolamenti nonché dello Statuto Sociale e delle procedure interne.

Il Gruppo Fiera Milano ha sviluppato un modello di gestione integrata dei rischi che si ispira a standard riconosciuti a livello internazionale in ambito *Enterprise Risk Management* (ERM).



Gli organi di Governance

Il **Collegio Sindacale** di Fiera Milano S.p.A. è stato nominato dall'Assemblea dei Soci, in data 29 aprile 2015, sulla base dell'unica lista presentata dall'Azionista di maggioranza Fondazione Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano.

Il Collegio Sindacale vigila sull'osservanza della legge e dello Statuto Sociale, 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".

Per ulteriori dettagli circa la composizione, le funzioni ed il funzionamento del Consiglio di Amministrazione in carica si rimanda alla Relazione sul Governo Societario e gli Assetti Proprietari.

Il sistema di regole operative e comportamentali che disciplinano l'attività delle Società e gli aumentati elementi di controllo di cui la Società si è dotata al fine di prevenire la commissione delle diverse tipologie di reati, risultano, alla data di pubblicazione del presente rapporto, in fase di recepimento nei **Modelli di organizzazione e gestione e controllo ex. D.lgs. 231/2001** delle società del Gruppo Fiera Milano. In data 26 febbraio 2016 è invece 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 ai sensi del D.lgs.231/2001 in materia di autorinciclaggio, reati ambientali e reati societari. Per quanto riguarda la società La fabbrica del libro, costituitasi nel settembre 2016, alla data del presente rapporto, sono in corso le attività di *risk assessment*, con l'obiettivo di dotare di un modello 231 anche questa società.

Ogni qualvolta il sistema di regole operative e comportamentali subisce integrazioni e modifiche, tali vengono divulgate alle persone del Gruppo attraverso sessioni di formazione dedicate. A questo proposito nel corso del 2017 è prevista l'erogazione della formazione sui nuovi Modelli 231 a tutta la popolazione aziendale.



I sistemi di gestione certificati

Nell'ambito del proprio sistema di governance, il Gruppo inoltre, per specifiche società, ha sviluppato e mantiene sistemi di gestione certificati conformi ai principali standard di riferimento a livello internazionale, quali:

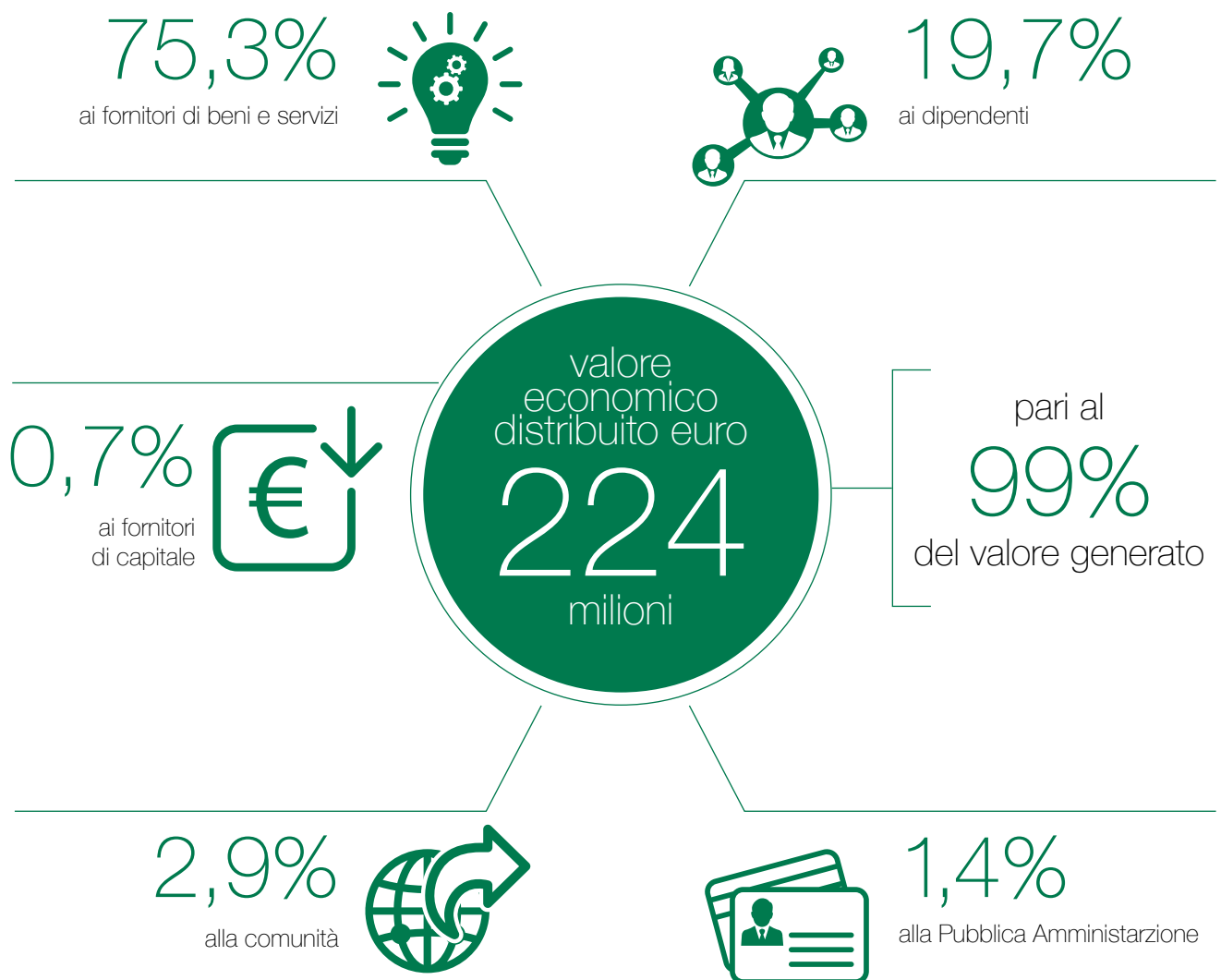
- ISO 9001:2008 – Sistema di Gestione della qualità per Fiera Milano S.p.A. e le controllate NoloStand e Fiera Milano Media – Div. *Business International*
- ISO 14001:2004 – Sistema di Gestione dell'ambiente per NoloStand
- OHSAS 18001:2007 – Sistema di Gestione salute e sicurezza per NoloStand
- ISO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



Le attività del Gruppo e il loro impatto sul territorio

Nel corso del 2016 il valore economico generato si è assestato a oltre euro 229 milioni, in diminuzione rispetto all'anno precedente in funzione del calendario fieristico non favorevole per l'assenza di importanti manifestazioni biennali di proprietà e pluriennali, nonché per la presenza di attività non ricorrenti nel precedente esercizio legate a Expo 2015.

Il Gruppo ha distribuito complessivamente circa euro 224 milioni, pari al 99% del valore generato, ai dipendenti per il 19,7%, ai fornitori di beni e servizi per il 75,3%, alla comunità per il 2,9%, ai fornitori di capitale per il 0,7%, alla Pubblica Amministrazione per 1,4%.





Valore economico generato e distribuito dal Gruppo (migliaia di euro) *

	2016	2015	2014
Valore economico generato	229.863	341.816	251.394
Valore della produzione	224.257	338.164	248.988
Proventi da partecipazioni	1.259	2.828	1.448
Altri proventi finanziari **	4.347	824	958
Valore economico distribuito	223.887	304.876	260.113
Valore distribuito ai fornitori di beni e servizi	168.520	224.631	191.587
Valore distribuito ai dipendenti	44.101	61.023	49.276
Valore distribuito ai fornitori di capitale	1.561	4.331	5.857
Valore distribuito alla PA	3.171	6.581	3.415
Valore distribuito alla comunità	6.534	8.310	9.978
Valore economico trattenuto	5.976	36.940	-8.719
Utile (o perdita) d'esercizio (al netto dei dividendi)	-22.850	429	-19.106
Ammortamenti/Accantonamenti/Svalutazioni/Rivalutazioni	30.822	33.615	15.455
Imposte non correnti	-1.996	2.896	-5.068

(*) In linea con il Bilancio Consolidato del Gruppo Fiera Milano a 31 dicembre 2016, tali valori si riferiscono all'intero Gruppo Fiera Milano; la parte estera copre il 3,2% 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, rendendo difficile la comparazione tra i diversi esercizi. I dati del 2014 e del 2015 sono stati ricalcolati in linea con il 2016 in funzione di una più adeguata riclassificazione dei dati del Bilancio Consolidato e alla luce della riesposizione dei dati 2015 come da Bilancio Consolidato 2016.

(**) Tale valore include anche i proventi da consolidato fiscale.

Oltre alla usuale attenzione verso associazioni e gruppi operanti sul territorio, per i quali vengono offerte liberalità per l'uso di spazi di riunione (anche quest'anno è stata ospitata la Giornata del Volontario della LILT e numerose riunioni formative delle Forze dell'Ordine) o piccole sponsorizzazioni (es. Stramilano), Fiera Milano Congressi nel 2016, ha attivato MiCoLab, il nuovo "spazio-idea" di oltre 7.500 metri quadrati all'interno del perimetro del centro congressi MiCo (Milano Congressi) adibito a eventi, mostre, *start-up*, mercati, appuntamenti di vario genere aperti al pubblico. Un'iniziativa che nasce dalla crescente esigenza del territorio per manifestazioni di incontro e scambio e che MiCo, ha intercettato e cerca di soddisfare, ampliando i confini dei suoi

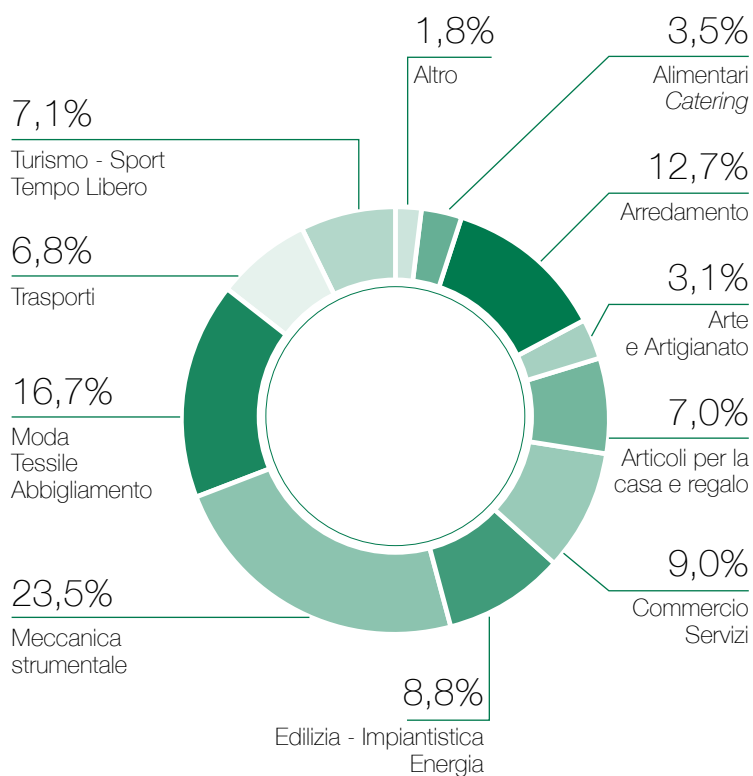
consueti obiettivi di *business*. L'obiettivo di MiCoLab è diventare un permanente e qualificato punto di dialogo e incontro per tutti coloro – in particolare i giovani - che vogliono confrontare esperienze e comunicare idee e proposte. Un riferimento per il territorio milanese e non solo che può richiamare energie e sviluppare forze che guardano al futuro.

Nolostand nel 2016 ha continuato a sostenere "L'Iniziativa Niguarda", 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.



Il portafoglio manifestazioni

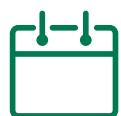
Media triennio 2014-2016:



Le manifestazioni coprono tutti i settori merceologici del "Made in Italy"

(dati calcolati sulla base dei Mq netti espositivi)

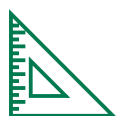
Focus 2016 in Italia



46 manifestazioni
63 nel 2015



39 eventi congressuali
con annessa area espositiva
36 nel 2015



1.285.600
Mq netti espositivi*
1.822.875 Mq nel 2015



23.800 espositori*
32.340 espositori nel 2015

di cui direttamente organizzate:

8 manifestazioni
13 nel 2015

175.655
Mq netti espositivi
462.650 Mq nel 2015

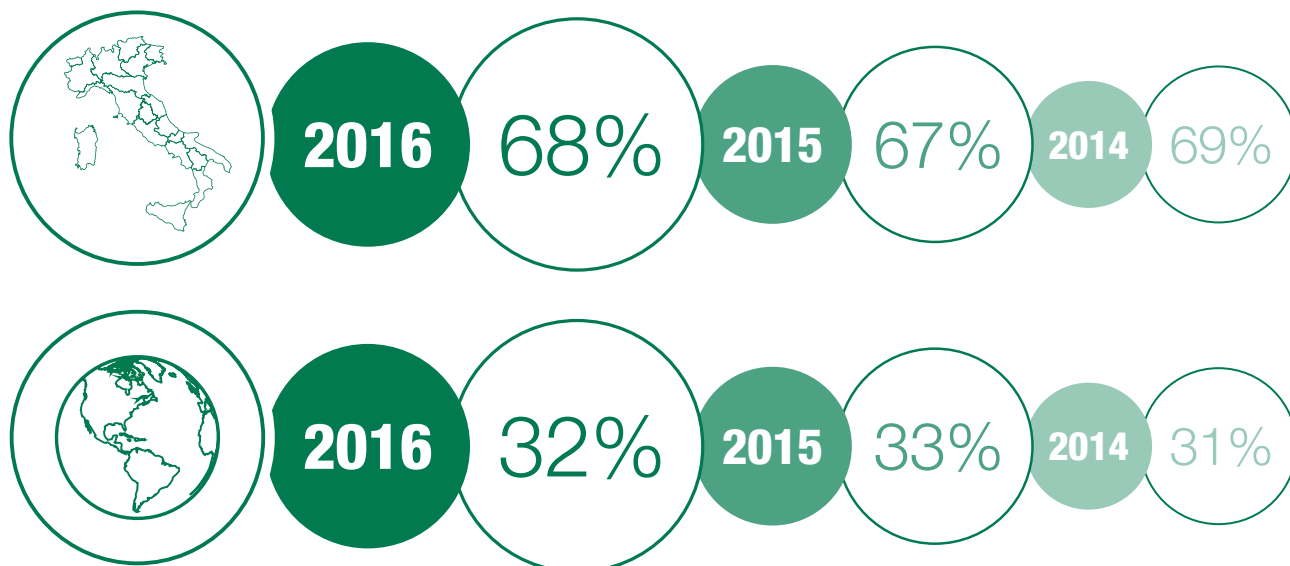
3.605 espositori
7.530 nel 2015

(*) inclusi gli eventi congressuali con annessa area espositiva



Manifestazioni	2016	2015	2014
Metri quadri netti espositivi	1.234.830	1.773.800	1.186.380
Numero espositori	20.975	29.880	20.235

Provenienza espositori



	2016	2015	2014
Numero visitatori *	3.608.286	4.113.243	5.142.774
Visitatori manifestazioni B2B	1.119.802	1.665.824	1.153.392
Visitatori manifestazioni a prevalenza B2C	2.488.484	2.447.419	3.989.382

(*) Elaborazione a cura di Servizio Studi e Sviluppo Fondazione Fiera Milano. Il dato include il numero dei Visitatori della manifestazione *Business to Consumer* (B2C) Artigiano in Fiera pari a 1.500.000 negli anni 2016 e 2015 e pari a 3.000.000 nel 2014. Il dato dei visitatori dell'esercizio 2015 è stato rettificato a seguito dell'aggiornamento del database delle manifestazioni certificate ISF.

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. 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.

L'esercizio 2016 ha risentito del calendario fieristico poco favorevole per l'assenza di importanti manifestazioni biennali di proprietà e manifestazioni pluriennali ospitate, parzialmente compensata dalla presenza della manifestazioni pluriennali Mostra Convegno Expocomfort e Bimu. Inoltre, il raffronto con l'esercizio precedente riflette l'assenza delle attività correlate ad Expo 2015.



Nel 2017 i quartieri del Gruppo Fiera Milano ospiteranno per la prima volta le seguenti manifestazioni:

MAM | Mostra A Milano Arte e Antiquariato

MAM, Mostra a Milano Arte e Antiquariato. Arte antica, antiquariato, design, grande decorazione; un appuntamento unico, animato da espositori, antiquari e galleristi tra i più prestigiosi, provenienti da tutta Italia e dall'estero.

28 gennaio
5 febbraio 2017

24/27
febbraio 2017

19/23
aprile 2017

11/14
maggio 2017

TheOne Milano

TheOneMilano, il nuovo salone internazionale dedicato al prêt à porter femminile d'alta gamma e agli accessori. Nella nuova manifestazione convergono il *know how* e l'esperienza di MIPAP, salone del prêt-à-porter organizzato da Fiera Milano, e di MIFUR, salone della pellicceria e della pelle organizzato dall'omonimo ente fieristico. 300 le collezioni presenti. *Buyer* nazionali e internazionali provenienti da: Europa (UK, Francia, Germania), Russia, Giappone, Corea, Cina e USA.



FIERA DELL'EDITORIA ITALIANA

Tempo di Libri. Prima edizione della nuova fiera dell'editoria italiana. La manifestazione coinvolgerà editori, autori, bibliotecari, librai, studenti e lettori in un grande evento in cui si fonderanno tradizione e innovazione, rispecchiando quella dote che il libro ha dimostrato di possedere in secoli di storia: la capacità di rimanere sempre al passo con lo spirito dei tempi, accompagnando il progresso culturale e tecnologico.

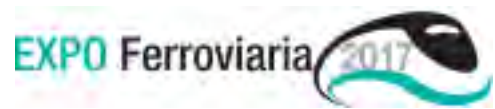


Versilia Yachting Rendez-Vous a Viareggio insieme a Nautica Italiana, evento nautico di respiro internazionale, che esprime l'alto di gamma della nautica mondiale, *glamour* e con un innovativo *format* trasversale che coinvolgerà il territorio e valorizzerà il meglio del *Made in Italy* non solo nautico.



Lamiera

Lamiera, manifestazione internazionale dedicata all'industria delle macchine utensili a deformazione e a tutte le tecnologie innovative legate al comparto che sceglie Milano come suo nuovo palcoscenico.



Expo Ferroviaria 2017, approda a Fiera Milano riflettendo così le prospettive di crescita del settore ferroviario in Italia che fanno sorgere la necessità di interagire con un mercato sempre più multinazionale.

17/20
maggio 2017

16/18
giugno 2017

3/5
ottobre 2017

7/11
novembre 2017



Expo ENCI, evento direttamente organizzato dall'Ente Nazionale Cinofilia Italiana, che occuperà 4 padiglioni di fieramilano. La *kermesse*, che avrà cadenza annuale, nasce dal grande successo della Mondiale Canina che ha avuto luogo in fiera durante l'Expo 2015.



The Next Gen Atp Finals, ossia il Masters del futuro, un torneo di fine stagione dedicato agli otto migliori Under 21 dell'anno. Per la prima volta nella sua storia Fiera Milano si trasforma in un centro sportivo tennistico: il Fiera Milano Stadium (un padiglione trasformato in campo da tennis) ospiterà il nuovo torneo di tennis internazionale.



- Il portafoglio manifestazioni direttamente organizzate

MILANO
Bit
YOUR TRAVEL
EXHIBITION.

BIT, la Borsa Internazionale del Turismo, è una fiera internazionale che raccoglie intorno a sé gli operatori turistici di tutto il mondo, un numeroso pubblico di visitatori, appassionati di viaggi, televisioni e stampa. Da oltre trent'anni BIT favorisce l'incontro tra *decision maker*, esperti del settore e *buyer* accuratamente selezionati e profilati, provenienti da varie aree geografiche e settori merceologici. Dallo Sport al MICE per soddisfare le esigenze di tutti target dei visitatori, la manifestazione, già a partire dal 2016 è stata ridisegnata per seguire i *trend* sia consolidati che emergenti del turismo. BIT è una manifestazione strategica per lo sviluppo del nostro Paese e delle sue eccellenze turistiche ed è per questa ragione che Fiera Milano ha avviato un processo di riposizionamento per ricoprire un ruolo prioritario nel panorama fieristico del settore.

Cadenza: Annuale - **Categoria Merceologica:** Turismo /tempo libero

	2016	2015	2014
Mq	13.505	13.335	13.750
Espositori	380	405	280
Visitatori	30.621	61.781	33.868

Nel corso dell'anno 2016, l'attività di sviluppo prodotto è proseguita con l'ideazione ed il lancio di un nuovo progetto espositivo che vede la luce nel 2017 e che presenta una nuova BIT. Nella nuova edizione BIT 2017, alle quattro aree *Leisure*, *Luxury*, *MICE* e *Destination Sport* (quest'ultima – novità dell'edizione 2017 – estesa da uno a tre giorni) si affiancano tre percorsi di visita dedicati ad aree in forte crescita: A Bit of Taste (enogastronomia), Be Tech (digital) e I love wedding (dedicato ai viaggi di nozze). I tre percorsi sono stati sviluppati grazie alla collaborazione di Ambassador esperti, accuratamente individuati tra i più importanti influencer nei rispettivi settori. A completare la parte espositiva, un ricco programma convegnistico. La nuova formula espositiva si fonda su tre punti chiave: il ritorno a fieramilanocity che permette di valorizzare l'attrattiva su Milano come capitale dell'*Italian Style*; i giorni della settimana (lunedì, martedì) sono più in linea con l'operatività delle agenzie di viaggi; il mese di Aprile è il momento migliore dell'anno per valorizzare queste sinergie.

Oltre la Manifestazione: durante l'edizione del 2016, in collaborazione con l'Ente del Turismo della Thailandia, è stata organizzata Bit.Run mettendo in palio diversi premi ad estrazione e due fantastici super premi: due viaggi a Phuket per scoprire le bellezze della Thailandia, con l'opportunità di partecipare alla Laguna Phuket International Marathon, svoltasi a Phuket il 4-5 giugno 2016.



G4-4 G4-8 G4-9

Chibimart è l'evento fieristico per gli operatori professionali del mondo dell'accessorio moda e del bijoux che evolve in un *concept* nuovo, completo ed essenziale, orientato a generare nuove opportunità di *business*. Chibimart attua la formula di successo del *cash & carry*, che permette agli operatori in visita di poter scegliere e acquistare subito i prodotti selezionati, per poter rifornire in tempo reale i propri negozi con le ultime novità della stagione.

Cadenza: Semestrale - **Categoria merceologica:** Articoli per la casa e regalo

	Inverno 2016	Estate 2016	Inverno 2015	Estate 2015
Mq	3.080	4.445	3.110	4.020
Espositori	105	165	95	125
Visitatori	4.016	5.000	4.398	4.894

In collaborazione con Thedecoside, studio di consulenza di strategia *marketing* e comunicazione, Chibimart estate ha proposto un'area dedicata al *visual merchandising* a tema estivo. Attraverso originali e vivaci installazioni sono state suggerite idee, scenografie e consigli per allestire e valorizzare al meglio le vetrine nel periodo della "bella stagione", mentre un calendario di incontri dedicati al tema dei saldi, forniscono indicazioni, curiosità e notizie pratiche per gestire questo strategico momento di comunicazione nel migliore dei modi.

Nell'edizione invernale di Chibimart invece, accanto alle creazioni della tradizione italiana e a quelle etniche, ad animare l'appuntamento dedicato alla bigiotteria e agli accessori moda, sono state affiancate numerose iniziative per offrire idee e suggerimenti sui *trend* della stagione.

Inoltre, sempre grazie alla collaborazione con Thedecoside, in Chibimart inverno è stata allestita un'area speciale di *visual merchandising* dedicata al Natale.





Mostra Internazionale dedicata a macchine, tecnologie, prodotti e servizi per lavanderia, stireria e pulizia del tessile, organizzata da Fiera Milano e promossa da EXPODETERGO. Competitività, efficienza e basso impatto ambientale sono le parole chiave che attraversano tutte le proposte, dalle macchine per lavaggio a secco e ad acqua a quelle per lo stiro, agli impianti industriali completi, fino ai prodotti chimici, ma anche ai servizi di logistica ed elettronica gestionale. Soluzioni innovative pensate per soddisfare le necessità di ogni cliente: hotel e ricettività alberghiera, ristorazione, ospedali, sanità e centri di assistenza, realtà differenti che hanno in comune la necessità di risposte concrete e tempestive, rispettando i più alti standard di qualità, igiene e sostenibilità.

Cadenza: Pluriennale
Categoria merceologica: Commercio /servizi

	2014
Mq	16.480
Espositori	240
Visitatori	20.100

Nel 2016 è stato siglato il prolungamento per ulteriori tre edizioni quadriennali – ovvero fino al 2026 – dell'accordo quadro già vigente tra Associazione Fornitori Aziende Manutenzione dei Tessili e Fiera Milano: a quest'ultima è stato confermato l'incarico di organizzare la manifestazione, scelta che consente ai *partner* di condividere strategie, valutazioni del mercato, progetti in grado di soddisfare le esigenze delle aziende espositrici. Il rinnovo dell'accordo garantirà alle aziende espositrici il supporto di Fiera Milano nel portare alla manifestazione, da ogni angolo del mondo, dei *buyer in target* ed interessati all'offerta presentata in mostra dalle aziende associate.



HOMI, Salone degli Stili di Vita, organizzata da Fiera Milano dal 2014. HOMI rappresenta una piattaforma importante a livello mondiale per il mondo della decorazione da interni e della persona.

Cadenza: Semestrale - Categoria Merceologica: Articoli per la casa e regalo

	Settembre 2016	Gennaio 2016	Settembre 2015	Gennaio 2015
Mq	58.300	76.500	63.845	81.200
Espositori	1.300	1.500	1.265	1.305
Visitatori	62.800	82.000	75.657	80.000

Il progetto è in fase di crescita e di consolidamento, dopo sei edizioni dal lancio. L'innalzamento qualitativo della fiera e la migliore profilazione dei *buyer*, soprattutto internazionali, sono stati gli elementi che hanno caratterizzato la crescita della manifestazione nel 2016. In aggiunta, l'edizione straordinaria di maggio 2016 di HOMI New York ha consentito di promuovere la manifestazione a livello locale ed ha creato un'*awareness* più importante per portare compratori americani a Milano. Le due edizioni del 2016 hanno visto una presenza più forte di progetti per giovani *designer* e *start-up* sia italiani che internazionali (Progetto Creazioni, Progetto DDD per l'estero) per i settori Decorazione e *Fashion & Jewels*; inoltre, è stato inserito il nuovo progetto HOMI SMART per avvicinare Università e giovani studenti al mondo della fiera e dal lavoro. Nell'ottica di migliorare l'accesso alla fiera sono stati promossi ingressi agevolati per target specifici di clienti (Architetti, studi di progettazione) e preregistrazioni per un servizio più rapido in reception di fiera.

Una costante presenza del *team sales* verso le aziende espositrici e le aziende *prospect* per tutte le fasi della fiera: dalla preparazione (inviti, *layout*, attività di *co-marketing*) al supporto su *Expo Matching Program* per l'agenda degli incontri.

Per rendere più agevole la condivisione con gli espositori di tutti gli aspetti organizzativi e amministrativi di mostra è stata creata la piattaforma MYHOMI.

Nel 2016 si sono svolti seminari e lezioni tenuti dalla direzione artistica di HOMI presso Fondazione Fiera Milano sull'importanza degli allestimenti ecosostenibili e della pulizia delle linee in progettazione, per dare maggiore visibilità degli eventi e minor impatto ambientale. Nel 2017 HOMI continuerà a supportare *designer* e *start up* internazionali, con accordi con associazioni, università e istituzioni straniere. Per migliorare il servizio ai clienti, il 2017 punta ad un continuo innalzamento della presenza internazionale sia sugli espositori che sui visitatori, attraverso sostegno della campagna di comunicazione, di visibilità all'estero con iniziative volte a far conoscere una manifestazione ancora giovane, portando sia gli espositori che i visitatori ad un approccio *Try & Test*.

Oltre la Manifestazione: il 2016 di HOMI è stato molto attivo anche sul territorio. In febbraio la manifestazione ha offerto a Milano un appuntamento promosso e prodotto in collaborazione con Comune di Milano, Palazzo Reale e Fiera Milano: la mostra "L'ARTE DEL BIJOU ITALIANO". L'evento, dal 19 febbraio al 2 marzo a Palazzo Reale e curato da Alba Cappellieri e Lino Raggio, è stato un percorso attraverso il bijoux d'autore dagli anni Cinquanta al Duemila, ripercorrendo la storia di questo prezioso accessorio attraverso 300 pezzi unici firmati da stilisti e *designer* di fama internazionale.

Anche durante l'edizione annuale HOMI si riconferma portabandiera della creatività, del *design* e dell'unicità del prodotto *Made In Italy* e, al termine dell'appuntamento in fiera dedicato agli operatori professionali dal 16 al 19 settembre, ha portato al centro di Milano il suo *Temporary Shop* aperto al pubblico dal 21 al 27 settembre nello spazio di via Paolo Sarpi 60. Patrocinata da HOMI insieme alla Comunità San Patrignano, l'iniziativa ha dato l'opportunità a tutti di acquistare alcuni prodotti selezionati dall'offerta della manifestazione a prezzi speciali, destinando l'intero ricavato delle vendite alla comunità. Un contributo importante per San Patrignano che dal 1978 ospita tutti coloro che chiedono aiuto in maniera completamente gratuita.

Dall'8 al 20 novembre 2016 poi, sempre a Palazzo Reale, bijoux, oggetti d'arte e ritratti della bellezza italiana sono stati nuovamente protagonisti nella mostra "GIOIELLI ALLA MODA".

HOMI, con Regione Lombardia, ha scelto anche di essere nuovamente presente alla prima edizione di Fall Design Week, la nuova *kermesse* organizzata dal Comune di Milano, che si è svolta in città dal 1 al 9 Ottobre 2016. È stata un'iniziativa che ha voluto raccontare tutto quello che ha a che fare con il *backstage* del *design*, tutto quello che c'è dietro al prodotto, con l'obiettivo di promuovere iniziative che possano sviluppare e consolidare il ruolo di Milano sulla scena internazionale quale capitale della moda e del *design*.



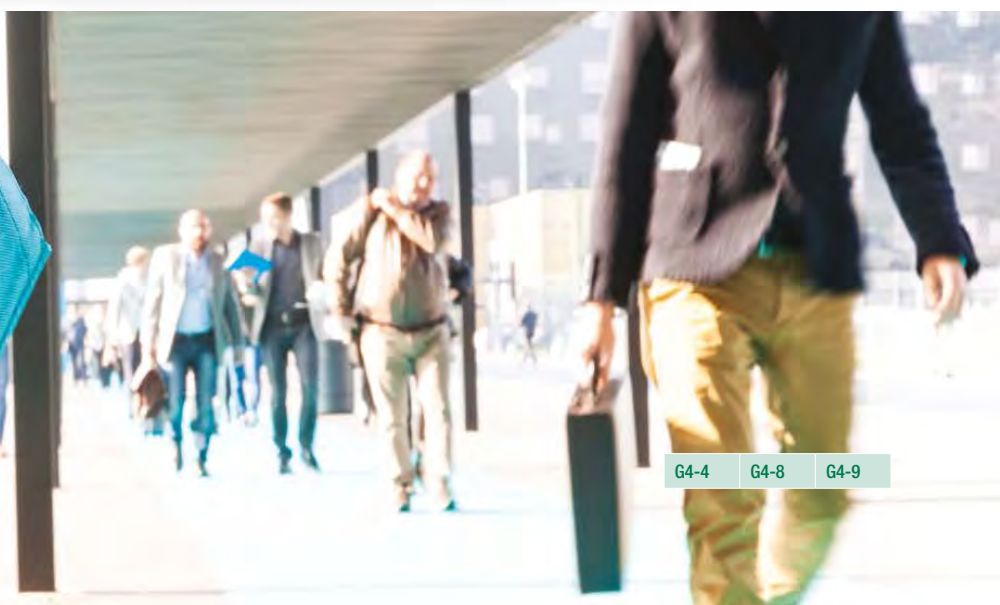
Host è la manifestazione *leader* mondiale nei settori Ho.Re.Ca., foodservice, retail, GDO e hotellerie. Punto di riferimento privilegiato per tutti gli operatori professionali del fuori casa e per conoscere novità ed innovazioni delle aziende e nuove tendenze del mercato, grazie anche a un'interazione costante con *partner* d'eccezione e di altissimo profilo (come associazioni di categoria, istituzioni e *stakeholder*). La manifestazione è suddivisa in tre macro-aree: Arredo e Tavola; Ristorazione Professionale e Pane, Pizza, Pasta e Caffè, Tea; Bar, Macchine caffè, Vending e Gelato, Pasticceria.

Cadenza: Biennale - **Categoria Merceologica:** Commercio /servizi

	2015	2013
Mq	132.580	100.725
Espositori	1.890	1.555
Visitatori	150.968	133.004

La 40^a edizione è in programma dal 20 al 24 ottobre 2017 a **fieramilano**. Il principale obiettivo di HOST 2017 è il consolidamento della *leadership* nel panorama internazionale attraverso queste attività svolte sin dal 2016: incontri dedicati in azienda; presenza a fiere di settore (nazionali/internazionali); piano di comunicazione integrato e differenziato per intercettare i vari *target*; *partnership* con associazioni e istituzioni per massimizzare la visibilità della manifestazione; preregistrazione online attivata con largo anticipo; sito *user friendly* completo di informazioni; implementazione e sviluppo canali *social*; campagna di comunicazione mirata verso visitatori attraverso *email* e campagna stampa; sviluppo relazioni/azioni promozionali con "*stakeholder*" nazionali/internazionali di riferimento (associazioni, media, social); incremento numero espositori su mercati *target*.

Oltre la Manifestazione: a novembre 2016 HOST e POLI.design - Consorzio del Politecnico di Milano hanno lanciato la sfida dell'innovazione a *designer* e creativi di tutto il mondo: nuove idee selezionate per HOST 2017 diventano oggetto di un evento creativo che si terrà tra i padiglioni della fiera. Gli espositori saranno i veri ispiratori dei progetti, infatti, tra gli oltre 2000 espositori presenti in fiera, i *designer* selezioneranno 100 soluzioni di prodotto per creare nuove esperienze e scenari d'uso dell'ospitalità (*format* di *interior design*, per il *food*, per il retail, per il settore alberghiero, così come prodotti per l'arredo, la tavola e il *living*, etc.). L'attività creativa, svolta dal vivo, dovrà approdare a *concept* che coniughino servizio ed esperienza, prodotti offerti e spazio vissuto. L'esposizione diventerà un catalogo creativo "dal vivo" a disposizione dei *designer*, proponendo un coinvolgimento attivo del pubblico e stimolando l'uso e la sperimentazione dei prodotti presenti in fiera. "10 Designer per 100 Prodotti" è la nuova formula scelta per dare la possibilità di sviluppare il proprio progetto *'live'* durante i giorni di svolgimento di HOST 2017. Alle spalle di questo evento ci sono due edizioni di successo le "HOSTThinking, a design award", il concorso internazionale che ha registrato candidature da tutto il mondo e risultati oltre alle aspettative. Mentor del Politecnico di Milano, imprese espositrici, giovani *designer* internazionali e studenti POLI.design daranno vita ad uno *show teaching* immerso nell'atmosfera della manifestazione.





Ipac-Ima, Meat-Tech e Intralogistica. Manifestazioni internazionali dedicate alle tecnologie di processo e di confezionamento per i comparti *food & beverage* (e specifiche per la carne, per Meat-Tech) e per applicazioni non *food*, organizzato da Ipac-Ima S.r.l., JV di Fiera Milano con UCIMA.

Cadenza: Pluriennale
Categoria Merceologica:
Meccanica strumentale

	2015
Mq	62.015
Espositori	1.025
Visitatori	95.566

Fiera Milano lancia in gennaio 2016, The Innovation Alliance, che - dal 29 maggio al 1 giugno 2018 - sarà il nuovo grande evento di filiera, con l'obiettivo di proporre agli operatori professionali di ogni settore industriale un'ampia offerta di macchine, tecnologie e servizi per implementare l'Industria 4.0.

The Innovation Alliance sarà il *format* che vedrà insieme differenti mondi produttivi uniti da una forte logica di filiera, dal *processing* al *packaging*, dalla lavorazione della gomma e della plastica alla stampa industriale e commerciale, dalla personalizzazione grafica di imballaggi ed etichette, fino alla movimentazione e allo stoccaggio delle merci.

Questa vetrina internazionale di eccellenze produttive sinergiche e complementari è composta da:

- Ipac-Ima, mostra delle tecnologie per il *processing* al *packaging*, organizzata da Ipac Ima S.r.l., società partecipata da UCIMA (Unione Costruttori Italiani Macchine Automatiche per il confezionamento e l'imballaggio) e da Fiera Milano;
- Meat-Tech, manifestazione dedicata a *processing* al *packaging* per l'industria della carne, organizzata da Ipac Ima S.r.l.;
- Plast, dedicata alle tecnologie per l'industria delle materie plastiche e della gomma e organizzata da Promaplast S.r.l., società di servizi controllata al 100% da ASSOCOMAPLAST (Associazione Nazionale Costruttori Macchine e Stampi per Materie Plastiche e Gomma). Prevista nel 2017, la manifestazione si sposta nel 2018 per aderire al progetto;
- Print4All, manifestazione alla sua prima edizione dedicata a printing, converting e stampa industriale, che raccoglie l'eredità e rinnova la proposta di Converflex, Grafitalia e Inprinting. Organizzata da Fiera Milano, è di proprietà di ACIMGA (Associazione dei Costruttori Italiani di Macchine per l'Industria Grafica, Cartotecnica, Cartaria, di Trasformazione e Affini) e ARGI (Associazione Fornitori Industria Grafica);
- Intralogistica Italia, dedicata alle soluzioni più innovative e ai sistemi integrati destinati a movimentazione industriale, gestione del magazzino, stoccaggio dei materiali e al *picking*, fa parte del *network* internazionale CeMAT ed è organizzata da Deutsche Messe e Ipac Ima S.r.l..

Sarà possibile visitare le cinque manifestazioni con lo stesso biglietto e secondo questa modalità sarà più facile che un'azienda visitatrice straniera, avendo la possibilità di valutare più soluzioni tecnologiche innovative all'interno della filiera, possa decidere di investire per un viaggio a Milano; si ritiene quindi che questo progetto contribuisca ad aumentare il livello di internazionalità della manifestazione.

Oltre la Manifestazione: Fiera Milano dal 2016 insieme ad UCIMA ha attivato un'attività di collaborazione che proseguirà anche nei prossimi anni e che vedrà, tra le diverse attività previste, anche l'organizzazione congiunta di eventi promozionali e di conferenze stampa in occasione degli eventi fieristici più importanti nel mondo. La creazione di sinergie per la promozione internazionale di Ipac-Ima si esplicherà ad esempio nei numerosi stand informativi che UCIMA organizza in tutte le principali fiere di settore specializzate in giro per il mondo (dall'Asia al Sud America).



Miart è la fiera milanese di arte moderna e contemporanea. Una vasta panoramica che presenta le sperimentazioni artistiche del '900 e le più recenti produzioni, declinate nei diversi linguaggi dell'arte, con dipinti, sculture, installazioni, video e fotografie.

Cadenza: Annuale - **Categoria Merceologica:** Arte e artigianato

	2016	2015	2014
Mq	7.811	6.840	6.360
Espositori	184	190	155
Visitatori	45.000	41.300	40.000

La XXI edizione, quella del 2016, diretta da Vincenzo De Bellis, ha contato sulla partecipazione di 154 gallerie italiane ed estere, provenienti da 16 paesi. Le gallerie, suddivise in sezioni seguite da vari curatori, hanno definito diversi ambiti tematici: "Established", con le proposte di 99 gallerie ripartite nei settori "Masters", selezione di lavori di maestri già storicizzati; "Contemporary", con autori rappresentativi della scena contemporanea. La sezione "Emergent" ha raccolto invece 16 gallerie internazionali dedite alle proposte delle più giovani generazioni; mentre "Object" ha compreso 14 gallerie specializzate nel *design* contemporaneo, con progetti nuovi ed inediti, pezzi unici o prodotti in edizioni limitate.

E poi, si è visto rinnovare il confronto generazionale nella sezione "THENow", che ha accostato lavori di 8 coppie di artisti di diversa età e provenienza, in dialogo tra loro. E infine, novità assoluta per l'edizione 2016 di Miart è stato il settore "Decades", che ha tracciato un itinerario nell'arte del Novecento, cadenzato in decenni ripercorrendo alcuni episodi, indagati dall'attività di 9 gallerie: dalla Metafisica di de Chirico all'astrattismo di Soldati e Magnelli; da Manzoni a Mondino, da Vedova a Gina Pane, da Joan Jonas a Stefano Arienti. La manifestazione per il quarto anno consecutivo registra un aumento delle visite e un aumento del grado di soddisfazione da parte degli espositori.

Per ogni edizione della manifestazione viene creato un palinsesto di incontri promossi nel *format miartalks* ai quali partecipano rappresentanti nazionali ed internazionali che operano nell'ambito della cultura con un focus su un preciso argomento.

I *Miartalks* 2016 hanno riunito più di 40 artisti internazionali, curatori, *film-maker*, direttori di istituzioni, scrittori e professionisti attivi nel campo delle arti visive e performative per discutere di come le pratiche artistiche *time-based* stiano ridefinendo i confini dell'arte contemporanea.

I *Miartalks* 2016 sono stati un *forum* cross-disciplinare che ha esplorato il dialogo in continuo movimento tra i mondi dell'arte, del film, della musica, del teatro e delle arti performative.

Oltre la Manifestazione: Miart ha un forte legame con la città di Milano che si esplicita nella realizzazione della Milano Art Week. In collaborazione con il Comune di Milano, Miart si è fatta capofila della settimana dell'arte contemporanea. Nell'aprile 2016 Milano si è animata con un fitto programma di eventi, inaugurazioni e aperture speciali che ha coinvolto istituzioni pubbliche, fondazioni e gallerie private, per tutta la settimana della fiera.

Fra gli eventi più seguiti della Miartweek 2016 figura Sarah Lucas – INNAMEMORABILIAMUMBUM, un progetto speciale a cura di Massimiliano Gioni e Vincenzo de Bellis, prodotto da Fondazione Nicola Trussardi e miart e realizzato in collaborazione con il FAI – Fondo Ambiente Italiano e il Comune di Milano.



PRINT4ALL

Fiera internazionale B2B a cadenza pluriennale dedicata al mondo delle tecnologie della stampa commerciale, editoriale ed industriale all'interno del progetto The Innovation Alliance.

Il progetto è frutto dell'alleanza strategica che ACIMGA (Associazione costruttori italiani macchine per l'industria grafica, cartotecnica, cartaria, di trasformazione e affini), ARGI (Associazione Fornitori Industria Grafica) e 4IT Group (l'azienda che da oltre 10 anni osserva i mercati dell'Industria Grafica e della Comunicazione e intorno ad essi aggrega competenze per favorire la crescita del comparto) hanno condiviso con Fiera Milano, *partner* fieristico al quale sono stati conferiti i marchi ed è stata affidata l'organizzazione delle manifestazioni. Print4All si terrà per la prima volta nel 2018 presso il Quartiere di **fieramilano**.

Cadenza: Pluriennale - **Categoria Merceologica:** Meccanica strumentale

Sarà un grande evento di filiera, articolato lungo le tre dorsali - commerciale-editoriale, *package e labelling e industrial printing* - declinate in quella che si propone di diventare la rassegna di riferimento dell'Europa e del bacino del Mediterraneo.

Oltre la Manifestazione: nel settembre 2016 si è tenuto a Palermo, con grande successo di partecipanti, Print4Pack, l'evento parte del programma di promozione del Made BY Italy di ACIMGA, realizzato in collaborazione con ARGI e con il supporto dell'ICE. Il convegno, grazie ad autorevoli testimonianze e al racconto di casi di successo legati soprattutto alla filiera del *food*, ha acceso i riflettori sugli sviluppi e le opportunità del *package printing*, comparto dinamico ed estremamente attento alle innovazioni tecnologiche e applicative, che impone agli operatori del *printing* una riflessione sui cambiamenti in atto sia relativamente alle funzionalità e alle esigenze grafiche del *packaging*, sia su quelli relativi ai comportamenti del consumatore. L'evento è stato occasione per creare a livello del bacino del Mediterraneo una cultura innovativa e propositiva nei confronti del nuovo ruolo del *packaging* e delle opportunità che il *package printing* offre sia grazie alle tecnologie sempre più performanti, sia grazie ai modelli di *business* che queste nuove tecnologie (digitale e ibrido in particolare) permettono di implementare.



Nel 2016 Fiera Milano ha acquisito la manifestazione PTE, fiera dedicata all'oggettistica promozionale, nell'ambito della strategia del Gruppo Fiera Milano che prevede l'incremento del numero di manifestazioni di proprietà.

Cadenza: Annuale - **Categoria Merceologica:** Commercio/Servizi

	2016	2015	2014
Mq	4.515	4.235	4.095
Espositori	140	130	125
Visitatori	4.373	3.749	4.148

La prima edizione sotto l'ombrello di Fiera Milano si è conclusa a gennaio 2017, con eccellenti risultati di continuità e di consolidamento del settore promozionale. La stessa edizione ha registrato la crescita del settore delle macchine per la stampa 3D, arricchite anche dall'accordo strategico siglato con Reed Exhibitions e la sua fiera Viscom Italia.

L'obiettivo è quello di consolidare questa manifestazione e divenire una piattaforma di *business* internazionale per le aziende del settore, dopo la fiera principale di Dusseldorf, PSI.

La manifestazione presenta quindi tutte le condizioni per poter lavorare su una prossima edizione con le novità annunciate sul fronte degli accordi con Viscom e sul consolidamento del mondo promozionale e della stampa 3D.



Fiera internazionale di Security & Fire Prevention è una manifestazione che vuole mettersi al servizio della *business community* della *security*, identificando nuove opportunità di lavoro e presentando le nuove tecnologie che illustrano come, nell'era del *web*, sia possibile difendere le case e gli edifici, come anche le fabbriche e le banche.

Cadenza: Biennale - **Categoria Merceologica:** Sicurezza

	2015*	2013
Mq	14.455	14.330
Espositori	305	310
Visitatori	18.955	20.301

*nel 2015 si è svolta un'edizione straordinaria della manifestazione per la presenza di Expo 2015.

Fiera Milano, con il sostegno diretto delle due associazioni dell'industria della sicurezza (ANIE Sicurezza e Assosicurezza) si propone come il punto di incontro tra i professionisti del settore e gli utilizzatori di sistemi di sicurezza per presentare dalle applicazioni più elementari fino alle complesse soluzioni destinate ai grandi *player* dell'industria per affrontare le sfide tecnologiche con la garanzia di poter proteggere i loro dati, i loro beni e le persone.

Per la prossima edizione sarà avviato il nuovo progetto SMART BUILDING EXPO, realizzato da Fiera Milano in *partnership* con Pentastudio, che affronterà le problematiche della progettazione degli edifici integrati per consentire ai professionisti (ingegneri, architetti, prescrittori, geometri...) che visitano SICUREZZA di trovare soluzioni utili per facilitare il loro lavoro.

L'edizione 2017, includendo la nuova manifestazione satellite SMART BUILDING EXPO, si estenderà complessivamente in tre padiglioni.

Oltre la Manifestazione: nel 2016 è stato realizzato il convegno "Nuove opportunità" di lavoro nel mondo della *security*: così nell'era del *web* si difende il sistema produttivo". Fiera Milano, in collaborazione con ANIE Sicurezza e Assosicurezza ha organizzato questo evento che ha visto il confronto diretto tra i professionisti del settore e i grandi utilizzatori di sistemi della sicurezza – rappresentanti dell'industria delle telecomunicazioni, della farmaceutica, dei trasporti aeroportuali, tra gli altri – sulle grandi sfide tecnologiche per garantire la tutela di dati, cose e persone.





Sposa Italia Collezioni è la manifestazione leader del settore, sempre un punto di riferimento per i *buyer* nazionali ed internazionali grazie ad un'esposizione di abiti da sposa e da sposo, abiti da cerimonia, gioielli, calzature, bomboniere, cinture, capelli, velli, offerta da selezionati espositori che si rivolge in particolare alla produzione *Made in Italy*.

Cadenza: Annuale - **Categoria Merceologica:** Moda, tessile, abbigliamento

	2016	2015	2014
Mq	8.485	7.550	7.145
Espositori	160	145	145
Visitatori	7.766	7.318	7.273

Di seguito le principali iniziative intraprese per l'edizione del 2016:

- ♥ Definizione piano media Italia ed estero per raggiungere il *target* di riferimento
- ♥ Continuo aggiornamento del sito di manifestazione
- ♥ Attivazione della pre-registrazione online per invio biglietto elettronico
- ♥ Invio *newsletter* e *dem* per conoscere le novità di espositori e *buyer*
- ♥ Organizzazione sfilate di grandi firme del *bridal fashion* ospitate in manifestazione
- ♥ Sito internet ricco di contenuti e completamente integrato con i *social network* per essere sempre aggiornati su *news* e tendenze del settore *wedding*
- ♥ *Social media management* e *community management* sui canali social Facebook, Twitter, Instagram, YouTube
- ♥ Campagna di *retargeting* per incrementare i visitatori in modo mirato e selettivo
- ♥ Pianificazione media internazionale

Durante la manifestazione, le collezioni proposte sono presentate nel contesto di bellissime sfilate, valutate dal pubblico di forte impatto e considerate come un grande evento all'interno dell'evento.



Tempo di Libri è un evento annuale aperto a tutta la filiera editoriale, al pubblico dei lettori ma anche ai non lettori. Durante l'evento si svolgeranno circa 1.000 presentazioni /approfondimenti/laboratori per coinvolgere *target* diversi interessati alle più svariate tipologie di argomento. Oltre alle aree dedicate a diversi settori verrà predisposto un padiglione dedicato agli incontri B2B per la compravendita dei Diritti d'Autore. I visitatori sono rappresentati dal pubblico generico, da librai, da bibliotecari, da autori italiani e esteri, dagli agenti letterari, dai traduttori. L'evento si apre anche alla città e a tutti i cittadini in quanto verranno creati degli appuntamenti serali che coinvolgeranno vari siti milanesi.

Cadenza: Annuale - **Categoria Merceologica:** Tempo libero

Le competenze di Fiera Milano nella gestione e nell'organizzazione dell'evento sono complementari e sinergiche ai contenuti culturali e valoriali espressi da AIE e dai professionisti del settore che partecipano all'organizzazione della manifestazione. Le due entità – Fiera Milano e AIE – sono strettamente collegate nell'espressione e nella realizzazione della progettualità dell'evento Tempo di Libri e rappresentano un esempio di *best practice* nel settore: competenze organizzative/gestionali associate a conoscenze formative-informative.

Per la prima edizione del 2017, essendo una manifestazione B2C, grande attenzione è stata posta al piano ADV promozionale. E' stata incaricata un'agenzia specializzata e il piano si articola in 3 fasi: creare *awareness* e posizionare Tempo di Libri; fissare il nome e la data come nuovo appuntamento in calendario; garantire un alto numero di ingressi. La comunicazione è off line e on line. Inoltre un piano promozionale specifico è indirizzato al sistema scolastico di ogni ordine e grado (dalle elementari alle università).

I principali obiettivi della prima edizione di Tempo di Libri sono i seguenti: lanciare la manifestazione, catturare l'attenzione di tutta la filiera del settore e coinvolgere quanto più pubblico possibile.

Oltre la Manifestazione: Tempo di Libri rappresenta un palcoscenico culturale-formativo di forte impatto sociale e economico. Dal punto di vista sociale grande attenzione è posta ai momenti formativi rivolti alle scuole di ogni ordine e grado. Si tratta per esempio di laboratori educativi per bambini fino ad arrivare ad esperienze concrete definite nei programmi di alternanza scuola lavoro. La fiera quindi è intesa come luogo dove le persone si incontrano, dove possono sperimentare nuove esperienze. L'obiettivo è quindi quello di creare un "sistema *network*" che dialoghi con tutti gli aspetti della cultura. Da gennaio 2017 si svolgono anteprime e incontri propedeutici all'evento con scrittori italiani ed esteri su argomenti di grande attualità.



Fiera dell'editoria
italiana

A B C D

Avventura
Scienza /
Fantascienza

Bacio
Letteratura rosa /
Young Adult

Cena
Ristorazione e
filosofia della tavola
/ Cucina

Dissidente
Libertà di espressione
e di stampa

"È l'alfabeto. Ventisei lettere.
Colle lettere fai le parole. Colle parole
Sapphi

Costruisci il tuo
Crea il tuo Tempo

G4-4 G4-8 G4-9



Fiera Milano organizza a VeronaFiere questa manifestazione dedicata a trasporti e logistica che è diventata l'appuntamento *leader* in Italia per tutti gli operatori del settore: autotrasportatori, responsabili della logistica, proprietari di flotte, corrieri e padroncini. Il salone si propone al mercato come un appuntamento fondamentale per tutte le aziende che vogliono "fare sistema".

Cadenza: Biennale - **Categoria Merceologica:** Trasporti

	2015	2013
Mq	53.475	52.610
Espositori	210	165
Visitatori	24.000	20.753

La manifestazione permette di dare grande enfasi al tema della sostenibilità nell'autotrasporto: un aspetto direttamente connesso alle motorizzazioni innovative dei nuovi mezzi e fondamento per la diffusione dei nuovi combustibili bio. La sostenibilità passa, però, anche attraverso pneumatici dotati di battistrada che riducono i consumi, migliorando il rotolamento, e da rimorchi "intelligenti" che rendono più semplici le manovre, fino alle appendici mobili per migliorare l'aerodinamica del mezzo a seconda del carico trasportato e a sistemi elettronici che elaborano la rotta più rapida e conveniente. In questo senso, Transpotec si propone come una piattaforma "smart" che mette al centro prodotti in grado di incontrare le esigenze concrete dei clienti ad ogni livello.

Oltre la Manifestazione: Fiera Milano ha organizzato il 16 settembre 2016 il Forum Internazionale della Logistica e dell'Autotrasporto, in collaborazione con la rivista *Vie&Trasporti*. L'incontro, dal titolo "Siamo Sistema. Autotrasporti, interporti, logistica: verso una grande integrazione", ha proposto un confronto aperto tra aziende e istituzioni sulla grande sfida dell'integrazione, nell'ottica di una maggiore redditività di un settore che è sempre più strategico per il Sistema Paese. Il trasporto delle merci e la logistica di un grande Paese come l'Italia, proteso nel Mediterraneo, servono al meglio la sua economia e la sua società solo se operano come un sistema, garantendone la competitività. Tutte le componenti, mobili e infrastrutturali, di gestione delle informazioni e delle comunicazioni, devono essere integrate senza soluzione di continuità, per fornire il servizio di portare una merce nella maniera più economica, efficiente e veloce possibile.





In sole cinque edizioni, TUTTOFOOD è diventata la prima manifestazione italiana B2B del settore *food & beverage*. Nella sua strategia di sviluppo, Fiera Milano condivide l'obiettivo del Governo Italiano, contenuto nel Piano per la promozione straordinaria del Made in Italy del MISE, di valorizzare l'immagine dell'agroalimentare *Made in Italy* nel mondo, ampliando il numero delle imprese - in particolare le Pmi - che operano sul mercato globale.

Cadenza: Biennale - **Categoria Merceologica:** Alimentari, catering

	2015	2013
Mq	74.885	46.000
Espositori	1.345	845
Visitatori	78.493	56.133

La prossima edizione di TUTTOFOOD si terrà nel 2017, includendo le nuove manifestazioni satelliti Fruit & Veg Innovation e Spazio Nutrizione e si estenderà complessivamente su spazi espositivi prossimi a quelli occupati nel 2015. Nel corso del 2016 TUTTOFOOD ha lavorato per la valorizzazione del livello di internazionalizzazione della manifestazione con diverse azioni specifiche, quali la realizzazione di un progetto pluriennale di promozione negli USA del *food made in Italy* e l'inserimento di nuovi eventi e l'attivazione di collaborazioni per creare una sezione rappresentativa dei più importanti comparti merceologici agroalimentari. Vista l'importanza delle iniziative messe in campo per il mercato USA, Fiera Milano ha poi ritenuto necessario intensificarvi anche la promozione diretta di TUTTOFOOD, individuando un nuovo agente e richiedendo ed ottenendo la Certificazione Trade Fair Certification (TFC), diventando così l'unica manifestazione in Italia riconosciuta di livello internazionale per il comparto *food* dal dipartimento del commercio americano.

Fiera Milano, al di là dell'esperienza fieristica, nel 2017 supporterà i suoi clienti non solo migliorando il loro processo di internazionalizzazione, ma anche mettendo loro a disposizione spazi per sperimentare il dialogo con il consumatore finale e la *food business community*.

Oltre la Manifestazione: nei primi mesi del 2017 è stata ideata e lanciata MILANO FOOD CITY. Il progetto Week&Food porterà per la prima volta i professionisti fuori dai cancelli del Quartiere Fieristico e organizzerà eventi in città allargati ad un pubblico di appassionati *gourmand*, cittadini e turisti. Sette giorni di eccellenze dei territori, ma anche innovazione e nuovi *trend*, educazione alimentare e riscoperta della biodiversità, tra percorsi educativi e momenti conviviali. La città vedrà cibo e cultura della sana alimentazione protagonisti dal 4 all'11 maggio 2017, con "Milano Food City", al cui interno ci sarà la Week&Food, un bouquet di proposte a disposizione dell'espositore e degli operatori, che potranno utilizzare la manifestazione TUTTOFOOD al quartiere di Rho per gli eventi B2B con il *trade* e integrando l'offerta fieristica con i numerosi eventi complementari messi a loro disposizione in città.

Nel 2016 si è tenuta al MiCo la prima edizione di SPAZIO NUTRIZIONE, organizzato da Fiera Milano in collaborazione con Akesios. Rispetto alle precedenti edizioni sono aumentati di oltre il 50% raggiungendo quota 3.500 gli operatori (farmacisti, dietologi, biologi, nutrizionisti, pediatri) che hanno animato 24 sessioni per un totale di ben 238 relatori presenti e 30 società scientifiche coinvolte nelle 5 aree *Kids*, *Adult*, *Sport*, *Earth* e *Woman*, realizzate in collaborazione con Università di Milano - La Statale, 24 autorevoli patrocini medico-scientifici e 77 fra aziende e consorzi.



L'attività congressuale

Il 2016 è stato caratterizzato da una attività commerciale molto intensa, con una emissione quasi doppia di offerte rispetto all'anno precedente. Sicuramente, sia la riorganizzazione interna dell'Area Sales, che l'effetto Expo sulla città hanno contribuito fortemente a questo risultato. Tuttavia, pur essendo aumentato il numero di eventi ospitati presso il MiCo nell'anno rispetto al 2015, la combinazione di calendario ha fatto sì che la dimensione degli stessi generasse nell'esercizio in esame minori livelli di fatturato e di marginalità in termini assoluti.

Ciò a conferma del fatto che le maggiori efficienze – con particolare riferimento a MiCo – si ottengono non tanto sul numero di eventi ospitati, quanto piuttosto sulla loro qualità e dimensione.

Vista la natura essenzialmente “*destination based*” del *business* congressuale, Fiera Milano Congressi è impegnata nel massimizzare tutte le relazioni a livello cittadino (sia con gli altri operatori territoriali dell'accoglienza, sia con la municipalità) affinché possa essere composta una offerta capace di garantire una esperienza complessiva efficace e unica nei confronti dei clienti.

Di seguito i principali eventi internazionali ospitati nel 2016:

- ATTD 2016 - The 9th International Conference on Advanced Technologies & Treatments for Diabetes - svoltosi dal 3 al 6 febbraio e che ha visto la presenza di circa 2.000 delegati di cui 1.500 stranieri
- POWER-GEN International, il più grande evento internazionale sulla produzione energetica, svoltosi dal 21 al 23 giugno con oltre 14.000 partecipanti di cui 12.000 stranieri
- AIPPI 2016 il congresso annuale della Association Internationale pour la Protection de la Propriété Intellectuelle, svoltosi dal 14 al 21 settembre con 3.000 delegati di cui 2.500 stranieri
- ESICM 2016, il congresso annuale della European Society of Intensive Care Medicine, svoltosi dal 1 al 5 ottobre con oltre 6.000 partecipanti di cui oltre 5.500 stranieri

Segnaliamo poi in particolare EuroCities 2016, l'evento annuale che mette a confronto le 130 principali municipalità europee, svoltosi il 17 novembre scorso alla presenza di 700 delegati di cui oltre 600 stranieri e che è stato organizzato direttamente da Fiera Milano Congressi in stretta collaborazione con il Comune di Milano.

Sede	2016		2015		2014	
	n. eventi	partecipanti	n. eventi	partecipanti	n. eventi	partecipanti
MiCo – Milano Congressi	102	261.509	90	159.954	124	190.071
Stella Polare – Rho	18	40.550	40	39.350	31	101.450
Stresa Convention Centre	11	3.800	14	4.500	19	7.750
MoMec	31	870	18	414	19	456
TOTALE	162	306.729	162	454.218	193	299.727

Nota: in aggiunta a quanto esposto nella tabella, nel corso dell'esercizio 2015, Fiera Milano Congressi ha organizzato 400 eventi presso il Centro Congressi e Auditorium di Expo 2015 che hanno registrato la presenza di 250.000 partecipanti.

Con decine di gare internazionali aperte per eventi che avranno attuazione dal 2017 al 2024, MiCo conferma la propria reputazione quale uno dei centri congressuali più ambiti dai più grandi clienti internazionali, nonostante una concorrenza crescente in quantità e in innovazioni in termini di standard tecnologici, ambientali e di qualità della vita. L'impegno verso il monitoraggio e adeguamento costante degli spazi in gestione affinché possano risultare sempre competitivi sui mercati internazionali, si abbina a una valutazione delle misure per introdurre maggiore flessibilità oraria anche nei confronti del personale dipendente, così da

garantire una migliore gestione del proprio lavoro e consentendo contemporaneamente un miglioramento della vita personale dei singoli. Nel corso del 2016, Fiera Milano Congressi ha avviato il processo di accreditamento “*Healthy Venues*” per MiCo, promosso dalla *World Obesity Federation*. Il riconoscimento premia la capacità di modulare un'offerta complessiva volta a promuovere ad adottare uno stile di vita più salutare e attivo verso ospiti e dipendenti, sia a livello alimentare, sia per quanto concerne l'attività fisica.

pagina 66
L'attenzione verso i propri dipendenti



Il valore generato per i nostri clienti: il percorso in Fiera

Il viaggio in una manifestazione fieristica è un'esperienza unica. I tre attori coinvolti nel percorso, organizzatore, espositore e visitatore, raggiungono lo stesso luogo - il quartiere espositivo - attraverso diverse vie che, in alcuni casi, si intersecano e si congiungono.

Fiera Milano riconoscendo la centralità di questi attori, negli ultimi anni ha adottato un approccio evoluto con l'obiettivo di sviluppare un progetto di miglioramento della *Customer Experience* nella propria organizzazione che soddisfi i requisiti fondamentali del cliente: rispondere in modo sempre più efficace ed efficiente ai suoi bisogni-esigenze, rendere facile l'interazione con l'azienda, e rendere la stessa interazione piacevole.

A fine 2016 Fiera Milano ha avviato un processo per identificare il cliente come entità unica, a prescindere dalla tipologia di relazione con Fiera Milano (espositore, visitatore, allestitore, ecc.). Questo porterà alla costruzione di un *data base* unico ed alla definizione di chiara strategia di utilizzo dei dati. Obiettivo è ottimizzare la *Customer Experience* grazie alla determinazione di chiare regole di contatto e di non disturbo che rappresenteranno gli "ingredienti" di una *Omnichannel Contact Strategy* articolata e ben strutturata.

Dal momento in cui l'azienda decide di esporre in una manifestazione fieristica, la macchina organizzativa di Fiera Milano si mette in moto. In tutte le fasi del percorso, al cliente vengono proposti servizi innovativi che hanno la finalità di migliorare l'esperienza dell'evento.

La Fiera digitale

La presentazione del prodotto innovativo che avviene in fiera, al giorno d'oggi, deve per forza avvalersi di un mezzo di comunicazione efficace come la piattaforma on line. Dal 2016 Fiera Milano ha implementato gli strumenti di business digitali al fine di garantire una più fruttuosa visita degli operatori professionali e una più efficace vetrina per i nostri espositori.

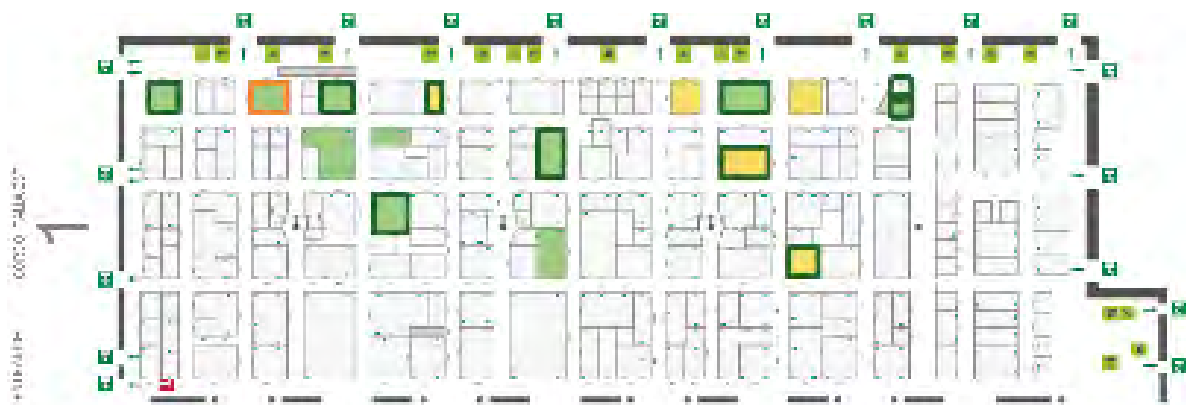
Nel corso del 2016 è stata potenziata la copertura del *wifi* con il supporto del nuovo *partner* tecnologico TIM che avrà anche uno *showroom* all'interno del quartiere. A testimonianza della stretta collaborazione con TIM, Fiera Milano da gennaio 2017 ha rinominato le porte Sud ed Ovest del quartiere fieramilano in Porta Ovest TIM e Porta Sud TIM.



L'assegnazione degli spazi

Per facilitare il lavoro di messa in pianta e assegnazione degli espositori, il Gruppo Fiera Milano ha sviluppato

una piattaforma per l'organizzatore in grado di assegnare in tempo reale lo *stand* all'espositore e migliorare l'efficienza di erogazione dei servizi da parte del Gruppo Fiera Milano.



Smart services

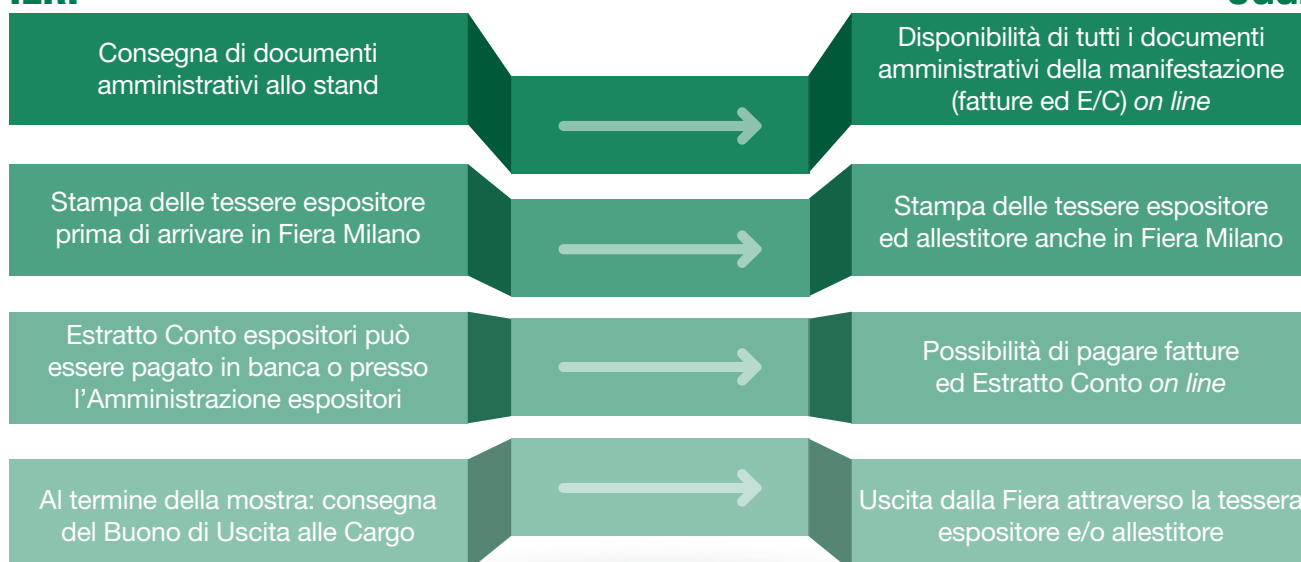
Per ottimizzare i processi e migliorare la permanenza di visitatori ed espositori presso i quartieri fieristici, il Gruppo Fiera Milano, nel corso del 2016, ha portato a

compimento il progetto "Easy Service" con l'installazione di diversi totem interattivi nel quartiere espositivo di Rho. Conclusasi la fase di test nel 2015, oggi i totem consentono ad ogni espositore l'accesso all'area riservata E-Service e poter effettuare tutte le operazioni funzionali alla permanenza presso il quartiere.

UPGRADE EASY SERVICE

IERI

OGGI



Riduzione delle stampe grazie a Easy Service

	2017	2016
Riduzione pagine stampate (rispetto al 2015)	-52.000 (stima)	-21.800



Anche nel corso del 2016 è proseguita l'attività di *delivery* elettronica delle fatture che 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

	2016	2015	2014
Riduzione percentuale del numero di stampe (rispetto al 2013)	-85%	-72%	-57%
Riduzione percentuale dei costi per stampe e spedizione (rispetto al 2013)	-78%	-53%	-53%

E-Service

Dal 2012, il Gruppo Fiera Milano gestisce per espositori e visitatori il *Call Center*, le *e-mail* 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*.

Chiamate *inbound*

	2016	2015	2014
Risposte	42.802	78.984	40.505
% di rinuncia	4%	18%	6%

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

	2016	2015	2014
Mail espositori	7.345	23.126	11.648
Mail visitatori	3.342	11.762	15.341





La promozione della manifestazione

Gli espositori si avvicinano al mondo fieristico attraverso molti strumenti, uno di questi è la risposta a bandi pubblici, spesso promossi da Fiera Milano, che in taluni casi prevedono la partecipazione a manifestazioni fieristiche quali piattaforme per l'avvio di un processo di internazionalizzazione. In tal senso le manifestazioni professionali Homi, Tuttofood e Sicurezza hanno beneficiato di bandi delle Regioni Emilia Romagna e Toscana (bando europeo POR-FESR) con la finalità di aumentare la leva commerciale ed avere uno strumento in più da utilizzare per conseguire nuove iscrizioni di espositori provenienti dalle Regioni coinvolte.

La partecipazione ai bandi del 2016

Bando	Manifestazione coinvolta	Finalità
Le fiere per la competitività e lo sviluppo del tessuto imprenditoriale lombardo	Sposaitalia 2016	Attività <i>incoming Buyer</i>
Tender COSME	Host 2017	Attività <i>matching</i> B2B con 200 aziende tra EU e extra EU per aumentarne le opportunità a livello internazionale
Bando di Regione Lombardia per la promozione del Sistema Fieristico	Tempo di Libri 2017	Supporto per promozione della <i>start up</i> fieristica
Progetto Design Competition	Homi 2017	Sostenere la produzione di prototipi derivanti da nuove idee di giovani <i>designer</i> emergenti (<i>Under 35 anni</i>) per 40 aziende
Bandi di Regioni Emilia Romagna e Toscana (POR-FESR di derivazione Europea)	Homi 2016, Tuttofood 2017, Sicurezza 2017	Aumentare le opportunità di <i>business</i> con operatori internazionali per regioni partecipanti
Bando Regione Lombardia/ Unioncamere Lombardia	Tuttofood 2017	Partecipazione in collettiva di 60 aziende lombarde

L'internazionalizzazione della manifestazione

Per quanto riguarda le manifestazioni direttamente organizzate, il Gruppo Fiera Milano si avvale di venditori suddivisi per area geografica e per settore, al fine di 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. Attraverso l'*International Network* gli *Exhibition Director* vengono supportati dalla rete di agenti suddivisi per mercato e settore di riferimento e dall'attività di promozione all'estero per le manifestazioni che organizzano.



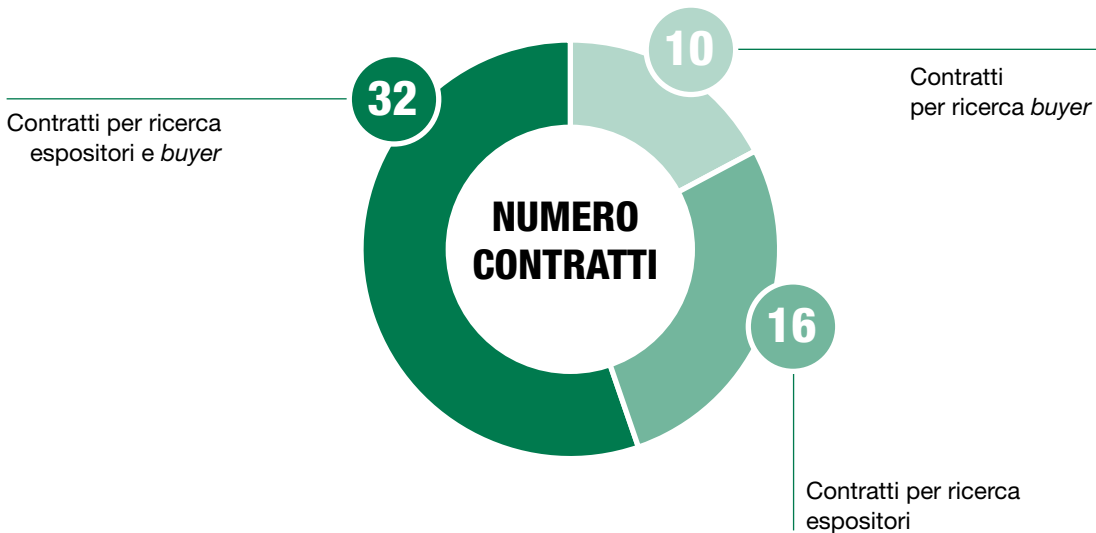
L'International Network di Fiera Milano - le aree coperte



1 Ufficio diretto
58 Agenti
presenti in **42** paesi,
che coprono
più di **80** territori



L'International Network di Fiera Milano - come funziona



Nel corso del 2016 il Gruppo Fiera Milano ha siglato 12 nuovi contratti per la ricerca di *buyer* ed espositori prevalentemente con agenzie di comunicazione specializzate nel mondo fieristico e camere di commercio italiane all'estero.

Tali contratti si aggiungono a quelli già in essere e all'accordo quadro di *partnership* con ICE - Agenzia per la Promozione all'Estero e l'Internazionalizzazione delle imprese italiane, siglato nel 2015 e della durata di due anni.



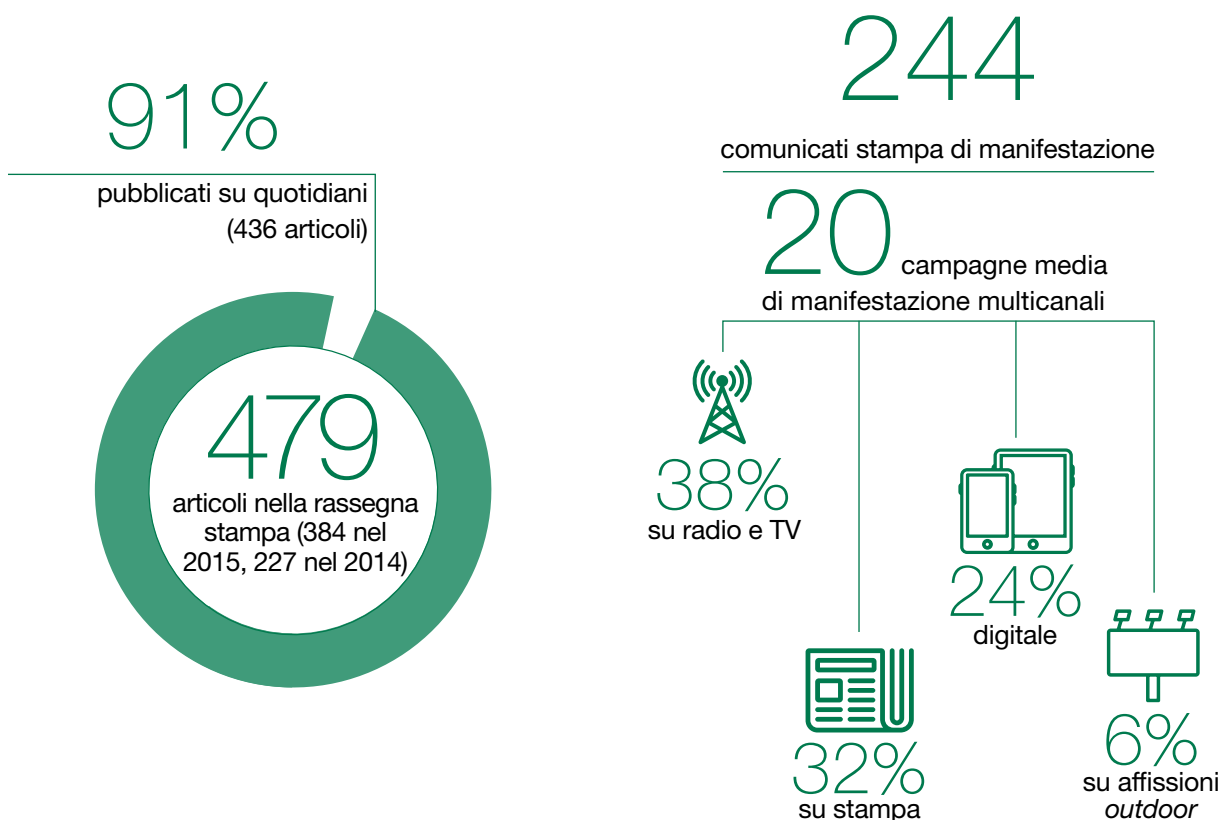
La comunicazione delle manifestazioni

La presenza di un'azienda alla manifestazione fieristica diventa per Fiera Milano motivo di orgoglio e segnale di fiducia nei suoi confronti. Da questo punto inizia la marcia di avvicinamento alla manifestazione fieristica. Da sempre l'evento fieristico non può e non deve esaurirsi nei giorni di fiera. Una mostra professionale deve vivere 365 giorni l'anno. Questo è quello che pensa Fiera Milano; ecco perché durante i giorni e i mesi che segnano il cammino verso l'evento Fiera Milano mette in campo una fitta rete di comunicazione, promozione e marketing dello stesso che ha l'obiettivo di far conoscere l'evento agli stakeholder e mantenere alto il loro interesse.

I servizi di comunicazione per le manifestazioni direttamente organizzate 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, il Gruppo Fiera Milano ne sostiene la comunicazione

attraverso le attività di Ufficio Stampa e, in alcuni casi, la pianificazione pubblicitaria. 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 (comprensiva della parte di gestione amministrativa e del traffico degli impianti pubblicitari), gestione rapporti con giornalisti di *media trade* Italia ed Estero, accordi di *media partnership* e attività di produzione dei contenuti pubblicitari per radio e televisione.

L'attività della Direzione Comunicazione nel 2016





L'attività promozionale promossa dalla Direzione procede di pari passo con quella istituzionale, in una commistione di canali di comunicazione, tra

i quali ricordiamo i siti web istituzionali del Gruppo Fiera Milano (fieramilano.it e fieramilanonews.it) e gli *account social* Twitter e Facebook.

La comunicazione istituzionale del Gruppo Fiera Milano nel 2016

Fieramilano.it

Visitatori*: **697.040**

Media pagine
per visitatori*: **2,61**



3.279 follower
acquisiti nell'anno

FieraMilanonews.it

Visitatori*: **29.386**

Media pagine
per visitatori*: **1,91**



1.945 fan
acquisiti nell'anno



(*) si tratta di visitatori unici: ossia il numero di persone singole che hanno visitato il sito nel 2016

Con specifico riferimento alle manifestazioni *business to consumers* (B2C) nel 2016 è stata avviata una collaborazione con la Regione Lombardia per promuovere le aziende presenti sul territorio lombardo e i benefici dell'attività fieristica sul territorio, attraverso la diffusione di contenuti dedicati sui rispettivi canali di comunicazione.

Nel dettaglio, il brand #inLombardia è stato promosso da Fiera Milano, attraverso:

- 📌 *twitter*: pubblicati 155 *tweet* che hanno generato 1314 *rtw*/2143 *like*/306.499 visualizzazioni
- 📌 *facebook*: pubblicati 9 post che hanno generato 25 *like* /24.047 visualizzazioni

Nel corso del 2016, il Gruppo Fiera Milano ha indetto il premio "YouImpresa" dedicato ai migliori video d'impresa realizzati dagli espositori e pubblicati sul canale istituzionale YouImpresa, con l'obiettivo di valorizzare il video come nuovo elemento di comunicazione aziendale e promuovere l'impiego, tra le piccole e medie imprese, delle moderne tecnologie 2.0. Il vincitore del premio "Miglior Video Espositore Fiera Milano" per il 2016 è stato MAN Truck & Bus Italia, che ha raccontato il valore della tradizione e l'impegno all'innovazione dell'azienda.

I servizi di comunicazione, organizzati e gestiti dal Gruppo, si avvalgono inoltre del supporto specializzato di Fiera Milano Media, attiva nel settore della comunicazione B2B e specializzata nell'editoria periodica professionale, nell'offerta di affissioni *outdoor* nei Quartieri Fieristici, nella formazione manageriale e nei servizi di *marketing* digitale.

Tra le attività che sviluppa, sia per clienti del mondo fieristico, sia per aziende private, ci sono:

- 📌 creazione di *newsletter* ed contenuti 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

La produzione contenutistica di Fiera Milano Media nel corso del 2016 è aumentata, ma la costante dematerializzazione del portafoglio fisico, ha portato ad un progressivo spostamento verso contenitori digitali, pur nella salvaguardia della qualità e della visibilità del portafoglio complessivo.



La produzione di Fiera Milano Media in sintesi

- 10 periodici di settore
- 10 portali editoriali
- 16 *newsletter* con cadenza settimanale o quindicinale

- 52 account/profili pubblici gestiti direttamente dalle redazioni di Fiera Milano Media sui principali *social network*

	2016	2015	2014
Periodici	10	13	13
Copie diffuse	680.000	700.000	750.000
Portali editoriali	10	12	9
Utenti unici	2.240.000	1.780.000	1.865.000
Seminari	110	121	127
Webinars	13	-	-
Conferenze annuali	9	13	20
Mostre convegno	3	6	5
Partecipanti	6.220	6.846	7.478

Per migliorare il posizionamento del proprio *brand* e dei relativi prodotti sul web e ricevere contatti profilati prima, durante e dopo l'evento, il Gruppo Fiera Milano ha inoltre attivato nel corso del 2016 *Smart Catalog*, un'evoluzione del catalogo *online* degli espositori, arricchito di contenuti costantemente aggiornati dal web 2.0, quali 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 e grazie al modulo di contatto diretto appositamente sviluppato, il contatto con le aziende diventa più mirato ed efficace. Inoltre, 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, invece, *Smart Catalog* consente di approfondire i contatti raccolti e di iscriversi alla *Business Community* per restare sempre aggiornati sulle novità.

Gli strumenti per agevolare gli incontri e favorire il *business*

Il sistema fieristico è chiamato a un salto di qualità se vuole giocare un ruolo concreto per lo sviluppo dei propri clienti. Gli organizzatori dovranno necessariamente essere visti come dei veri e propri partner per le imprese, rafforzando la loro mission di volano per l'industria e acceleratore del business. Il successo di una fiera si basa sempre più sul saper generare innovazione e sulla capacità di creare, gestire, sviluppare nuove occasioni e contatti qualificati e profilati.

Fiera Milano, consapevole del proprio ruolo a sostegno delle imprese, si è attivamente impegnata nel 2016 per poter offrire nuovi strumenti evoluti e innovativi per l'arricchimento dei propri servizi al cliente.

Sviluppata da un *team* di lavoro specializzato di Fiera Milano sulla base delle reali esigenze degli espositori, *buyer* e agenti, *MyMatching* è la nuova piattaforma per intercettare, promuovere, predisporre e favorire le

occasioni di incontro tra espositori e visitatori durante le manifestazioni fieristiche, partendo da un'accurata analisi delle esigenze dei *buyer* e degli espositori vengono fissati appuntamenti mirati, con l'obiettivo di incrementare le occasioni di *business* durante le manifestazioni. Gli espositori beneficeranno di un *matching* più fine e personalizzato, una gestione agile dell'agenda, un *networking* agevolato (pre-durante-post manifestazione) e valutazione degli incontri effettuati.



La piattaforma, che sarà implementata nel corso del 2017 e sostituirà l'Expo *Matching Program* (EMP) del 2015, consentirà non solo di contribuire alla conoscenza del cliente, valorizzare il capitale relazionale di Fiera Milano e potenziare le capacità di *networking* e *business*, ma anche di ottimizzare la governance di processo e offrire servizi sempre più mirati e qualificati basati sui risultati dell'esperienze raccolte.

Grazie a questo strumento Fiera Milano si propone come promotore di un nuovo modello fieristico in grado di interpretare nel medio lungo periodo "verso dove" vanno i mercati e offrire servizi sempre più mirati e qualificati.

Allestire uno stand fieristico significa mettere in cornice prodotti e servizi, affinché l'attenzione sia posta su di essi senza essere trascurati in favore di tutto ciò che viene contemporaneamente mostrato da altri. Il successo della partecipazione di un'azienda ad una fiera nasce da qui.

📍 Gli allestimenti e altri servizi

Il Gruppo Fiera Milano attraverso la controllata Nolostand offre, oltre ai tradizionali servizi di allestimento:

- 📍 progettazione: servizi di supporto realizzativo e tecnico attraverso il proprio laboratorio di ricerca e sviluppo tecnologico
- 📍 tecnologie: progettazione e realizzazione di impianti illuminotecnici per interni ed esterni impiegando le tecnologie più avanzate in campo audio-video
- 📍 arredi
- 📍 strutture aeree e appendimenti: noleggio di strutture per la realizzazione di impianti audio, illuminotecnici, e/o a sospensione di elementi di grafica incluso il finissaggio in sicurezza delle strutture alla volta dei padiglioni espositivi

- 📍 segnaletica: realizzazione di sistemi di grafica applicata per ogni tipologia di segnalazione delle manifestazioni, tramite elementi indicativi generali, esterni ed interni, portali, totem, ecc., che rispondono alle esigenze di promozione, comunicazione e informazione direzionale
- 📍 strutture esterne: realizzazione di strutture e padiglioni esterni, modulabili e seconda delle singole esigenze spaziali e funzionali

Specializzata nei grandi allestimenti unificati per enti fieristici e nei servizi globali collegati, negli anni recenti il Nolostand ha esteso il proprio ambito di attività agli allestimenti personalizzati e agli eventi, che cura dal concept alla realizzazione finale.

Il fatturato di Nolostand per tipologia di business

	2016	2015	2014
Business fieristico	80%	77%	88%
Business congressuale	4%	3%	4%
Business eventi e manifestazioni fuori quartiere	12%	5%	7%
Business Expo 2015	4%	15%	1%

Per una migliore efficienza logistica e di gestione del materiale per gli allestimenti, nel corso del 2016 sono iniziate le valutazioni, di concerto con Fondazione Fiera Milano, per la realizzazione di un nuovo magazzino per lo stoccaggio del materiale di Nolostand e conseguente dismissione dell'attuale magazzino di Vittuone, a partire dal 2018.

Per quanto concerne la permanenza degli Espositori presso i Quartieri Fieristici, il Gruppo Fiera Milano offre oltre alla fornitura di allestimenti, i servizi di allacciamenti e utenze, servizi logistici, impianti tecnologici e di sorveglianza, spazi (*show room*), *marketing* e *sponsorship*. 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 quartiere espositivi, la vigilanza e i servizi di accoglienza, nonché servizi di logistica e ausiliari quali spedizioniere, trasporti interni e circolazione intorno al sito espositivo.



La sicurezza di mostra

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:

- predisposizione di un documento denominato PASSA (Piano di attività per la Sicurezza, la Salute e l'Ambiente) che contiene il programma delle misure ritenute opportune per garantire il miglioramento nel tempo dei livelli di sicurezza relativo alle azioni che si intende eseguire. La definizione dei risultati da raggiungere e delle azioni necessarie al loro raggiungimento, è ottenuta mediante la considerazione congiunta delle disponibilità di risorse umane e finanziarie dei vari uffici coinvolti, nonché tenendo in considerazione quanto già in fase di predisposizione presso ciascun ufficio
- 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 oltre 20.000 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 3.500 apparecchiature e 17.000 componenti. La struttura tecnica 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
- presidio da parte di tecnici qualificati presso i padiglioni durante il montaggio, la mostra e lo smontaggio per la verifica del rispetto delle disposizioni di legge in materia di salute e sicurezza riportate sul Regolamento Tecnico, ed emissione di "verbali" per ogni intervento, trasmessi agli uffici di Fiera Milano per gli interventi di competenza. Nel corso del 2017 questa attività verrà informatizzata attraverso l'introduzione di *tablet* per effettuare i controlli e la trasmissione delle segnalazioni, in modo tale da poter modificare e condividere in tempo reale le non conformità rilevate

Per aumentare il presidio sulla sicurezza di espositori e visitatori, tra i servizi offerti dal Gruppo Fiera Milano rientra l'opportunità di sottoscrivere da parte dell'organizzatore una polizza assicurativa.

I sinistri coperti da polizza negli anni

TIPOLOGIA DI POLIZZA	SINISTRI 2016	SINISTRI 2015	SINISTRI 2014
Espositori (furti, danni, All Risks)	381	502	403
Borseggi	81	44	21
Totale	462	546	424
Tempo medio liquidazione gg.	75	75	76



L'accessibilità

Il Gruppo Fiera Milano, attraverso la propria centrale di controllo e coordinamento del traffico, gestita dalla Direzione Operation e Servizi, e grazie a 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 in avvicinamento

e in prossimità dei Quartieri Fieristici nelle diverse fasi dell'evento. Il Gruppo Fiera Milano attraverso il servizio *Info Mobility* fornisce informazioni sulla mobilità in tempo reale relative alle principali modalità di trasporto per raggiungere i Quartieri Fieristici (mezzo privato, parcheggi, aeroporti, metropolitane, ferrovie, collegamenti aeroportuali), oltre ai servizi taxi, noleggio con conducente e *car sharing*.

Le vie di accesso al quartiere fieramilano



Le vie di accesso al MiCo e al quartiere fieramilano city





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.

Per quanto concerne le persone con disabilità o a mobilità ridotta, da fine 2012, il Gruppo Fiera Milano, attraverso la Direzione Operation e Servizi di Fiera Milano, ha avviato il progetto Fieraccessibile per ottimizzare e rendere più sicuri gli spostamenti all'interno dei Quartieri Espositivi, in aggiunta a quanto già previsto dalle disposizioni normative vigenti in merito all'abbattimento delle barriere architettoniche. 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, come ad esempio la presenza





di mezzi di trasporto pubblico di facile accessibilità, l'installazione di mappe tattili e percorsi *loges* per ipo e non vedenti, la disponibilità di ausili per la mobilità in Fiera e l'elaborazione di documenti con informazioni dedicate in base alla disabilità.

Dal 2012 ad oggi sono state rilasciate oltre 550 tessere Fieraccessibile, con una media annuale degli accessi ai parcheggi a favore di persone con disabilità registrati presso i *Desk Fieraccessibile* pari a circa 1.300.

Nel secondo semestre 2016 è stato, inoltre, introdotto in forma sperimentale il *Social Mobility*, un servizio di mobilità, via scooter elettrici o carrozzine manuali, dedicato esclusivamente a persone (visitatori e espositori) disabili o a mobilità ridotta, fruibile nei giorni di svolgimento delle manifestazioni nel quartiere **fieramilano** attraverso una prenotazione online o in sito presso i punti dedicati a Porta Est e Porta Sud.

L'esito molto positivo della sperimentazione, sia in termini di utilizzi che di gradimento del servizio, con quasi 450 servizi resi in quattro mesi di sperimentazione, ha portato a confermare l'iniziativa *Social Mobility* anche per il 2017.

Numero di espositori e visitatori che hanno utilizzato i servizi Fieraccessibile

	2016	2015	2014
Annulli parcheggi disabili 	1.330	1.219	985
Noleggi carrozzine manuali 	286	195	327
Noleggi <i>mobility scooter</i> 	300	-	-
Numero tessere emesse 	128	187	136

Nota: il numero di noleggio *mobility scooter* per il 2014 e 2015 non è disponibile poiché il servizio è stato avviato a settembre 2016, per tanto, anche i dati del 2016 sono parziali (settembre-dicembre 2016).

Nel 2016, inoltre, è stata realizzata una piattaforma informatica che consente la raccolta digitale della documentazione presentata per fruire della sosta

gratuita offerta ai disabili mediante l'utilizzo di *tablet* presso i *Desk Fieraccessibile*.



Verso la Fiera

La vera esperienza però si vive in fiera. È qui, sotto le luci dei padiglioni, dove l'espositore, grazie all'intermediazione dell'organizzatore, incontra il visitatore. È qui dove avviene lo scambio di idee, di informazioni e dove si svolge la comunicazione di prodotto. In questo luogo Fiera Milano si trasforma in attore principale. Il quartiere espositivo è infatti in grado di accogliere i suoi ospiti (organizzatori, espositori e visitatori) con un servizio a cinque stelle che varia dall'accoglienza, alla logistica, passando attraverso il servizio offerto da MiCo dmc, un partner esperto della destinazione Milano in grado di offrire servizi di alta qualità, esperienze uniche, formule innovative e prodotti esclusivi nel campo dell'accomodation, intrattenimento, servizi logistici, programma sociale e assistenza.

La pianificazione del viaggio e del soggiorno

Nata nel 2015, MiCo dmc ha continuato nel 2016 a offrire servizi turistici su Milano e di biglietteria al mondo del turismo *business*, così da risolvere tutti gli aspetti legati alla trasferta del cliente attraverso un unico interlocutore e garantendo un'offerta complessiva della destinazione Milano, grazie alla profonda conoscenza del territorio.

Questa profonda attenzione al territorio ed alla sua offerta nell'ambito dell'ospitalità rappresenta un valore aggiunto che il Gruppo Fiera Milano mette a disposizione dei propri clienti e di tutto il sistema di operatori locali, dotando la città di Milano di una struttura che le permetta di competere con le grandi città a livello internazionale.

Il *format* Eventing Milan, invece, ideato e realizzato da Fiera Milano Congressi in collaborazione con le strutture alberghiere dotate di sale meeting, 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.

L'accoglienza

Per il Gruppo Fiera Milano, l'accoglienza è uno degli aspetti di maggiore importanza per rendere la manifestazione un luogo piacevole.

L'elevato numero di espositori e visitatori provenienti dal mondo del *business* internazionale rende di particolare importanza la definizione di un servizio di accoglienza legato agli aeroporti. Fiera Milano, in collaborazione con la società di gestione degli aeroporti di Milano Linate e Milano Malpensa, ha realizzato un nuovo progetto puntando su una maggiore qualità di immagine. Tale progetto ha consentito la realizzazione nelle aree arrivi di un elemento architettonico ben visibile, ma dalle forme semplici e riconoscibili, che ospita un *desk* di accoglienza, con personale dedicato all'assistenza dei viaggiatori diretti in Fiera, e uno schermo digitale ad alta luminosità che, attraverso un circuito *DIGITAL SIGNAGE*, promuove le iniziative di Fiera Milano e delle manifestazioni.

Nel corso del 2016, è stato siglato un accordo con SEA Aeroporti che consente ai *Top Client*, con il pagamento di una tariffa agevolata, di accedere al Servizio Via Milano *FastTrack*, superare più velocemente ai controlli di sicurezza e raggiungere l'area imbarchi di Milano Linate e Malpensa attraverso un percorso dedicato.

In quest'ambito è inoltre previsto la realizzazione entro il 2017 di un eliporto, in collaborazione con Fondazione Fiera Milano, per collegare il quartiere a Linate e Malpensa in sostituzione dell'attuale elisuperficie occasionale.

Da aprile 2016, attraverso un accordo con Italo, è stato potenziato il servizio ferroviario ad alta velocità già attivo con Frecciarossa, consentendo al viaggiatore di poter scegliere tra almeno otto fermate al giorno per raggiungere il quartiere. Sono state 19



le manifestazioni per cui è stata prevista la fermata dell'alta velocità nel corso del 2016. Inoltre, all'interno del Quartiere Fieristico è stato istituito uno showroom dedicato al nuovo portale "Italo Impresa" per aziende e possessori di partita Iva che consente di ottenere tariffe agevolate sui viaggi, nonché accedere ad altri servizi dedicati.

Per aumentare il controllo e velocizzare l'accesso ai quartieri, il Gruppo Fiera Milano anche nel 2016 ha promosso progetti di ammodernamento delle attrezzature di reception e controllo accessi, nonché progetti volti ad aumentare la possibilità di acquistare il biglietto su una piattaforma web e incentivare la "smaterializzazione" dei titoli di accesso attraverso la lettura di QR-code agli ingressi di manifestazione.

Inoltre, per rispondere al meglio alle esigenze dei clienti, il Gruppo Fiera Milano offre la possibilità di acquisto di pacchetti di accesso all'esposizione diversificati per categorie di clienti e adotta misure di riduzioni sui listini per gli eventi di interesse sociale o per specifiche categorie di clienti, quali ad esempio le *start up*.

Nel corso del 2016 sono stati attuati diversi interventi nell'ottica di rinnovamento del proprio nome e della propria immagine, attraverso una serie di iniziative atte principalmente a migliorare l'accoglienza e la qualità percepita, intervenendo su elementi che necessitano di innovazione estetica e funzionale presso **fieramilano**.

Presso il Centro Servizi è stata realizzata un'area fumatori, sono stati introdotti elementi luminosi in corrispondenza dell'accesso principale ad ognuna delle torri uffici e sono state posizionate grafiche di segnalazione nei colori di pertinenza delle torri stesse. Inoltre, l'atrio della torre blu è stato arricchito con un pannello raffigurante immagini storiche di Fiera Milano.

Da settembre 2016, visitatori, buyer e tutti gli operatori che frequentano le manifestazioni, hanno la possibilità di accedere alla *Vip Lounge* di Fiera Milano, uno spazio ad uso esclusivo, tranquillo ed accogliente in cui trovare servizi e informazioni, un salotto in cui incontrare i propri clienti, fuori dal circuito espositivo, in un ambiente più appartato o più semplicemente un luogo per un momento di *relax* durante la giornata in fiera.

La *Vip Lounge* è dotata di rete Wi-Fi, di area lettura con giornali e riviste a disposizione, di un servizio

bar e ristorazione a buffet gratuiti e attivi durante tutta la giornata e di personale a disposizione per prenotazioni in convenzione con ristoranti, hotel, autonoleggi e altri servizi.

Infine, a dicembre 2016 è stato attuato un *restyle* della *reception* degli uffici di Fiera Milano, punto di riferimento fondamentale per il cliente, al fine di veicolare una nuova immagine in linea con i valori e l'identità della società e ridefinire gli spazi al fine di valorizzarne le attività svolte.

Il Gruppo Fiera Milano ha inoltre identificato nuove aree di intervento per il 2017, relativi alla realizzazione di:

- Fiera Milano *Lounge* su Corso Italia, l'asse principale del quartiere **fieramilano**
- Aree fumatori presso le reception di manifestazione;
- Miglioramento del camminamento verso l'ascensore panoramico al Centro Servizi
- Aree *relax* e riqualificazione delle aree verdi su Corso Italia e nei pressi del Centro Servizi

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 2016 – 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.



Nel corso del 2016, inoltre, il Gruppo Fiera Milano ha rafforzato la sua collaborazione con l'associazione non profit Banco Alimentare. Per garantire una gestione responsabile del servizio di ristorazione ed evitare sprechi, il Gruppo Fiera Milano ha continuato a organizzare il ritiro di derrate alimentari non utilizzate in occasione di alcuni eventi e a concedere in uso, per un periodo di tempo di circa due mesi all'anno, 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 colletta alimentare. Oltre allo spazio sono stati anche forniti servizi correlati quali la messa a disposizione di mezzi d'opera per la movimentazione e la gestione degli accessi e dell'impianto di illuminazione.

Attraverso il proprio fornitore di *catering*, MiCo ha proseguito il progetto "Siticibo", in collaborazione con la Fondazione Banco Alimentare per la distribuzione gratuita dei pasti non consumati durante gli eventi a favore di associazioni caritatevoli presenti sul territorio. A questo proposito, sono in fase di valutazione forme di promozione, nei confronti degli organizzatori, alla scelta di pasti che abbiano le caratteristiche più idonee per essere conservati e redistribuiti in conformità alle normative sanitarie vigenti.

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 2016 sono state effettuate 199 visite ispettive e 46 controlli di tipo merceologico su singoli prodotti. Dal 2016, oltre ai già citati controlli igienico sanitari, sono stati 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.

Nel corso dell'esercizio 2016 è infine stato avviato un processo per il rinnovo dei locali dedicati alla ristorazione per offrire standard qualitativi più elevati. Al 31 dicembre 2016 sono stati rinnovati 19 locali con l'obiettivo di continuare il processo negli anni successivi al fine di arrivare ad un completo rinnovo dell'offerta.

Per aumentare la qualità e la differenziazione dell'offerta della ristorazione sono inoltre state siglate nel 2016 *sponsorship* con primari operatori italiani, quali Heineken (Birra Moretti), Gruppo Sanpellegrino, Pepsi e Sannontana Italia.





La misurazione della soddisfazione dell'evento

Fiera Milano confida sempre nella buona riuscita dei suoi eventi e, al fine di potersi sempre migliorare nella qualità del servizio, fin dalla conclusione dell'evento inizia le attività per l'edizione successiva. E questo deve inevitabilmente passare attraverso un sistema articolato di customer survey.

I risultati di *customer survey* per le principali manifestazioni direttamente organizzate del 2016

Homi: il percorso di sviluppo intrapreso da Homi continua con successo. L'attività di riposizionamento è stata giudicata positivamente sia dagli espositori che dai visitatori che hanno espresso livelli di soddisfazione crescenti in tutti gli aspetti che sono stati valutati nella *customer survey* specifica comparati con i risultati delle edizioni precedenti. Nella progettazione dell'edizione 2017 di Homi, per andare incontro alle esigenze degli espositori, considerata la contemporaneità di una manifestazione *competitor*, è stata concessa una preapertura ai settori Festivity e Gift, permettendo così ai *top buyer* internazionali del segmento la visita ad entrambe le fiere.

Miart: quasi l'87% dei visitatori esprime un giudizio positivo di soddisfazione complessiva, il 54% ritiene la manifestazione in crescita grazie al nuovo *concept* di manifestazione; inoltre il 92% degli stessi consiglierebbe la visita a Miart. Oltre il 79% degli espositori esprime un giudizio positivo di soddisfazione complessiva, l'86% giudica positiva l'affluenza quantitativa dei visitatori; il 73% degli stessi considera buona la qualità dei visitatori incontrati. Tutti gli indici risultano in crescita.

Sposaitalia: il buon livello di questa manifestazione è stato confermato dai risultati della *customer survey*: il 93% degli espositori la considera importante per il proprio *business* e il 94% ha definito positiva la qualità dei visitatori. Anche i *buyer* per il 97% hanno manifestato soddisfazione e il 95% ha dichiarato che consiglierebbero la partecipazione ad un collega.

L'attività di supporto agli organizzatori terzi ha evidenziato un buon livello di soddisfazione per tutti i servizi offerti sia in fase di preparazione che di esecuzione mostra. In particolare è stata rilevata la capacità e la flessibilità di Fiera Milano di adattarsi

alle esigenze delle manifestazioni ospitate per raggiungere gli obiettivi desiderati. Questo aspetto rappresenta un segnale concreto dell'impegno di Fiera Milano per il rafforzamento del suo ruolo di vero *partner* per i propri clienti.

Le ricerche di Fondazione Fiera Milano

Dal 2002 il Servizio Studi e Sviluppo di Fondazione Fiera Milano conduce annualmente sondaggi sulla struttura, la strategia e il *sentiment* degli espositori delle principali manifestazioni ospitate nei Quartieri di Fiera Milano nei settori più rappresentativi del tessuto industriale italiano: arredamento, meccanica strumentale, moda, alimentare, per un totale di 4.000 interviste all'anno.



La ricerca del Servizio Studi e Sviluppo di Fondazione Fiera Milano del 2016 ha evidenziato che circa il 76% degli espositori italiani intervistati nel 2016 ha dichiarato di aver introdotto innovazioni nella propria azienda a seguito della partecipazione a una manifestazione presso i quartieri di Fiera Milano (nel 2015 erano circa 65%). 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.

Innovazione introdotta dagli espositori a seguito della partecipazione ad una fiera di Fiera Milano

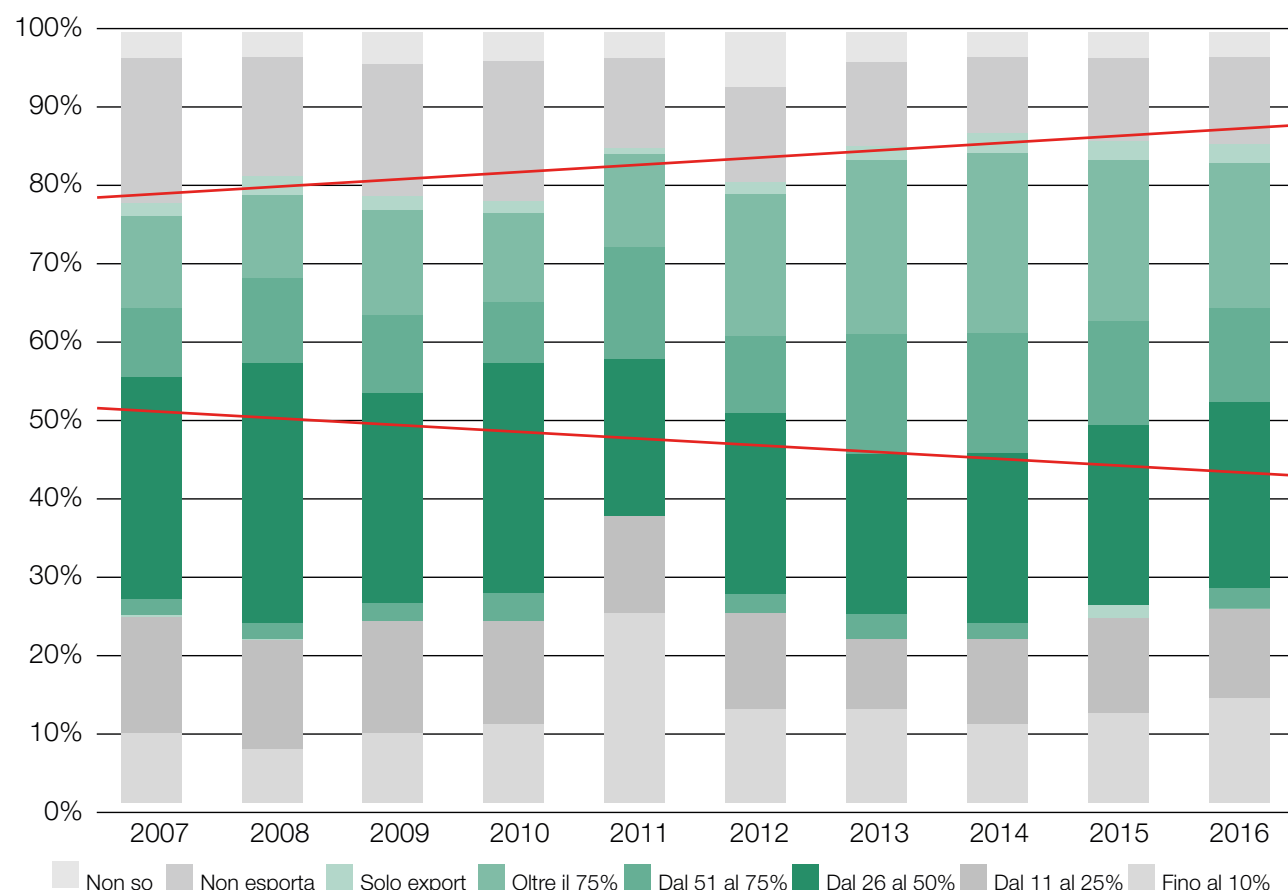


Fonte: Servizio Studi e Sviluppo Fondazione Fiera Milano, 2016

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, 2016

La quota di espositori italiani che realizza oltre il 50% di fatturato all'estero, passa, dal 30% del periodo pre-crisi, al 41% del 2016, con una leggera flessione

rispetto al 2015, dimostrando comunque un'ottima reazione alla situazione internazionale e una forte volontà di presidiare i mercati internazionali.

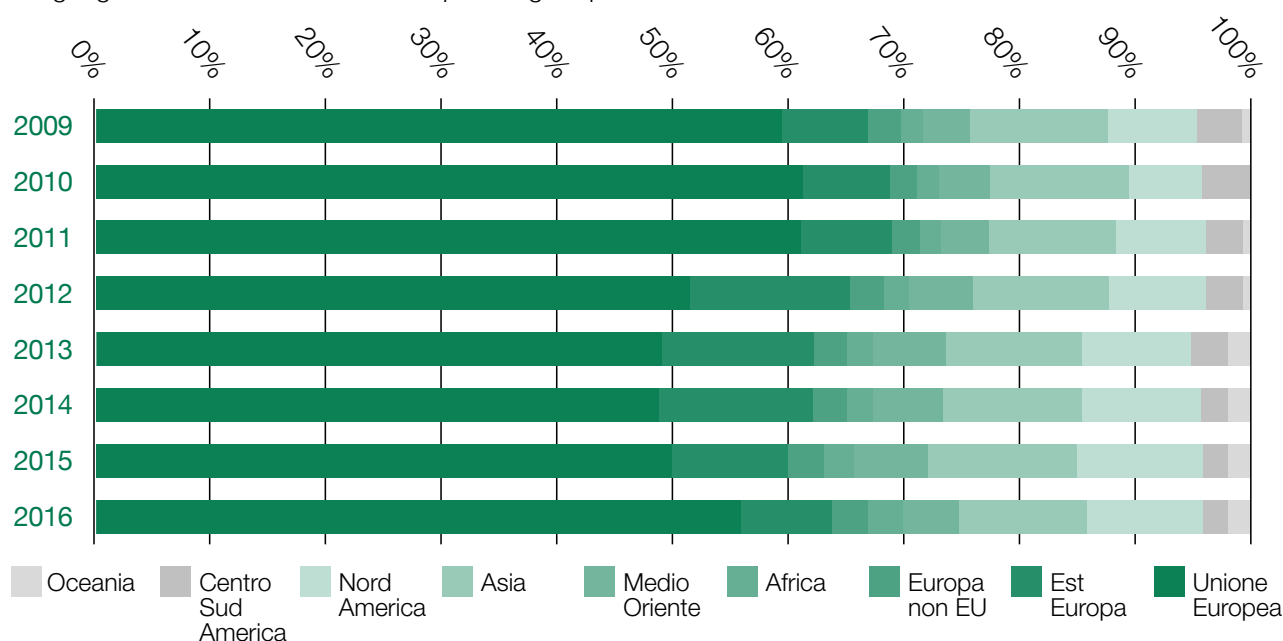


A livello nazionale, le aziende manifatturiere che esportano sono circa il 22%, mentre le aziende espositrici di Fiera Milano che esportano sono invece l'81%. Elementi che testimoniano sia la capacità di trovare nuovi mercati da parte degli espositori, per lo più piccole e medie imprese, sia l'efficacia 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.

Inoltre dalle analisi emerge che nel 2009 gli espositori esportassero in 1,7 paesi mentre nel 2016 la quota sale a 2,5 paesi, in aumento rispetto al passato anno. È ipotizzabile che, la contrazione del numero di esportatori e il contestuale aumento del numero medio di paesi di *export*, indichi un consolidamento delle aziende italiane nei mercati esteri. Dai dati relativi alle aree geografiche di destinazione ed anche analizzando i primi dieci paesi dell'*export* italiano, è possibile notare un ritorno di attenzione, nel 2016, per i paesi europei, più sicuri e vicini.



Aree geografiche di destinazione dell'export degli Espositori

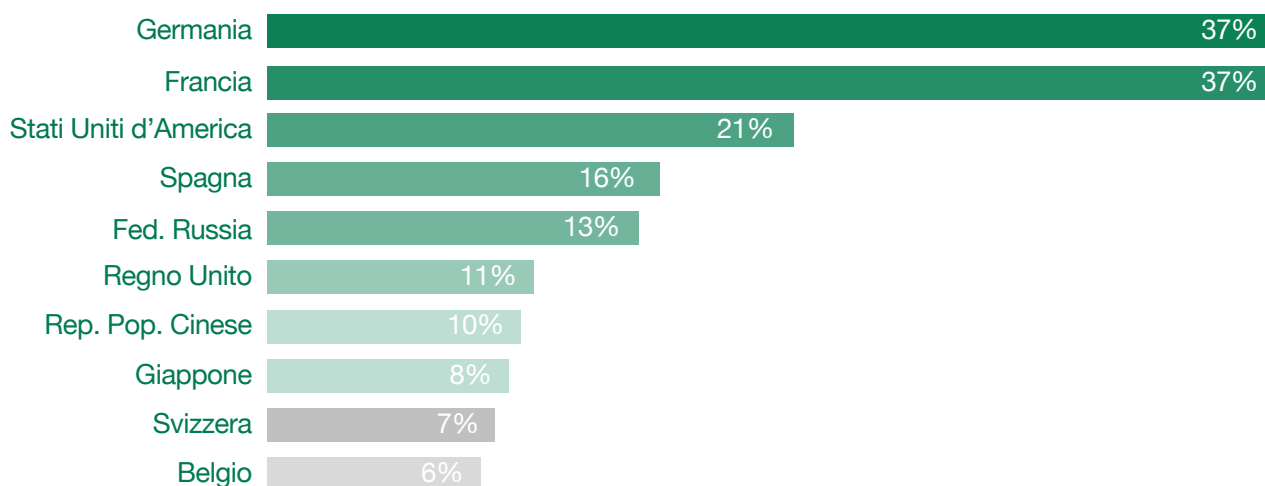


Fonte: Servizio Studi e Sviluppo Fondazione Fiera Milano, 2016

Vediamo così al primo posto la Germania e la Francia con il 37 % degli espositori che realizzano parte del proprio fatturato con questi due paesi, a seguire gli Usa (con il 21%), poi nuovamente un

paese dell'Unione Europea, la Spagna con 16%. Da segnalare il 13% degli espositori che esportano in Russia, il 10% in Cina e l'8% in Giappone.

I paesi di destinazione dell'export (%)



Fonte: Servizio Studi e Sviluppo Fondazione Fiera Milano, 2016



Le nostre persone



• Risorse a tempo indeterminato: 584 (-45 rispetto al 2015)

- o Conferma a tempo indeterminato di giovani a consolidamento della politica aziendale di graduale inserimento delle risorse *junior*: +20
- o Nuove assunzioni a rafforzamento delle aree commerciali e sviluppo *business* ed in adempimento delle normative di legge (Legge n. 68/1999 e art. 18): +18
- o Uscite per prepensionamento: 19
- o Uscite per riorganizzazione aziendale: 25
- o Uscite per dimissioni volontarie e/o risoluzioni del rapporto di lavoro: 23
- o Conferimento di ramo d'azienda Ipack Ima: 16



Turnover complessivo:
18,1% (+5,1% rispetto al 2015)



Dipendenti *part-time*: 77
o 66 *part-time* orizzontali
o 11 *part-time* verticali



Laureati: 42,2%
(in linea rispetto al 2015)



Età media aziendale: 45,1



Dipendenti con età inferiore ai 45,1 anni: 46,2%



Dipendenti con contratto a tempo determinato: 22
(- 4 rispetto al 2015,
-2 rispetto al 2014)



Esperienze di stage ospitate: 40

(29 attivati nel 2016, 11 attivati prima del 2016) con il Politecnico di Milano, l'Università Bocconi, l'Università Cattolica del Sacro Cuore, l'Università Iulm, l'Università degli Studi di Milano, l'Università degli Studi di Milano Bicocca, la Business School Sole 24 Ore, l'Istituto Europeo di Design, l'Università Carlo Cattaneo – LIUC, la Fondazione Fiera Milano e la Fondazione Le Vele



Periodo medio di tirocinio: 6 mesi



Casi di trasformazione dello stage in contratto a termine: 23%



Presenza femminile negli stage: 72,5%
(+8,5% rispetto al 2015)

Nota: coerentemente con le informazioni contenute all'interno Bilancio d'esercizio 2016, i dati relativi ai dipendenti di Ipack-Ima sono stati consolidati tenendo conto della percentuale di controllo del Gruppo Fiera Milano (49%).



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 del Gruppo Fiera Milano.

In un contesto dove le persone del Gruppo detengono un *know-how* difficilmente sostituibile e scarsamente reperibile sul mercato, la Direzione Organizzazione e Risorse Umane di Fiera Milano si impegna a sviluppare continuamente 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.

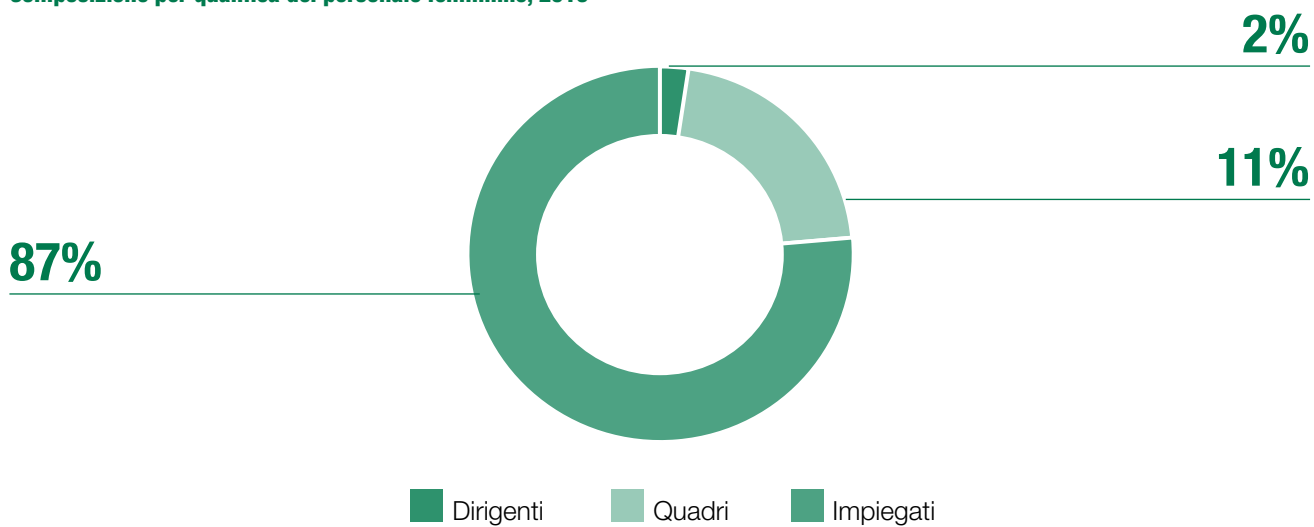
Le pari opportunità

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.

L'occupazione femminile a fine 2016 incide per il 60% sul totale dei dipendenti; la percentuale più elevata si rileva nella categoria impiegatizia con il 65%, mentre il 42% riguarda i Quadri ed il 24% la categoria dirigenti.

Dal 2015 al 2016 il personale femminile in organico è passato da 381 unità a 353. Nel corso del 2016, su 38 nuove entrate, 21 sono state di donne.

Composizione per qualifica del personale femminile, 2016





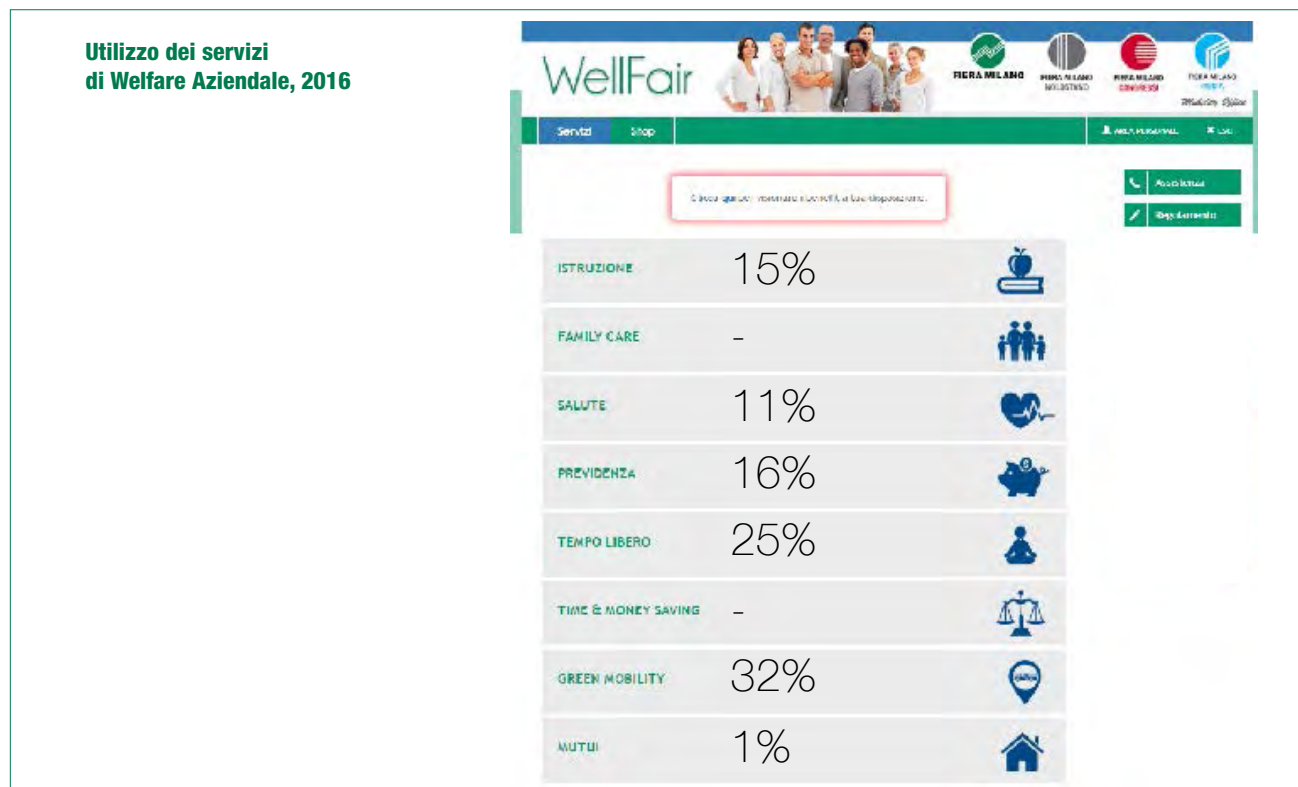
L'attenzione verso i propri dipendenti

Il Gruppo Fiera Milano - in un contesto economico ancora difficile - ha confermato la propria attenzione alle risorse umane cercando di individuare strumenti alternativi che possano 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. Per ragioni aziendali, quest'ultima non è stata inclusa nel piano *welfare*

2016 ma è previsto che nel 2017 venga destinata nuovamente una somma annua ai suoi dipendenti.

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.



Nel corso del 2016 le richieste pervenute sono state oltre 1.825, per un valore di *benefit* complessivo di circa euro 590.500. I servizi più utilizzati dai 432 dipendenti iscritti sono risultati essere *green mobility* (trasporti), tempo libero e previdenza complementare. Inoltre, Fiera Milano Congressi ha stipulato una convenzione 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", Fiera Milano ha deciso di destinare, per l'anno 2016 la quota del *benefit* non utilizzata nell'anno 2015 all'assegnazione di dieci borse di studio del valore di euro 2.200 l'una, destinate ai figli dei dipendenti con il curriculum scolastico più meritevole. Allo stesso modo, anche Fiera Milano Congressi, con gli stessi criteri di assegnazione della Capogruppo, ha deciso di destinare, per l'anno 2016, un quota da assegnare alle borse di studio per i figli dei dipendenti; sono state pertanto elargite due borse di studio del valore di euro 1.100 a studenti di scuole superiore.

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, del gioco, della socializzazione e della libera espressione emotiva. Di particolare rilievo la partecipazione della compagnia di animazione "All Crazy", che con ausilio di illusionisti e giocolieri, hanno intrattenuto grandi e piccini con vari spettacoli musicali. La partecipazione della compagnia ha inoltre dato la possibilità di ottenere biglietti scontati per gli spettacoli teatrali da loro organizzati.

In scadenza il 30 maggio 2016, il contratto integrativo aziendale di Fiera Milano, che contiene un insieme di elementi di maggior favore rispetto al contratto collettivo nazionale è stato prorogato fino al 31 dicembre 2017.



Il contratto integrativo aziendale

- Servizio di mensa aziendale
- 80 ore di permesso retribuito
- Premio di risultato basato sulle performance dell'azienda, correlato al raggiungimento di obiettivi di redditività. L'erogazione del premio è subordinata al conseguimento della soglia minima del Margine Operativo Lordo contenuto nei piani di budget, definita a priori
- Clausole aggiuntive volte alla tutela della maternità e della paternità
- Polizza infortuni extraprofessionali e la polizza vita e invalidità
- 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 2016, i dipendenti interessati dal trattamento integrativo pensionistico PREVIP, valido per Fiera Milano, sono stati 317 rispetto ai 308 del 2015, ai 312 del 2014 e ai 258 del 2013

La formazione e i percorsi di sviluppo

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

Nel corso del 2016, le persone complessivamente coinvolte nella formazione sono state 516 per un numero di corsi pari a 79 ed un totale complessivo di ore frequentate pari a 5.162. L'investimento per la formazione delle società italiane del Gruppo nel 2016 è stato pari a euro 257.885, con un'incidenza dello 0,6% rispetto al totale del costo del lavoro (0,3% nel 2015).

Il piano formativo ha visto un approfondimento sulle competenze tecnico specialistiche sia in ambito informatico sia linguistico, al fine di acquisire nuovi strumenti ed incrementare le proprie abilità.

Oltre all'aggiornamento normativo in materia di tutela della salute e sicurezza nei luoghi di lavoro, primo soccorso ed antincendio, la formazione si è focalizzata sul *project management* e gestione del tempo al fine di rendere i processi sempre più snelli ed efficienti e migliorare l'operatività aziendale.



A seguito del processo di riorganizzazione che ha visto coinvolta Fiera Milano Media, si è dato avvio al piano di formazione volto alla riqualificazione del personale, al fine di acquisire maggiori competenze digitali rispetto alle competenze tradizionali richieste dal mercato editoriale, nonché di offrire nuovi strumenti di lettura del mercato al fine di incrementare il *business*. Sono stati proposti, altresì, corsi specialistici e brevi *master* su tematiche di particolare interesse in ambito amministrativo, societario, commerciale, comunicazione e *operation* con l'obiettivo di perseguire un progressivo allineamento sui continui cambiamenti di *business* e di mercato.

Fiera Milano ha proseguito il percorso di *coaching* rivolto alle persone che, all'interno dell'azienda, si sono trovate ad affrontare cambiamenti di ruolo al fine di individuare fattori personali di successo finalizzandoli verso le nuove sfide. La Società, inoltre, ha sperimentato una nuova formula di *coaching* breve con l'obiettivo di sondare le origini di situazioni problematiche, pianificarne i passi successivi e definire gli obiettivi concreti che portano alla personale risoluzione del problema prendendo consapevolezza delle proprie potenzialità.

Al fine di porre le basi per diffondere una cultura di autoapprendimento stimolando le persone all'aggiornamento continuo e alla condivisione, è stata lanciata la prima piattaforma *e-Learning*. Il primo percorso lanciato, dal titolo "Progetti e Risultati", verteva sulle tematiche di *project management*, imprescindibili per l'adozione di innovative soluzioni di *business*. Il percorso è stato strutturato in formula *blended* alternando interventi in aula a pillole formative sulle diverse fasi del *project management* a testimonianze di casi di successo. Il percorso ha previsto poi la realizzazione, in gruppi di lavoro, di un progetto interno volto alla sperimentazione degli strumenti appresi con l'obiettivo di elaborare e presentare al responsabile di area un progetto di efficientamento dei processi.

La piattaforma *e-Learning* è stata inoltre arricchita di pillole formative per ampliare la competenze informatiche (Excel, Power Point, Word, Lynce e Microsoft Office 365) e di presentazioni redatte dai colleghi interni in occasione di incontri mensili aperti a tutti dipendenti - "in 60 Minuti" - su tematiche di interesse aziendale quali la relazione annuale di

bilancio dopo l'assemblea degli azionisti, la lettura del cedolino paga, l'utilizzo degli strumenti *social* per migliorare il *brand*, il bilancio sostenibile e la sicurezza stradale.

La metodologia *e-Learning* è stata anche scelta per proporre corsi di formazione in lingua inglese, che si svolgeranno nel primo semestre del 2017, utilizzando diversi strumenti di apprendimento quali video, articoli, esercizi, *workshop* e conversazioni telefoniche.

In collaborazione con Quadrifor (Istituto Bilaterale per la Formazione dei Quadri del Terziario) è stato organizzato un percorso interaziendale sulle tematiche del *digital coaching*. L'obiettivo del percorso, oltre a quello di fornire la conoscenza dei nuovi strumenti e del significato di competenze digitali, è stato quello di dotare le persone di metodologie di *coaching* individuale e di *team* per favorire l'auto sviluppo personale e formare i colleghi sull'acquisizione di nuovi *standard* digitali.

Nel 2016, anche a seguito del cambio del *provider* per il servizio *payroll*, si è deciso di implementare un nuovo sistema gestionale (HCM Talentia), che copre le medesime aree già presenti nel gestionale precedente, ma che, al contempo, ha maggiori e più efficienti funzionalità. Il rilascio del nuovo gestionale è previsto per il mese di aprile 2017.

Il sistema *web based* di valutazione delle competenze del personale, avviato nel corso del 2014, continua ad essere implementato. 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 stato avviato un progetto di integrazione del sistema di valutazione delle competenze, che ha portato ad una revisione dell'intero catalogo delle competenze e allo sviluppo della parte relativa alle competenze tecniche distintive per le famiglie professionali individuate nelle aziende del Gruppo. Con il lancio del processo valutativo riferito al periodo 2016, l'intero sistema sarà esteso a tutte le società italiane del Gruppo. La valutazione e l'autovalutazione delle competenze verranno effettuate *online* sul nuovo sistema gestionale HCM Talentia.



La valutazione di tutte le posizioni aziendali - manageriali e non - della Capogruppo, avviata nel corso del 2014 con il supporto dei consulenti esterni, continua ad essere aggiornata ed utilizzata per verificare il tasso di equità interna e la coerenza

delle retribuzioni rispetto al mercato. Il lavoro, che ha costituito la base per l'impostazione, nel 2016, di una nuova politica retributiva, viene esteso a tutte le società italiane del Gruppo.

Premio Innovazione

Nel corso del 2016 è stato lanciato il "Premio Innovazione", concorso aperto a tutti i dipendenti del Gruppo Fiera Milano a cui è stata data l'opportunità di presentare un progetto o un'idea che rappresentasse innovazione, efficientamento economico, miglioramento e sviluppo di nuovi servizi.

Il concorso si è chiuso a fine settembre con la presentazione di dieci progetti. Una Commissione Interna, composta dal Presidente, dall'Amministratore Delegato e da alcuni dirigenti del Gruppo, ha valutato la fattibilità delle proposte e ha decretato il vincitore durante l'evento di Natale.

Il progetto premiato porta il nome di "One company, one social customer care" ed è stato ideato da un *team* di tre dipendenti di due diverse società del Gruppo. L'obiettivo principale di tale progetto è quello di aiutare il Gruppo Fiera Milano a sfruttare il potenziale del servizio rivolto ai clienti.

La diffusione della rete e dei *social media*, infatti, hanno modificato i comportamenti e le esigenze dei clienti, spostando il *customer care* al centro dell'arena dove si gioca la partita più importante per il futuro di un'azienda: attrarre e mantenere i clienti nel medio e lungo termine. Questo progetto, articolato in più fasi, prevede l'implementazione dell'attuale *customer care* di Fiera Milano con l'introduzione di nuovi servizi sui *social media*, a partire da Facebook.

Tra i benefici attesi ci sono l'incremento dell'efficienza dell'attuale servizio destinato ai clienti, l'aumento del livello di soddisfazione dei clienti stessi, l'incremento del tasso di chiusura degli ordini *online*, l'ottimizzazione dei costi di *customer care* e lo sviluppo di azioni di *outbound marketing* con proposte mirate, inviate via *email*, *online* e tramite cellulare.

I vincitori del Premio Innovazione parteciperanno al seminario UFI "Operations and Services Focus Meeting 2017" che si terrà ad Utrecht dal 23 al 24 marzo 2017; seminario aperto a tutti i membri UFI, focalizzato sulle attività di *operations* e progetti innovativi al fine di implementare nuove idee e migliorare i rapporti con i clienti; tale opportunità rappresenta per Fiera Milano un'occasione di confronto con altre realtà fieristiche di calibro internazionale.

Il Gruppo Fiera Milano ha avviato nel mese di novembre 2016, con una società *leader* del settore, un progetto di *Management Assessment*, volto a valorizzare il capitale umano di un'azienda, sia a livello collettivo che a livello individuale, attraverso il ricorso a una metodologia basata su fatti oggettivi. Il progetto, che ha visto coinvolti alcuni manager del Gruppo, è stato fortemente voluto al fine di misurare

l'attuale capacità manageriale ed accrescere il bagaglio di competenze, nonché sviluppare la qualità del capitale umano anche a supporto delle necessità del *business*.

Il *Management Assessment* si concluderà entro aprile 2017 e restituirà ad ogni *manager* un *feedback* utile alla propria crescita professionale.



Ore di formazione erogata

Qualifica	2016		2015		2014
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	n.d.
Dirigenti	143	50	345	230	n.d.
Quadri	665	604	840	609	n.d.
Impiegati	1.654	2.046	2.160	3.059	n.d.
Numero ore totali di formazione erogata	2.462	2.700	3.345	3.898	8.155

Ore/uomo di formazione erogata sul totale dei dipendenti

Qualifica	2016		2015		2014
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	n.d.
Dirigenti	6,5	5,6	15,0	17,7	n.d.
Quadri	12,5	15,9	19,1	20,3	n.d.
Impiegati	9,9	6,3	12,8	9,9	n.d.
Numero ore totali di formazione erogata	10,2	7,2	12,8	9,9	12,6

Nota: il dato di ore medie di formazione è calcolato come numero totale di ore di formazione/numero totale dipendenti. I dati relativi agli anni 2014 e 2015 sono stati ricalcolati coerentemente con tale formula.

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.

Qualifica	2016	2015	2014
Lavoratori	593	629	622
Infortuni mortali	-	-	-
Intortuni gravi	-	-	1
Totale infortuni	3	5	7
Totale giorni di assenza	34	58	271
Indice di incidenza	5,06	7,95	11,25
Indice di frequenza	3,19	4,78	6,79
Indice di gravità	0,04	0,06	0,26

Spese per la sicurezza dei dipendenti (in migliaia di euro)	2016	2015	2014
DPI (Dispositivi prevenzione infortuni)	5,27	2,95	2,23
Accertamenti sanitari	19,97	24,95	23,01
Analisi ambientali uffici	12,79	5,38	17,14
Formazione	7,67	11,38	10,12



Composizione del personale: i numeri

Composizione dei dipendenti

	2016		2015		2014	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Sotto i 30 anni	10	16	5	8	5	8
tra i 30-50 anni	125	224	148	252	163	253
sopra 50 anni d'età	83	106	95	121	93	100
Totale	218	346	248	381	261	361

Composizione dei dirigenti

	2016		2015		2014	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Sotto i 30 anni			-	-	-	-
tra i 30-50 anni	10	4	8	5	9	6
sopra 50 anni d'età	12	3	15	7	19	5
Totale	22	7	23	12	28	11

Nota: nei dati relativi al personale è compresa la totalità dei dipendenti di Ipack-Ima, indipendentemente dalla percentuale di controllo di Fiera Milano sull'azienda.

Dipendenti suddivisi per tipologia di contratto

	UOMINI			DONNE			TOTALE		
	2016	2015	2014	2016	2015	2014	2016	2015	2014
Full time	236	244	257	280	311	290	516	555	547
Part-time orizzontale	4	4	4	62	66	59	66	70	63
Part-time verticale			0	11	4	12	11	4	12
Totale	240	248	261	353	381	361	593	629	622

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 2016 era di 22 unità; in confronto alle 26 del 2015 e alle 24 del 2014.

Stage

	2016		2015		2014	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Già attivi	2	9	9	12	3	4
Attivati nel corso dell'anno	9	20	8	18	5	17
Totale	11	29	17	30	8	21



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

Lombardia	2016		2015		2014	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Sotto i 30 anni	6	9	2	4	2	1
tra i 30-50 anni	10	11	2	20	1	6
sopra 50 anni d'età	1	1	4	12	1	-
Totale	17	21	8	36	4	7

Con riferimento al Lazio, nel 2016 non si segnala nessun nuovo ingresso, 1 nuovo ingresso per il 2015 (donna, over 50), nessuno per il 2014.

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

Lombardia	2016		2015		2014	
	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE	UOMINI	DONNE
Sotto i 30 anni	-	-	1	-	-	-
tra i 30-50 anni	9	9	6	8	4	4
sopra 50 anni d'età	15	22	13	5	-	1
Totale	24	31	20	13	4	5

Nota: nei dati relativi al *turnover* non è stato considerato il conferimento del ramo d'azienda Ipack-Ima avvenuto nel 2016 per non alterare il dato complessivo.

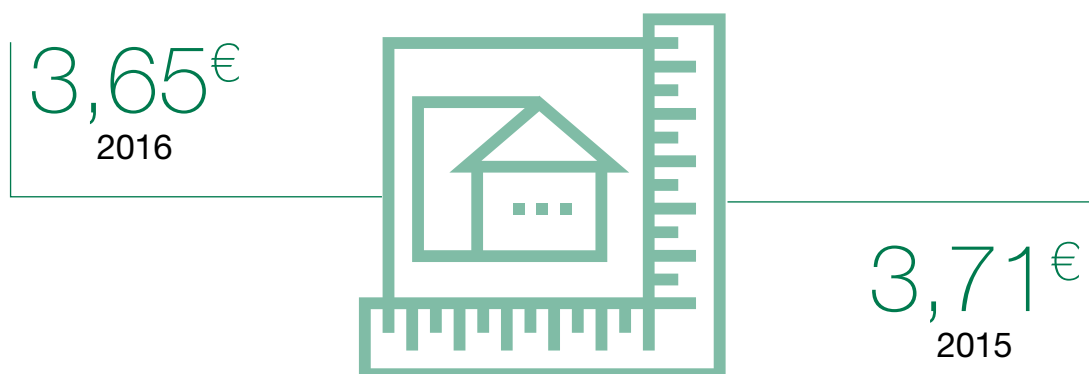
Con riferimento al Lazio, nel 2016 si segnala l'uscita di 12 dipendenti (12 donne di cui 11 nella fascia tra i 30-50 anni e 1 oltre i 50), 5 nel 2015 (4 donne e 1 uomo nella fascia 30-50), 1 nel 2014 (donna, fascia 30-50).





La gestione ambientale

Costo per metro quadro occupato*



(*) 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 attribuiti 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 2016 il costo per metro quadro è stato di euro 3,652. 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 inputati 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.

Negli ultimi mesi del 2016, l'impegno del Gruppo Fiera Milano è stato finalizzato a progetti di efficientamento energetico delle infrastrutture e degli impianti volti ad ottenere la certificazione LEED *Silver*, di livello superiore al LEED EB:O&M (*Existing Buildings: Operations & Maintenance*) attualmente detenuto per il Centro Servizi, Centro Congressi e Torri Ufficio del quartiere espositivo di Rho, il cui esito è previsto per aprile 2017. Il quartiere espositivo di Rho è stato il primo in Europa a ottenere tale certificazione.



La certificazione LEED

La certificazione LEED 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.

Allo stesso modo, Fiera Milano Congressi, unitamente a Fondazione Fiera Milano in quanto proprietaria degli immobili, ha avviato nel 2016 lo studio di iniziative

volte a ridurre ulteriormente l'impatto ambientale, i consumi energetici e di risorse idriche, e utili alla valorizzazione degli edifici in un'ottica green.



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. Una parte dell'energia elettrica utilizzata dal centro servizi è attualmente prodotta da fonti rinnovabili e acquistata con i relativi certificati.

L'utilizzo di calore proveniente dal termovalorizzatore, ha coperto nel 2016, 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)

	2016	2015	2014
Energia elettrica	172.250	218.744	189.898
Gas per riscaldamento	19.270	28.018	21.716
Teleriscaldamento fieramilano	34.860	36.775	28.512
Totale	226.380	283.537	240.126
Metri quadri netti espositivi	1.234.830	1.773.800	1.186.380
Consumo di energia diretta per metro quadro espositivo	0,183	0,160	0,202

Nota: il dato relativo all'energia elettrica delle strutture di Fiera Milano Congressi per gli anni 2014 e 2015 è stato ricalcolato in coerenza con i dati relativi al resto del Gruppo.

In un'ottica di miglioramento continuo delle prestazioni energetiche, il Gruppo Fiera Milano ha provveduto nel corso del 2016 a sostituire i corpi illuminanti dei padiglioni 1/3 e 2/4 di fieramilano 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. Nell'esercizio successivo è prevista l'implementazione di tale miglioria sui padiglioni 5/7 e 6/10.

Calcolo risparmio per padiglioni con illuminazione a LED anno 2016

Padiglione	n. corpi	Potenza installata ante intervento	Potenza installata post intervento	Risparmio	Totale risparmio	CO ₂ evitata
	n.	W	W	W	kW/h	Kg
1	216	97.200	49.680	47.520	159.667	69.168
2	216	97.200	49.680	47.520	76.045	32.943
3	216	97.200	49.680	47.520	105.123	45.539
4	216	97.200	49.680	47.520	86.029	37.268
Totale	864	388.800	198.720	190.080	426.864	184.918



Stima risparmio per padiglioni con illuminazione a LED anno 2017

Padiglione	n. corpi	Potenza installata ante intervento	Potenza installata post intervento	Risparmio	Totale risparmio	CO ₂ evitata
	n.	W	W	W	kW/h	Kg
1	216	97.200	49.680	47.520	180.386	78.143
2	216	97.200	49.680	47.520	189.652	82.157
3	216	97.200	49.680	47.520	183.665	79.564
4	216	97.200	49.680	47.520	181.574	78.658
5	216	97.200	49.680	47.520	152.064	65.874
6	216	97.200	49.680	47.520	196.115	84.957
7	216	97.200	49.680	47.520	159.857	69.250
10	216	97.200	49.680	47.520	179.768	77.876
Totale	1.728	777.600	397.440	380.160	1.423.081	616.479

Parallelamente alle iniziative strutturali di efficienza energetica, 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.

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 in arrivo e in partenza 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.

veicoli elettrici e a basso impatto ambientale (Euro 5) per gli spostamenti lavoro-lavoro dei dipendenti del Gruppo Fiera Milano. Tale iniziativa deve essere considerata in aggiunta alle convenzioni e servizi già attivi per espositori e visitatori, quali ad esempio abbonamenti a tariffe agevolate per il trasporto pubblico e servizio di *car sharing* con punti di prelievo e consegna presso il Quartiere **fieramilano**.

Analizzando le modalità con le quali viene raggiunto il Quartiere Fieristico **fieramilano**, 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.


Stima dei consumi energetici interni all’organizzazione (GJ)

	2016	2015
Diesel	982	2.938
Benzina	3	132
Metano	5	-



Al fine di ridurre l’impatto ambientale derivante dai trasporti verso i quartieri, il Gruppo Fiera Milano nel 2016 ha attivato il servizio di *car sharing* aziendale con




Numero mezzi pesanti in ingresso ai quartieri (stima)

	2016	fieramilano 2015	2014
	155.000	170.000	106.000
	2016	fieramilanocity 2015	2014
	6.000	4.000	6.000

Numero di auto in ingresso ai quartieri (stima)

	2016	fieramilano 2015	2014
Espositori	51.000	81.000	45.000
 Visitatori	357.000	529.000	397.000
Fornitori e dipendenti	450.000	450.000	450.000
	2016	fieramilanocity 2015	2014
 Espositori e visitatori	20.000	16.000	18.000

Numero delle persone che hanno raggiunto il quartiere in metropolitana (stima)

	2016	fieramilano 2015	2014
	1.050.600	800.000	1.300.000



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 2016 una nuova indagine al fine di ottenere spunti utili per le prossime iniziative di mobilità sostenibile.

In particolare, oltre al *car sharing* aziendale, i dipendenti del Gruppo Fiera Milano hanno la possibilità di utilizzare le biciclette aziendali per gli spostamenti interni ai quartieri fieristici e di

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 oppure, in alternativa, sostenuta utilizzando il *wallet* a disposizione nell'ambito delle politiche di *Welfare* aziendale. Nel triennio di riferimento il numero di abbonamenti richiesti in convenzione ha registrato un picco nel 2014 (24% dei dipendenti totali) a cui è seguita una lieve flessione nel 2015 e nel 2016 (rispettivamente 22% e 20% dei dipendenti totali).

Numero abbonamenti al servizio di trasporto ATM e Ferrovie dei dipendenti del Gruppo



L'esito dell'indagine Spostamenti Casa-Lavoro 2016, in particolare, ha confermato che il mezzo privilegiato utilizzato dai dipendenti del Gruppo Fiera Milano resta il mezzo privato principalmente perché garantisce una maggiore autonomia rispetto agli orari di lavoro. Per questo motivo, nel 2016 sono state proposte varie iniziative di sensibilizzazione in merito alla sicurezza stradale rivolte sia ai dipendenti (corso di Sicurezza Stradale, pubblicazione di una Ecoguida e di tre Sicurguide sulla intranet aziendale) sia agli *stakeholder* del Gruppo Fiera Milano (adesione alle campagne "Quando guidi, guida e basta", promossa da Anas e Polizia Stradale e "Autostrada facendo" promossa da Sina).

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.

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 2016 sono pari a 20.029 tonnellate di CO₂ equivalente e sono riconducibili ai consumi di energia elettrica, gas per il riscaldamento e di comburenti per le auto di proprietà.

Emissioni (ton CO₂ equivalente)

	2016	2015	2014
Emissioni dirette (Scope 1)	1.149	1.793	1.213
Emissioni indirette (Scope 2)	18.880	22.409	18.850
Emissioni totali	20.029	24.202	20.063
Differenza rispetto all'anno precedente	-4.173	4.139	-929

Nota: il dato relativo alle emissioni di CO₂ per gli anni 2014 e 2015 sono stati ricalcolati in coerenza con la variazione del dato relativo ai consumi di energia elettrica delle strutture di Fiera Milano Congressi.

Nel 2016 è stata portata a termine l'installazione dei sistemi di aspirazione forzata, iniziata nel 2015, 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

Come per il 2015, nel 2016 sono state considerate anche le emissioni relative all'autotrazione ed in particolare derivanti dall'uso di combustibili diesel, benzina e metano di Fiera Milano sulla base di stime calcolate a partire dalla contabilità economica per i primi mesi dell'anno. Da agosto 2016 è stato introdotto un *report* semestrale di dettaglio.

metodologia di calcolo delle emissioni di CO₂ 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 CO₂ 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. Il quartiere **fieramilanocity** e le strutture di Nolostand invece utilizzano esclusivamente l'acqua proveniente dalle fonti idriche comunali. 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, intervento che, diminuendo il tempo di erogazione dell'acqua potabile, ha portato a un risparmio di circa il 10% sul consumo di acqua potabile nel corso del 2016. Per quanto concerne invece l'acqua sanitaria sono stati diminuiti i litri scaricati da 12 a 9 per ogni singola erogazione.

Tali consumi variano annualmente a seconda del calendario delle manifestazioni. Nell'anno 2016 sono proseguite le attività di verifica, controllo e manutenzione preventiva programmata e correttiva, previste nel piano di manutenzione informatizzato mediante *software* dedicato. Nel corso del 2016 nelle palazzine uffici del Quartiere Espositivo **fieramilano** sono state erogate circa 30.000 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.

	2016	2015	2014
Fonti idriche comunali (totale)	216.533	291.040	260.330
Acqua di falda (fieramilano)	1.712.926	2.013.515	1.637.029
Totale	1.929.459	2.304.555	1.897.359

Nota: il dato relativo ai consumi idrici delle strutture di Fiera Milano Congressi per gli anni 2014 e 2015 è stato ricalcolato in coerenza con i dati relativi al resto del Gruppo.

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 avviene 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 il magazzino di Vittuone gestito da Nolostand.

Il Gruppo Fiera Milano dal 2015 ha intrapreso alcune iniziative volte a 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**, di idonei posacenieri che consentano la raccolta dei mozziconi di sigarette in modo separato dagli altri rifiuti ed, all'interno del Centro Servizi, di alcuni contenitori per la raccolta di pile esauste.

L'iniziativa è proseguita nel 2016 con l'introduzione di un sistema di contenitori modulari in cartone ondulato riciclabile nei Padiglioni espositivi per differenziare la raccolta di carta, plastica, vetro, lattine e rifiuti.

Nel 2015 è inoltre stata portata a termine la valutazione logistica ed economica, iniziata l'anno precedente, di una soluzione funzionale a ridurre il volume dei rifiuti direttamente presso il Quartiere Fieristico e riutilizzare



Peso totale dei rifiuti per tipologia (kg)

Frazione merceologica	2016	2015	2014
Legno	5.552.230	6.946.660	4.794.060
Imballaggi Misti	3.346.814	4.126.820	2.808.790
Vernici	233.105	68.150	49.730
Metallo	63.530	41.620	11.170
Edili	3.200	n.d.	91.100
Carta e cartone	20.970	23.460	25.360
Vetro	6.000	82.190	n.d.
Plastica	64.600	110.100	46.780
Materiale abrasivo di scarto	n.d.	240	3.350
Prodotti Tessili	n.d.	3.840	n.d.
Non differenziati	2.667.560	3.504.600	3.129.230
Toner*	605	20	n.d.
Apparecchiature elettroniche*	438	n.d.	n.d.
Oli- grassi*	912	n.d.	n.d.
Batterie*	130	n.d.	n.d.
Ingombranti*	3.000	n.d.	n.d.
Solventi pericolosi*	440	n.d.	n.d.
Totale	11.963.534	14.907.700	10.959.570

Nota: i quantitativi relativi alle categorie di rifiuti indicate in tabella sono disponibili a partire dall'esercizio 2016, avendo il Gruppo formalizzato il sistema di raccolta del dato.

gli stessi come materiale edile, combustibile e/o compostaggio. L'esito di tale valutazione ha fatto emergere l'inadeguatezza dello strumento per la tipologia di rifiuti prodotti presso il quartiere, portando il Gruppo Fiera Milano, nel corso del 2016, ad attivare una valutazione di un'altra soluzione per disporre di un controllo diretto sui quantitativi di rifiuti prodotti per tipologia.

MiCo – Milano Congressi, nel corso del 2016 ha migliorato la propria gestione dei rifiuti solidi urbani, delle acque reflue e dei rifiuti non assimilabili ai solidi

urbani e pericolosi, con la creazione di una vasca esterna con cisterna raccogli fluidi, per la gestione del lavaggio pennelli, che si prevede sia ultimata a inizio 2017.

Fiera Milano Congressi intende proseguire nell'ottica di una maggiore sensibilizzazione dei propri ospiti (allestitori, delegati ed espositori) ai temi ambientali ed alla differenziazione dei rifiuti attraverso il posizionamento di apposita segnaletica informativa negli spazi del MiCo.



Nota metodologica

Il Report di Sostenibilità annuale 2016 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 2016 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 GRI-G4 per il *reporting* di sostenibilità del

Global Reporting Initiative (GRI), includendo anche le informazioni richieste nelle linee guida del GRI specifiche per il settore "*Event Organizers*".

L'informativa non finanziaria inclusa all'interno del presente Report di Sostenibilità è stata altresì oggetto di alcune procedure interne di verifica su una selezione di indicatori, scelti in funzione dei temi materiali e delle richieste di rendicontazione previste dal D.Lgs. 254/2016.

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)		X	
Manifestazioni all'estero (razionalizzazione e sviluppo)	<i>Performance economiche</i>	X	
Sviluppo dell'economia locale (strumento per le PMI, espressione del Made in Italy)		X	
Valorizzazione del Quartiere Fieristico	-	X	
Etica di business	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 business congressuale e servizi di destination management (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 business 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, benzina e metano inviati sono i consumi delle auto di proprietà di Fiera Milano e di Fiera Milano Congressi, 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 dei mezzi degli 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 *turnover* di una parte dei mezzi nell'arco della stessa giornata.

Per il calcolo dell'energia utilizzata relativa al consumo di gas metano del 2016, nella trasformazione da mc in GJ è stata utilizzata come fonte la Tabella parametri standard nazionali del Ministero dell'Ambiente validi fino al 31 dicembre 2016.

Per il calcolo delle emissioni equivalenti di CO₂ del 2016 derivanti dai consumi di benzina, gas per riscaldamento e teleriscaldamento, gas per l'autotrazione sono stati utilizzati i coefficienti di conversione della Tabella parametri standard nazionali del Ministero dell'Ambiente, validi fino al 31 dicembre 2016, definiti sulla base dei coefficienti utilizzati per l'inventario delle emissioni di CO₂ nell'inventario nazionale UNFCCC (media dei valori degli anni 2013-2015).

Per quanto concerne il calcolo delle emissioni equivalenti di CO₂ derivanti dai consumi di energia elettrica, invece, il coefficiente di conversione utilizzato è fornito da Terna. Infine per il calcolo delle emissioni equivalenti di CO₂ derivanti dai consumi di diesel è stato utilizzato il dato di DEFRA - *Department of Environment*, aggiornato al 2016.





GRI G4 Content index

La presente tabella indica la corrispondenza tra l'informativa *standard* richiesta dalle linee guida del

Global Reporting Initiative (GRI G4) e i contenuti di questo Report.

General Standard Disclosures		
General Standard Disclosures	Sezione, Pagina	Descrizione delle <i>General Standard Disclosures</i>
Strategia e analisi		
G4 - 1 EO	Messaggio agli <i>stakeholder</i> , 8	Dichiarazione della più alta autorità del processo decisionale in merito all'importanza della sostenibilità per l'organizzazione e la sua strategia
Profilo dell'organizzazione		
G4 - 3	Chi siamo, 10	Nome dell'organizzazione
G4 - 4 EO	Chi siamo, 10-11 Le attività del Gruppo e il loro impatto sul territorio, 26-43	Principali marchi, prodotti e/o servizi
G4 - 5	Chi siamo <i>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</i>	Luogo in cui ha sede il quartier generale dell'organizzazione
G4 - 6	Chi siamo, 10-11	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, 10-12	Assetto proprietario e forma legale
G4 - 8	Chi siamo, 10-12 Le attività del Gruppo e il loro impatto sul territorio, 26-43	Mercati serviti
G4 - 9 EO	Chi siamo, 10-11 Le attività del gruppo e il loro impatto sul territorio, 24-43 Il valore generato per i nostri clienti: il percorso in fiera, 44-53, 56-59 Le nostre persone, 64	Dimensione dell'organizzazione



General Standard Disclosures

General Standard Disclosures	Sezione, Pagina	Descrizione delle General Standard Disclosures
G4 - 10 EO	Le nostre persone, 71-72	Numero totale dei dipendenti, suddiviso per tipo di contratto, inquadramento, distribuzione territoriale e genere
G4 - 11	Le nostre persone - L'attenzione verso i propri dipendenti, 67	Percentuale del totale dei dipendenti coperti da accordi collettivi di contrattazione
G4 - 12	La <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo - L'aumento del presidio sui fornitori, 19-20	Descrizione della catena di approvvigionamento dell'organizzazione
G4 - 13	Messaggio agli <i>stakeholder</i> , 8	Cambiamenti significativi nelle dimensioni, struttura o nell'assetto proprietario avvenuti nel Periodo di rendicontazione
	La <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo - L'aumento del presidio sui fornitori, 19-21	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 <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo, 18	Spiegazione dell'eventuale modalità di applicazione del principio o approccio prudenziale
G4 - 15	La <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo - L'aumento del presidio sui fornitori, 20	Sottoscrizione o adozione di codici di condotta, principi e carte sviluppati da enti/associazioni esterne relativi a performance economiche, sociali e ambientali
G4 - 16	Come abbiamo redatto questo rapporto - I nostri <i>stakeholder</i> , 16	Partecipazione ad associazioni di categoria nazionale e/o internazionali

Aspetti materiali identificati e perimetro

G4 - 17	Nota metodologica, 82	Elenco delle entità incluse nel bilancio consolidato e di quelle non comprese nel Report di sostenibilità
G4 - 18	Come abbiamo redatto questo rapporto, 14-17	Spiegazione del processo per la definizione dei contenuti del Report e del modo in cui l'organizzazione ha implementato i relativi <i>reporting principle</i>
G4 - 19	Come abbiamo redatto questo rapporto - I temi chiave di rendicontazione, 16-17	Elenco degli aspetti materiali identificati nel processo di definizione dei contenuti del Report
	Nota metodologica, 83	
G4 - 20	Nota metodologica, 83	Perimetro interno all'organizzazione di ciascun aspetto materiale
G4 - 21	Nota metodologica, 83	Perimetro esterno all'organizzazione di ciascun aspetto materiale
G4 - 22	<i>Le modifiche ed eventuali restatement sono opportunamente segnalati nel testo</i>	Spiegazioni degli effetti di qualsiasi modifica di informazioni inserite nei Report precedenti (<i>restatement</i>) e motivazioni di tali modifiche
G4 - 23	Nota metodologica, 82-84	Cambiamenti significativi di obiettivo, perimetro o metodi di misurazione utilizzati nel Report, rispetto al precedente periodo di rendicontazione



Stakeholder engagement		
General Standard Disclosures	Sezione, Pagina	Descrizione delle General Standard Disclosures
G4 - 24	Come abbiamo redatto questo rapporto - I nostri <i>stakeholder</i> , 14-16 La misurazione della soddisfazione dell'evento, 60-63	Elenco di gruppi di <i>stakeholder</i> con cui l'organizzazione intrattiene attività di coinvolgimento
G4 - 25	Come abbiamo redatto questo rapporto - I nostri <i>stakeholder</i> , 14-16	Principi per identificare e selezionare i principali <i>stakeholder</i> con i quali intraprendere l'attività di coinvolgimento
General Standard Disclosures		
General Standard Disclosures	Sezione, Pagina	Descrizione delle General Standard Disclosures
G4 - 26	Come abbiamo redatto questo rapporto - I nostri <i>stakeholder</i> , 15-16 La misurazione della soddisfazione dell'evento, 60-63	Approccio all'attività di coinvolgimento degli <i>stakeholder</i> , specificando la frequenza per tipologia di attività sviluppata e per gruppo di <i>stakeholder</i>
G4 - 27	Come abbiamo redatto questo rapporto - I nostri <i>stakeholder</i> , 15 La misurazione della soddisfazione dell'evento 60-63	Argomenti chiave e criticità emerse dall'attività di coinvolgimento degli <i>stakeholder</i> e in che modo l'organizzazione ha reagito alle criticità emerse, anche in riferimento a quanto indicato nel Report
Profilo del Report		
G4 - 28	Nota metodologica, 82	Periodo di rendicontazione delle informazioni fornite
G4 - 29	Lettera agli <i>stakeholder</i> , 8	Data di pubblicazione del Report di sostenibilità più recente
G4 - 30	Nota metodologica, 82	Periodicità di rendicontazione
G4 - 31	Copertina, 92	Contatti e indirizzi utili per richiedere informazioni sul Report di sostenibilità e i suoi contenuti
G4 - 32	GRI G4 Content Index, 86-91	Tabella esplicativa dei contenuti del Report
G4 - 33	<i>Non è stata richiesta alcuna assurance esterna</i>	Segnala politica dell'organizzazione e le pratiche attuali al fine di ottenere l' <i>assurance</i> esterna del Report
Governance		
G4 - 34	Il Gruppo Fiera Milano Chi siamo, 10-12 La <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo, 18, 22-23	Segnala la struttura di <i>governance</i> dell'organizzazione, inclusi il consiglio di amministrazione dell'alta direzione Identificare eventuali organi competenti per il processo decisionale sugli impatti economici, ambientali e sociali
Etica e integrità		
G4 - 56	Il Gruppo Fiera Milano I valori guida, 13 La <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo, 18-21	Descrivi i valori dell'organizzazione, i principi, gli <i>standard</i> 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
Categoria: Economica				
Performance economica	G4 - DMA	Le attività del Gruppo e il loro impatto sul territorio, 24-25		
	G4 - EC1	Le attività del Gruppo e il loro impatto sul territorio, 24-25		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
Categoria: Ambientale				
Energia	G4 - DMA	La gestione ambientale - L'energia, 74-76		
	G4 - EN3 EO	La gestione ambientale - L'energia, 75 La gestione ambientale - La mobilità, 76		Energia consumata all'interno dell'organizzazione
	G4 - EN5	La gestione ambientale, 74		Intensità energetica
	G4 - EN6	La gestione ambientale - L'energia, 75-76		Risparmio energetico dovuto alla conservazione e ai miglioramenti in termini di efficienza
Acqua	G4 - DMA	La gestione ambientale - La risorsa idrica, 80		
	G4 - EN8	La gestione ambientale - La risorsa idrica, 80		Prelievo totale di acqua per fonte
Emissioni	G4 - DMA	La gestione ambientale - Le emissioni, 79		
	G4 - EN15	La gestione ambientale - Le emissioni, 79		Emissioni di gas serra dirette (GHG) da fonti energetiche (scope 1)
	G4 - EN16	La gestione ambientale - Le emissioni, 79		Emissioni di gas serra dirette (GHG) da fonti energetiche (scope 2)
	G4 - EN19	La gestione ambientale - Le emissioni, 79		Iniziative per ridurre l'emissione di gas ad effetto serra e risultati raggiunti
Rifiuti e scarichi	G4 - DMA	La gestione ambientale - I rifiuti, 80-81		
	G4 - EN23 EO	La gestione ambientale - I rifiuti, 80-81		Peso totale dei rifiuti per tipologia e per metodi di smaltimento



Specific Standard Disclosures

Aspetto Materiale	DMA e indicatori	Sezione, pagina	Omissioni	Descrizione degli indicatori
Trasporti	G4 - DMA	La gestione ambientale - La mobilità, 76-78		
	G4 - EN 30 EO	La gestione ambientale - La mobilità, 76-78		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 gestione ambientale - La mobilità, 77		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 gestione ambientale - La mobilità, 76		Impatti ambientali e socio-economico significativi relativi al trasporto dei partecipanti da e all'evento, e alle iniziative intraprese per affrontare tali impatti
Categoria: Sociale				
Occupazione	G4 - DMA	Le nostre persone, 65		
	G4 - LA1 EO	Le nostre persone, 65, 71-72		Numero totale e tasso di nuovi dipendenti assunti e <i>turnover</i> del personale, suddiviso per età, sesso e area geografica
	G4 - LA2	Le nostre persone - L'attenzione verso i propri dipendenti, 66-67		<i>Benefit</i> previsti per i lavoratori a tempo pieno, ma non per i lavoratori <i>part-time</i> e a termine, suddivisi per principali siti produttivi
Salute e sicurezza sul lavoro	G4 - DMA	Le nostre persone - La sicurezza, 70 Il valore generato per i nostri <i>stakeholder</i> : il percorso in fiera - La sicurezza di mostra, 54		
	G4 - LA6	Le nostre persone - La sicurezza, 70		Tasso di infortuni sul lavoro, di malattia, di giornate di lavoro perse, assenteismo e numero totale di decessi, divisi per area geografica e sesso



Specific Standard Disclosures

Aspetto Materiale	DMA e indicatori	Sezione, pagina	Omissioni	Descrizione degli indicatori
Formazione ed educazione	G4 - DMA	Le nostre persone - La formazione e i percorsi di sviluppo, 67-70		
	G4 - LA9 EO	Le nostre persone - La formazione e i percorsi di sviluppo, 70		Ore medie di formazione annue per dipendente, suddiviso per categorie di lavoratori e per sesso
	G4 - LA10 EO	Le nostre persone - La formazione e i percorsi di sviluppo, 67-69 Il Gruppo Fiera Milano non ricorre al coinvolgimento di volontari per le manifestazioni direttamente organizzate		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	Le nostre persone - La formazione e i percorsi di sviluppo, 68-69		Percentuale di dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle <i>performance</i> e dello sviluppo della propria carriera, suddivisa per sesso
Diversità e pari opportunità	G4 - DMA	Le nostre persone - Le pari opportunità, 65		
	G4 - LA12	Le nostre persone - Le pari opportunità, 65		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
Anticorruzione	G4 - DMA	La <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo, 18-23		
	G4 - SO3	La <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo, 21-23		Percentuale e numero di divisioni interne monitorate per rischi legati alla corruzione
	G4 - SO4	La <i>governance</i> e il rafforzamento dei presidi di controllo, 21-23		Comunicazione e formazione sulle politiche e procedure anti-corruzione
Inclusività	G4 - DMA	Il valore generato per i nostri clienti: il percorso in fiera - L'accessibilità, 55-56		
	G4 - EO6	Il valore generato per i nostri clienti: il percorso in fiera - L'accessibilità, 55-56		Tipologia e impatti delle iniziative per creare un evento accessibile



Fiera Milano S.p.A.

Sede legale: Piazzale Carlo Magno, 1 – 20149 Milano
Sede operativa e amministrativa: S.S del Sempione, 28 – 20017 Rho (MI)
Registro Imprese di Milano 13194800150 – REA 1623812
Capitale sociale € 42.445.141,00
Partita IVA 13194800150

Aprile 2017

Questo documento è consultabile anche sul sito web www.fieramilano.it

Realizzazione grafica, impaginazione e stampa

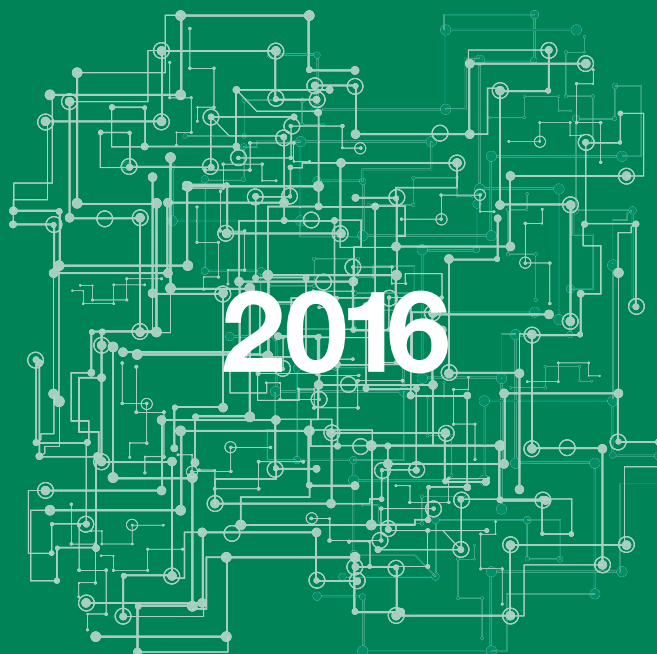


Questo volume è stampato su carta FSC® amica delle foreste.
Il logo FSC identifica prodotti che contengono carta proveniente da foreste gestite secondo i rigorosi standard ambientali, economici e sociali definiti dal Forest Stewardship Council





FIERA MILANO



Numero verde: 800820029
Tel. +39 02 4997.1
Fax. +39 02 4997.7379
email: fieramilano@fieramilano.it

Per chiarimenti e informazioni, contattare
sostenibilita@fieramilano.it