



MCH Group
Global Live Marketing

Rapport de développement durable 2014

Introduction 3

Déclaration du CEO 4

Développement durable 6

Economie 10

Environnement 14

Société 20

L'index du contenu GRI 23

Le développement durable a pour but de répondre aux besoins économiques, écologiques et sociaux du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins.

Introduction

MCH Group SA, dont le siège est à Bâle, comprend les sociétés de foires de Bâle, Lausanne et Zurich qui, outre l'organisation de nombreuses foires et salons en régie propre, sont aussi responsables de l'exploitation de ces places de foires et de congrès. MCH Group détient en outre les sociétés de services événementiels Rufener à Zurich, Expomobilia à Effretikon et Winkler Multi Media Events à Wohlen. Ces sociétés détenues directement par la société holding MCH Group SA détiennent elles-mêmes en partie d'autres filiales (vue d'ensemble page 8).

La société holding MCH Group SA est cotée à la SIX Swiss Exchange (Domestic Standard).

MCH Group est un groupe d'entreprises international de premier plan dans le domaine du live marketing qui offre un réseau de services complet sur le marché des foires et de l'événementiel. Il crée des plateformes de marketing sous la forme de foires et de salons leaders au plan national et international et offre aux entreprises exposantes des solutions individuelles pour assurer le succès de leur participation. Avec son offre d'infrastructures et ses services événementiels, il organise non seulement des foires et des congrès, mais aussi de nombreux événements institutionnels et publics.

Foires pluriannuelles comprises, le portefeuille actuel de foires et salons de MCH Group compte une centaine de manifestations en régie propre et organisées par des tiers qui rassemblent environ 19 000 entreprises exposantes et 2 200 000 visiteurs. Les sociétés de services événementiels sont actives dans le monde entier et réalisent chaque année plus d'un millier de projets.

Informations sur MCH Group:
www.mch-group.com

MCH Group a présenté pour la première fois pour l'exercice 2013 un reporting détaillé en matière de développement durable, qu'il poursuit avec le deuxième rapport portant sur l'exercice 2014. Le reporting a été établi conformément aux directives internationales reconnues de la «Global Reporting Initiative» (GRI), Level GRI G4 «Core».

Le reporting de développement durable comprend le présent rapport de développement durable avec l'index du contenu GRI et une annexe donnant des informations détaillées sur certains indicateurs (uniquement en allemand). Il se situe dans le cadre du rapport annuel 2014 auquel il fait référence à différents endroits.

Rapport de développement durable, index du contenu GRI et annexe sont uniquement publiés en ligne. Ils sont disponibles sur le site web de MCH Group:
www.mch-group.com
«News» / «Rapports»

Déclaration du CEO

René Kamm
CEO MCH Group

L'objectif premier de MCH Group est la sécurisation à long terme du succès de l'entreprise dans l'intérêt de toutes les parties prenantes. Sa réussite économique est essentiellement basée sur deux piliers: d'une part sur un développement de l'entreprise s'appuyant sur une stratégie claire, d'autre part sur la conjonction des intérêts publics et privés, qui se reflète dans l'actionnariat et dans la conduite de l'entreprise.

Stratégie de l'entreprise

La stratégie de l'entreprise vise à atteindre une croissance continue et stable. La stratégie de croissance passe essentiellement par l'extension de l'offre de produits et de services dans les domaines des plateformes de marketing (foires et événements) et des solutions de marketing (services événementiels), le renforcement de l'internationalisation du portefeuille et le développement d'offres numériques pour compléter et élargir l'activité de live marketing. Cette croissance de l'entreprise doit se faire aussi bien organiquement que par des coopérations et acquisitions ciblées.

Le réseau unique de MCH Group avec ses trois divisions stratégiques «Exhibitions» (foires et salons en régie propre), «Venues» (foires et salons organisés par des tiers) et «Event Services» (services événementiels) joue un rôle important dans la mise en œuvre de la stratégie: les synergies avec les services événementiels internes au groupe permettent d'augmenter la part à la chaîne de création de valeur dans l'activité foires et salons. En même temps, les services événementiels donnent accès à de nouveaux marchés potentiels sur le marché national et international des foires et événements.



«Partenariat public-privé»

MCH Group revendique son attachement à la Suisse et notamment à ses sites d'infrastructures de Bâle, Lausanne et Zurich comme lieux de déroulement prioritaires des foires et salons en régie propre. Il défend ainsi les intérêts des sites et préserve les fortes retombées économiques que génèrent ses activités sur les places de foires et de congrès.

La défense des intérêts de ces sites est assurée par la participation à 49 % des cantons de Bâle-Ville, Bâle-Campagne, Zurich et de la ville de Zurich dans la société holding ainsi que par la représentation des collectivités de droit public dans son Conseil d'administration. Etant donné que les effets économiques dépendent du succès de l'entreprise, les collectivités de droit public soutiennent les objectifs de réussite et de profit de l'entreprise. Elles approuvent la

tenue de foires sur d'autres sites ainsi que le développement d'activités indépendantes d'un site et/ou d'une foire dans la mesure où ceux-ci contribuent au succès de l'entreprise et ne portent pas préjudice à ses propres sites.

MCH Group est placé sous la direction du Conseil d'administration et de l'Executive Board de la société holding. Cela permet une conduite efficace du groupe et assure une mise en œuvre optimale du modèle de coopération intégré des différents secteurs d'activité. En tant qu'entreprise cotée en bourse, MCH Group se conforme aux dispositions relatives à la gouvernance d'entreprise définies dans la législation existante et dans les directives de la SIX Swiss Exchange.

Pour MCH Group, le développement durable économique, écologique et social est un important facteur de réussite et revêt donc une grande importance dans les décisions stratégiques. MCH Group encourage un comportement durable dans tous les domaines et à tous les niveaux.

Développement durable

L'activité d'entreprise de MCH Group a une valeur de durabilité élevée. Ses plateformes et solutions de marketing contribuent à la prospérité de nombreuses entreprises et de différentes branches. Les grands effets économiques qu'elles produisent profitent en fin de compte à la communauté sous la forme de recettes fiscales. La mise en œuvre de la stratégie d'entreprise tient compte au même titre des intérêts des clients, des sites de Bâle, Lausanne et Zurich ainsi que des actionnaires privés.

Les foires mettent en relation l'offre et la demande à un instant donné et dans un lieu donné. Cette concentration dans le temps et l'espace a de nombreux avantages pour tous les partenaires et est également rationnelle d'un point de vue écologique, car elle fait économiser beaucoup de voyages autour du globe. En outre, les foires constituent d'excellentes plateformes pour aborder les thèmes du développement durable, y réfléchir et contribuer à des progrès dans ce domaine.

L'exploitation des sites d'exposition et la tenue des manifestations sont cependant très intenses en ce qui concerne les aspects écologiques tels que l'énergie, le trafic, les déchets, etc. C'est pourquoi une grande place est accordée à l'écologie dans le cadre du reporting de développement durable, car celle-ci est d'une importance particulière pour le voisinage. MCH Group s'efforce de réduire au minimum l'impact écologique. La construction du nouveau complexe de halles à Bâle, achevée en 2013, en est un exemple: le bâtiment a obtenu le label Minergie BS-054 de l'organisme de certification Minergie de Bâle-Ville.

Dans bien d'autres domaines aussi, MCH Group s'engage depuis des années en faveur d'un développement responsable, ainsi par exemple dans la protection de la propriété intellectuelle. Il est membre de «Stop Piracy», la plateforme suisse de lutte contre la contrefaçon et la piraterie créée en 2005 par l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle. Depuis plus de 30 ans, MCH Group soutient, dans le cadre du Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie, Baselworld, le combat contre les imitations et les contrefaçons avec un tribunal d'arbitrage unique en son genre.

Objectifs

MCH Group, dont les racines remontent à la Foire suisse d'échantillons à Bâle créée il y a bientôt 100 ans, s'est développé ces dernières années d'une manière remarquable à bien des égards dans le secteur national et international des foires et événements. Mesurée à son chiffre d'affaires, sa part de marché est d'environ 60 % en Suisse, et il compte parmi les dix plus grandes sociétés de foires du monde. Le développement durable est un facteur déterminant de cette réussite, laquelle implique des performances économiques, écologiques et sociales durables.

MCH Group a été en 2014 la première société de foires à présenter un reporting de développement durable conforme au standard international GRI. Cela prouve sa volonté de promouvoir un comportement durable dans tous les domaines et à tous les niveaux, d'améliorer en permanence les indicateurs de développement durable et de s'assurer une position de leader dans sa branche également en matière de développement durable.

René Kamm,
CEO MCH Group



Développement durable

Objectifs

En mettant en œuvre sa stratégie d'entreprise visant à renforcer sa position sur le marché national et international, MCH Group est aussi décidé à jouer un rôle de leader en matière de développement durable dans le secteur des foires et événements.

Stratégie de croissance et forte position sur le marché, stabilité par un partenariat public/privé ancré structurellement, grands effets économiques, effets de synergie horizontale et verticale au sein de son réseau de groupe (chaîne de création de valeur ainsi que sites et portefeuille de produits) et une bonne gouvernance d'entreprise: tels sont les facteurs qui caractérisent MCH Group et soulignent en même temps la durabilité fondamentale de l'entreprise, de son modèle économique et de son développement.

Ces facteurs ont une incidence déterminante sur les objectifs et approches stratégiques résumés ci-après pour les différentes catégories du développement durable.

Economie

MCH Group veut contribuer, avec ses plateformes et solutions de marketing, au renforcement des secteurs correspondants ainsi que de ses clients nationaux et internationaux. Il se caractérise par l'excellence de ses produits et services qu'il atteint grâce à son savoir-faire et sa capacité d'innovation, sa grande connaissance des secteurs, sa proximité avec les clients et à l'anticipation des évolutions du marché.

En tant que leader du marché, MCH Group vise aussi un développement tourné vers l'avenir et un renforcement de sa propre activité de foires et d'événementiel. Il joue à différents égards un rôle de pionnier, par exemple avec son orientation vers le secteur privé, son réseau de groupe et le modèle de coopération correspondant ainsi que dans le développement stratégique et conceptuel du portefeuille de produits et de services. Il s'engage dans des organisations interprofessionnelles nationales et internationales.

MCH Group s'efforce, pour renforcer sa compétitivité, d'augmenter en permanence l'efficacité des ressources. Les investissements dans l'infrastructure, son exploitation et la fourniture de prestations sont décidés sur la base de critères économiques et écologiques.

Environnement

MCH Group investit en permanence dans l'optimisation des indicateurs écologiques: dans la construction et l'exploitation de ses bâtiments et installations par l'amélioration de l'efficacité énergétique, l'utilisation d'énergies renouvelables et la réduction des émissions; dans la logistique par des concepts de gestion des flux et de circulation spécialement développés ainsi que par une livraison autant que possible en souterrain pour réduire l'impact sur l'environnement et sur le voisinage; dans la production de stands et d'aménagements par le choix des matériaux, une production économe en énergie et des offres climatiquement neutres.

L'entreprise encourage un comportement respectueux de l'environnement au poste de travail et met à disposition les ressources nécessaires pour réduire à un minimum l'impact sur l'environnement. Les aspects écologiques sont appelés à jouer un rôle de plus en plus déterminant dans la sélection des fournisseurs et des matériaux, en donnant par exemple la préférence à des fournisseurs locaux ou disposant de certificats de développement durable.

Société

MCH Group entend assumer sa responsabilité sociale. Il est attaché aux valeurs fondamentales d'un état de droit démocratique. Il respecte la dignité de l'être humain et les valeurs des autres cultures. Il considère comme allant de soit le respect des dispositions légales et l'application de pratiques commerciales sérieuses.

MCH Group offre à ses collaborateurs/trices des conditions de travail attrayantes, basées sur une culture de la motivation et de la responsabilité individuelle tournée vers la réussite. Ils sont soutenus dans leur perfectionnement par des programmes de formation initiale et continue internes et externes.

MCH Group soutient différentes institutions et organisations dans le domaine social, culturel et sociétal, sans lier ce soutien à une contrepartie.

MCH Group détient environ 250 marques déposées dont il vérifie régulièrement et activement la protection. Il s'engage en outre sous une forme unique en son genre, dans le cadre du Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie, Baselworld, en faveur de la protection de la propriété intellectuelle et du commerce équitable.

Avec le rapport de développement durable, MCH Group veut renforcer le dialogue avec ses groupes de parties prenantes car ils ont une influence déterminante sur les performances économiques, écologiques et sociales de l'entreprise et, en même temps, ils sont touchés par celles-ci.

Contenus du rapport et reporting (G4 – 18, G4 – 25, G4 – 26)

Avec le reporting de développement durable conforme aux directives GRI, MCH Group veut renforcer le dialogue régulier et systématique avec ses principaux groupes de parties prenantes. Ceux-ci sont également impliqués dans la définition des contenus et la mise en œuvre du rapport de développement durable.

Pour le premier rapport de développement durable portant sur l'exercice 2013, MCH Group a défini les groupes de parties prenantes internes et externes qui sont impliqués dans le processus de reporting de développement durable parce qu'ils ont une influence déterminante sur les performances économiques, écologiques ou sociales de MCH Group et sont en même temps touchés par celles-ci. Il s'agit entre autres des groupes suivants: direction et collaborateurs, actionnaires, clients, partenaires et fournisseurs (cf. page 8).

Pour définir les contenus du rapport et sa mise en œuvre, MCH Group suit la procédure proposée par la GRI:

1. Détermination: lors de la préparation du rapport, des représentantes et représentants des groupes de parties prenantes internes et externes sont impliqués dans la définition des aspects à traiter dans des réunions et des entretiens individuels ainsi que (pour la première fois

pour le rapport de développement durable 2014) des sondages. Il est principalement question de la pertinence des aspects et de leur présentation dans le reporting de développement durable.

2. Définition des priorités: dans le classement des aspects par priorité, il est fait en sorte que ce premier rapport aborde des thèmes qui sont importants pour les parties prenantes internes et externes et qui peuvent faire l'objet d'un rapport. Les critères décisifs pour la définition de la priorité des thèmes sont l'importance de leurs effets économiques, écologiques et sociaux à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise ainsi que leur influence sur les jugements et les décisions des parties prenantes.
3. Validation: les commentaires de tous les groupes de parties prenantes sont pris en compte dans la définition et la mise en œuvre des contenus du rapport. L'Executive Board et le Conseil d'administration de MCH Group SA approuvent le rapport de développement durable avant sa publication.
4. Vérification: après la publication du rapport, ses contenus sont vérifiés par les groupes de parties prenantes impliqués et les résultats seront pris en compte dans la préparation du prochain rapport.

Pour la préparation du premier rapport de développement durable portant sur l'exercice 2013, les aspects à traiter dans le rapport ont été discutés avec des représentantes et représentants des groupes de parties prenantes internes et externes dans des réunions et des entretiens individuels.

Ces entretiens ont été poursuivis dans la perspective du présent rapport de développement durable 2014. En outre, les groupes de parties prenantes impliqués ont été interrogés notamment sur la pertinence et la substance des aspects qui y sont traités dans le cadre d'un sondage individuel sur le rapport de développement durable 2013.

Les groupes de parties prenantes impliqués ont confirmé que les aspects traités sont d'une grande pertinence, ainsi par exemple la performance économique pour les clients et les actionnaires, l'impact écologique et les émissions pour le voisinage, l'emploi pour les collaborateurs (vue d'ensemble et pertinence, voir pages 8 et 9).

En même temps, MCH Group a reçu des suggestions concernant l'approfondissement de certains aspects, lesquelles ont été reprises dans le présent rapport ou le seront dans le prochain.

Sur la base des commentaires des parties prenantes impliquées, deux thèmes ont été renforcés dans le présent rapport de développement durable 2014 par rapport au précédent: d'une part le reporting sur la consommation d'énergie et les émissions, qui est encore plus substantiel en raison de la première comparaison possible des chiffres; et d'autre part le reporting sur les collaboratrices et collaborateurs de MCH Group.

Les parties prenantes impliquées jugent très positivement l'initiative de MCH Group de publier un rapport de développement durable. Le reporting de développement durable est particulièrement apprécié et même, de plus en plus, exigé par différents groupes de clients – par exemple les organisateurs de congrès et les donneurs d'ordre dans le domaine des services événementiels. Son importance s'accroît en conséquence aussi pour les groupes de parties prenantes internes.

Le sondage auprès des parties prenantes a cependant aussi montré que le rapport de développement durable de MCH Group est encore trop peu connu. Il communiquera donc plus largement et plus fortement la publication du présent rapport.

Entreprises (G4–17)

MCH Foire Suisse (Bâle) SA
MCH Foire Suisse (Zurich) SA
MCH Beaulieu Lausanne SA
Rufener Events Ltd
Expomobilia AG
Winkler Multi Media Events AG

Produits et services

«Exhibitions»	env. 40 foires et salons en régie propre (salons professionnels et foires grand public internationaux et nationaux)
«Venues»	Messe Basel Messe Zürich Beaulieu Lausanne
«Event Services»	Management événementiel Construction de stands et aménagements Multimédia

Aspect du développement durable (G4–19)

Economie	<ul style="list-style-type: none"> – Performance économique – Effets économiques indirects
Environnement	<ul style="list-style-type: none"> – Consommation d'énergie – Emissions
Société	<ul style="list-style-type: none"> – Emploi – Formation initiale/continue – Communautés locales – Lutte contre la corruption – Comportement anticoncurrentiel – Compliance (concurrence) – Protection de la propriété intellectuelle, protection des marques – Identification des produits et services – Protection des données clients – Compliance (données clients)

Parties prenantes (G4–24)

Clients	Organisateurs, exposants, visiteurs de foires et d'événements, acheteurs de services événementiels
Environnement	Hôtellerie et restauration, entreprises de transports publiques, police, autorités et organisations politiques, organisations professionnelles, touristiques, environnementales, voisins
Sous-traitants	Secteur de la construction et du second œuvre, énergie, logistique, sécurité, fournisseurs de matériaux, marketing & communication, aménagements, équipement technique
Partenaires	Partenaires officiels de MCH Group (logistique, restauration, nettoyage, etc.)
Organisations	Associations du secteur des foires et de l'événementiel (nationales et internationales)
Actionnaires	Collectivités de droit public et actionnaires privés
Médias	Médias quotidiens/hebdomadaires et spécialisés (presse, radio/TV, en ligne)
Concurrence	Secteur des foires et de l'événementiel (national et international)
Personnel	Direction, collaborateurs, indépendants

Périmètre du rapport au sein de l'organisation (G4–20)
Importance des aspects (✓)

	Entreprise	Produits et services
Performance économique	✓	
Effets économiques indirects	✓	
Consommation d'énergie	✓	✓
Emissions	✓	✓
Emploi	✓	
Formation initiale/continue	✓	
Communautés locales	✓	✓
Lutte contre la corruption	✓	
Comportement anticoncurrentiel	✓	
Compliance (concurrence)	✓	
Protection de la propriété intellectuelle, protection des marques	✓	✓
Identification des produits et services	✓	✓
Protection des données clients	✓	✓
Compliance (données clients)	✓	✓

Aspects importants pour les parties prenantes (G4–27)
Top 3

Clients	Effets économiques indirects Identification des produits Protection de la propriété intellectuelle, protection des marques
Environnement	Effets économiques indirects Communautés locales Energie, émissions
Sous-traitants	Performance économique Effets économiques indirects Communautés locales
Partenaires	Performance économique Effets économiques indirects Communautés locales
Organisations	Performance économique Formation initiale et continue Compliance (concurrence)
Actionnaires	Performance économique Effets économiques indirects Communautés locales
Médias	Performance économique Effets économiques indirects Communautés locales
Concurrence	Performance économique Effets économiques indirects Protection de la propriété intellectuelle, protection des marques
Collaborateurs/trices	Emploi Performance économique Identification des produits et services

Plus d'informations sur les parties prenantes ainsi que sur la détermination et la pertinence des aspects du développement durable dans l'annexe, pages 5 – 8.

Economie

Chiffres clés 2014

Manifestations		Résultat	millions de CHF
Foires et salons	78	Compte de résultats	449.4
Exposants	15 607	«Exhibitions»	332.4
Visiteurs	1 939 875	«Venues»	40.5
Surface d'exposition m ² bruts	1 246 544	«Event Services»	76.5
Congrès	30	EBITDA	84.9
Diverses locations de halles/salles	704	EBIT	42.6
Représentations Musical Theater	352	Bénéfice consolidé	32.8
Projets		Bilan	millions de CHF
Management événementiel	65	Total du bilan	877.6
Construction de stands	340	Fonds propres	381.3
Multimédia	900	Capital étranger	496.3
Collaborateurs/trices (permanents)		Cours de l'action	CHF
au 31.12.2013	636	au 31.12.2013	59.55
au 31.12.2014	642	au 31.12.2014	64.80

Des détails concernant l'activité et l'exercice 2014 se trouvent dans le rapport de gestion 2014: www.mch-group.com «News»/«Rapports»

Performance économique

Par rapport aux chiffres d'affaires des sociétés de foires suisse, MCH Group a une part de marché supérieure à 60 % en Suisse. Il compte depuis des années parmi les dix plus grandes sociétés de foires du monde.

Le compte de résultats consolidé 2014 présente, avec des recettes d'exploitation de 449,4 millions de CHF (2013: 472,6 millions de CHF), un bénéfice consolidé de 32,8 millions de CHF (2013: 30,5 millions de CHF).

Le bilan consolidé à fin 2014 s'élève à 877,6 millions de CHF, avec une part de capital étranger de 496,3 millions de CHF et une part de fonds propres de 381,3 millions de CHF. Le ratio de fonds propres est de 43,4 %. Les investissements réalisés se sont élevés en 2014 à 19,0 millions de CHF. Le cours de l'action nominative de MCH Group SA a augmenté de 8,8 % de 59,55 CHF à 64,80 CHF au cours de l'exercice 2014.

En plus du fort cycle de foires (entre autres avec Swissbau, qui ne se tient que tous les deux ans), MCH Group a de nouveau profité dans l'année de référence 2014 d'effets exceptionnels en relation avec le Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie Baselworld, cependant plus dans la même mesure que l'année précédente. Du côté négatif, les amortissements et charges financières pour le nouveau complexe de halles de Messe Basel ont pour la première fois pesé sur les comptes pour une année entière.

Qualité des services

MCH Group veut se caractériser par une qualité des produits et des services de tout premier ordre. Cette qualité constitue la base des facteurs de succès décisifs: la grande importance pour la branche des foires et événements en tant que plateformes de marketing et la satisfaction élevée des clients concernant les prestations de services individuelles.

Les manifestations et prestations de services de MCH Group se distinguent en général par une satisfaction élevée des clients, dont témoignent notamment leur grande fidélité (participation renouvelée à la prochaine édition en tant qu'exposant/visiteur, renouvellement de commande auprès des activités de services) ainsi que les succès dans l'acquisition de nouveaux clients (nouveaux exposants aux foires et salons, nouveaux clients dans les activités de services).

Importance de la branche et satisfaction des clients sont les facteurs-clés de réussite pour MCH Group. Ceux-ci sont basés sur la qualité hors pair des produits et des services.

La satisfaction des clients est particulièrement élevée pour les foires leaders au niveau international dans les domaines de l'horlogerie/bijouterie et de l'art/du design. Avec le nouveau complexe de halles de Messe Basel, une amélioration marquante de la qualité de l'infrastructure a été atteinte à Bâle. L'infrastructure externe (offre d'hôtellerie/restauration) est jugée de façon plutôt critique, car insuffisante eu égard à la qualité des salons mondiaux, mais elle est en constante amélioration grâce à l'extension de l'offre.

Dans l'activité de base foires et salons, les sondages auprès des exposants et des visiteurs ainsi que les organes consultatifs des exposants et le contact avec les organisations professionnelles jouent un rôle central pour l'évaluation de la qualité et l'évolution conceptuelle des manifestations. Une gestion des grands comptes ciblée et coordonnée permet un entretien permanent de la relation client. Des offres de formation pour aider les exposants à optimiser leur participation aux foires contribuent également à améliorer la satisfaction des clients.

A l'occasion de chaque foire, des sondages élaborés, effectués et évalués de manière professionnelle en collaboration avec des partenaires externes sont réalisés auprès des exposants et des visiteurs. Ceux-ci renseignent non seulement sur la structure de la clientèle (origine géographique, compétence décisionnelle, intention de participer à la prochaine édition), mais aussi sur la réalisation des objectifs et la satisfaction des clients. Des représentants importants des exposants forment en général un organe consultatif (conseil consultatif, comité) qui joue un rôle décisif en particulier dans les questions de conception. L'entretien de contacts avec les organisations professionnelles qui soutiennent activement les manifestations en tant que coorganisatrices ou partenaires de parrainage est également une importante source d'impulsions.

MCH Group a mis au point un modèle qui aide à comprendre, exploiter et développer le mode d'action d'une participation à une foire comme programme d'action marketing intégré et intégrant: le modèle des 5C, dont les 5 «C» sont les initiales de Commerce, Content, Community, Communication et Context.

Le modèle des 5C soutient le pilotage aussi bien stratégique que conceptuel des produits – et donc le développement global du portefeuille. Il fonctionne comme un «cockpit» multidimensionnel qui permet de contrôler en continu les éléments fondamentaux d'une foire et d'anticiper à temps les tendances. Il sert aussi à définir et élaborer les points forts conceptuels d'une manifestation et aide à évaluer les développements et les innovations selon un système standardisé.

Dans les domaines Evénements organisés par des tiers et événementielle et Services événementiels, la satisfaction des clients est mesurée par un entretien personnel avec les clients (organisateur, loueurs d'infrastructure, donneurs d'ordre) et des enquêtes clients standardisées.

Les résultats des sondages et des contacts avec les clients servent de base à la définition et à la mise en œuvre de mesures visant à améliorer encore la satisfaction des clients.

Le Congress Center Basel possède le label de qualité QIII de la Fédération suisse du tourisme et travaille avec le système de management ISO 9001 certifié par l'Association Suisse pour Systèmes de Qualité et de Management SQS.

Influence du changement climatique

Les changements climatiques ne représentent pas un risque direct pour les activités de MCH Group.

Les risques réglementaires peuvent avoir une influence directe sur le résultat financier de MCH Group, notamment en occasionnant des coûts croissants (par exemple dans l'approvisionnement en énergie ou dans l'entretien des infrastructures). Un renchérissement des dépenses des exposants pour leur participation à une foire (par exemple dans la construction de stands ou dans la mobilité) peut aussi avoir des conséquences pour MCH Group, les exposants réduisant leur budget foires en conséquence, voire renonçant à une participation.

La possibilité de proposer de nouvelles technologies, produits et services permettant de répondre aux défis liés au changement climatique offre cependant aussi des chances à MCH Group. Les changements engendrent toujours un besoin d'information. Ils fournissent donc du «contenu» que MCH Group peut, en tant qu'organisateur de manifestations, exploiter pour développer ses plateformes de marketing et de communication. Anticiper les changements suffisamment à l'avance permet à l'entreprise de bénéficier de l'«avantage du premier entrant» par rapport à la concurrence et de renforcer sa position sur le marché grâce à la compétence spécifique acquise.

Chaîne de création de valeur, fourniture de prestations et groupes de sous-traitants

Chaîne de création de valeur	Organisateur ►	Infrastructure ►	Management événementiel ►	Construction de stands, aménagements ►	Technique événementielle ►	Autres services ►	Services externes
Prestations de MCH Group							
Prestations de tiers							
Groupes de sous-traitants (liste non exhaustive)	Marketing & communication (agences de publicité/RP/événementielles, étude de marché), produits imprimés (graphisme, impression), plateformes numériques (développement, conception, support), TIC (systèmes, support)	Secteur de la construction et du second œuvre, fournisseurs d'énergie et d'eau, technique du bâtiment, élimination des déchets et nettoyage, sécurité, logistique	Placement d'artistes/ de personnel, agences de communication (imprimée, numérique)	Fournisseurs de matériaux (métal, bois, pierre, verre, etc.), conception, planification, production et montage	Equipement technique (image, lumière, son, effets spéciaux), prestations de création et de mise en scène	Logistique Traiteur, personnel de stand	Hôtellerie et restauration, transport

La part de MCH Group ou de tiers à la chaîne de création de valeur peut être très différente selon les manifestations: pour les foires et salons en régie propre sur ses propres sites, MCH Group fournit les prestations d'organisateur et d'exploitant de l'infrastructure, pour les foires et salons en régie propre sur d'autres sites seulement celles d'organisateur. Pour les foires et salons organisés par des tiers, la prestation de MCH Group se limite essentiellement à la mise à disposition de l'infrastructure.

Aussi bien pour les foires et salons en régie propre que pour ceux organisés par des tiers, MCH Group peut fournir des prestations de services individuelles aux entreprises exposantes, par exemple dans le domaine de la construction de stands et des aménagements. Les exposants sont cependant libres de se procurer ces prestations de services auprès de MCH Group ou d'autres fournisseurs. A cela s'ajoutent d'autres services en relation avec la participation à une foire que MCH Group n'offre pas (p. ex. traiteur) ainsi que des services externes (p. ex. hôtellerie/restauration).

Les différents acteurs de la chaîne de création de valeur sont les sous-traitants des prestataires de services précédents et les donneurs d'ordre des prestataires de services suivants. Ils ont différents groupes de sous-traitants et la demande pour leurs services peut fortement varier en largeur et en profondeur selon les manifestations.

Là où MCH Group est lui-même prestataire de services, le recours aux groupes de sous-traitants peut également fortement varier. Dans le domaine de l'infrastructure, par exemple, l'éventail des prestations de MCH Group se concentre en grande partie sur le Facility Management, les Facility Services sont en général fournis par des sous-traitants régionaux. En tant qu'organisateur et dans le domaine Event Services, MCH Group peut fournir lui-même une grande partie des prestations des groupes de sous-traitants. Lorsqu'il ne peut pas fournir les prestations lui-même ou seulement en partie, il a également recours en général à des sous-traitants régionaux.

Les foires et événements produisent de grands effets économiques dont les sites profitent à différents niveaux.

Retombées économiques indirectes

Les places de foires de Bâle (depuis 1917), Lausanne (depuis 1919) et Zurich (depuis 1945) sont ancrées historiquement et se sont développées au fil du temps, soutenues par l'engagement du public qui se manifeste entre autres par la participation des collectivités locales dans MCH Group. Les activités principales de MCH Group se concentrent sur ces sites. L'attachement de MCH Group aux sites est étayé par les investissements qu'il y réalise. MCH Group a investi 430 millions de CHF dans le nouveau complexe de halles achevé en 2013 à Bâle. Cette nouvelle construction a créé les conditions infrastructurelles permettant aux grandes foires – au premier rang desquelles Baselworld – de continuer à pouvoir se tenir à Bâle.

Les foires, congrès et événements génèrent de fortes retombées économiques directes et indirectes. Selon différentes études, les sociétés de foires produisent une rentabilité indirecte huit à dix fois supérieure à leur propre chiffre d'affaires.

Seulement environ 20 à 25 % des dépenses auxquelles une entreprise exposante doit faire face dans le cadre d'une participation à une foire reviennent à l'organisateur. 75 à 80 % des dépenses profitent à différents sous-traitants et prestataires de services. C'est ce que montrent de nombreuses études sur les effets économiques de l'industrie des foires et salons, dont une étude commandée par MCH Group en 2006.

En extrapolant les résultats de cette étude aux chiffres actuels, on arrive aux estimations suivantes: pour leur participation à une manifestation de MCH Group sur les sites de Bâle, Lausanne et Zurich, exposants et visiteurs dépensent chaque année environ 3 milliards de CHF. Ces dépenses bénéficient au secteur de la construction et du second œuvre (20 %), au secteur de l'hôtellerie/restauration (30 %), aux entreprises de transport (16 %), au commerce de détail (6 %) ainsi qu'à différents prestataires de services (28 %). Ces effets initiaux génèrent directement et indirectement un chiffre d'affaires d'environ 7 milliards de CHF, ce dont il résulte une création de valeur d'environ 3,5 milliards de CHF. Cela correspond à environ 40 000 emplois et à des recettes fiscales d'environ 560 millions de CHF pour la Confédération, les cantons et les communes.

D'autres effets ne sont pas mesurables en chiffres, en particulier les conséquences positives des foires et salons, en tant que plateformes de marketing pour le secteur correspondant et une participation réussie pour les entreprises exposantes.

Pour les lieux où ils se déroulent, les foires et les congrès font souvent aussi office de phare touristique, en exerçant un rayonnement et une force d'attraction qui se transmettent à la ville ou au pays. La région de Bâle profite ainsi, par exemple, du fait que les manifestations leaders au niveau mondial Baselworld, Art Basel à Bâle, Art Basel à Miami Beach et Art Basel à Hong Kong fassent connaître le nom de sa «ville d'origine» dans le monde entier.

Les foires – en particulier les foires grand public – ont souvent aussi une fonction sociale. Les inaugurations de la Muba, de la Züspa ou du Comptoir Suisse, par exemple, ont le caractère d'événements sociaux régionaux où les représentants du monde de l'économie, de la politique, de la culture et du sport se rencontrent.

Environnement

Dans la catégorie Ecologie, le reporting de développement durable met l'accent sur les centres de foires de Bâle, Lausanne et Zurich qui, en tant que sites de production, représentent de loin la part la plus importante de l'entreprise en ce qui concerne l'efficacité énergétique et les émissions et sont donc d'une grande importance pour l'environnement. Tandis que MCH Group est propriétaire des centres de foires de Bâle et de Zurich, il exploite Beaulieu Lausanne en tant que locataire de l'infrastructure qui appartient à la Fondation de Beaulieu. MCH Group projette de renoncer d'ici la fin 2016 à l'exploitation du bâtiment principal (Congrès et Théâtre Beaulieu) qui devra être reprise par de nouveaux exploitants. Il entend se concentrer à l'avenir à Lausanne sur l'activité foires et l'exploitation des halles d'exposition Sud et Nord.

L'accent est également mis sur l'entreprise de construction de stands Expomobilia dont la stratégie et les mesures de développement durable sont importantes pour de nombreux clients.

MCH Group met à disposition en interne les ressources nécessaires pour permettre, avec des mesures d'économie d'énergie et un tri sélectif des déchets au poste de travail, de réduire au minimum l'impact sur l'environnement. Il encourage un comportement respectueux de l'environnement des collaborateurs – notamment avec le reporting de développement durable conforme aux directives GRI.

MCH Group est engagé dans le Conseil de fondation de la fondation «Pro Aqua – Pro Vita» qui décerne le Prix Environnement Suisse à Swissbau. D'une valeur totale de 50 000.– CHF, le prix de l'environnement est l'un des mieux dotés dans cette catégorie en Suisse.

Messe Basel et Messe Zürich

MCH Group investit en permanence dans l'optimisation de l'efficacité énergétique et la minimisation des émissions sur ses places de foires de Bâle et de Zurich. Les installations existantes sur les sites de MCH Group sont optimisées en permanence en termes de rendement et d'économie d'énergie.

Pour le nouveau complexe de halles de Messe Basel achevé en 2013, tout a été mis en œuvre pour atteindre la meilleure efficacité énergétique possible. La nouvelle construction répond à des normes énergétiques sévères, aussi bien en ce qui concerne l'isolation de l'enveloppe du bâtiment qu'une production respectueuse des ressources de l'énergie thermique et frigorifique nécessaire. Tous les systèmes de chauffage, de ventilation et de froid sont commandés en fonction des besoins et la chaleur perdue est en grande partie récupérée.

L'organisme de certification Minergie de Bâle-Ville a attribué au nouveau bâtiment de foires le label Minergie BS-054. Ce certificat a été mis au point spécialement pour le nouveau complexe de halles de MCH Messe Basel. Les valeurs cibles de la norme SIA 380/4 concernant l'éclairage et la ventilation/climatisation sont en outre respectées.

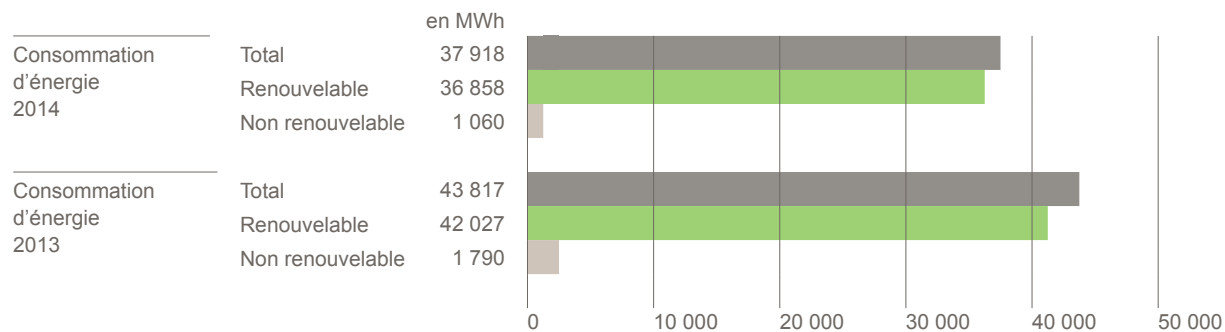
Le trafic de livraison des sites de foires et de congrès de MCH Group est piloté par un régime de circulation via check-point. Un outil logistique en ligne, qui supporte ce régime, a été développé à Bâle: tous les transports vers le site d'exposition doivent être annoncés à l'avance pour un créneau horaire défini. Depuis le check-point qu'ils doivent rejoindre, les chauffeurs sont dirigés à l'heure définie, par un itinéraire également défini, vers la zone de livraison de la halle concernée, où ils doivent décharger ou charger dans un délai imparti. Pour pouvoir piloter ce processus de façon optimale, tous les mouvements sur le site d'exposition sont effectués par le partenaire logistique de MCH Group.

La gestion des déchets lors des manifestations s'effectue selon le principe du pollueur payeur, une élimination sélective et méthodique des déchets étant assurée. MCH Group encourage lors de ses manifestations l'utilisation des moyens de transports publics en proposant des tickets combinés spéciaux.

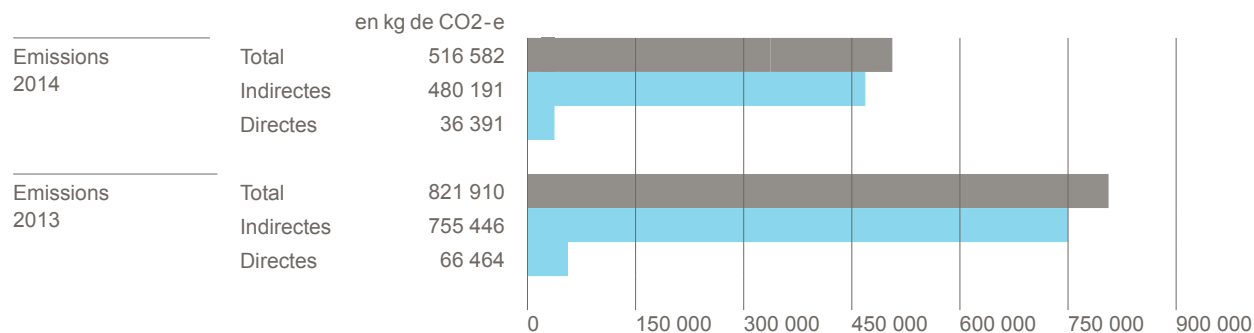
Dès 1999, une installation photovoltaïque avec végétalisation intégrée de la toiture a été installée sur le toit de la Halle 1 à Bâle pour exploiter l'énergie solaire. D'une surface de panneaux de 1 900 m², elle a une production annuelle de 215 000 kWh par an. Une installation quatre fois plus grande a été construite sur le toit végétalisé du nouveau complexe de halles de Messe Basel achevé en 2013. Cette installation photovoltaïque, qui a été réalisée en coopération avec un investisseur, injecte chaque année environ 1 080 000 kWh d'électricité dans le réseau d'IWB (Industrielle Werke Basel). MCH Group soutien en outre la plateforme «Wettstein 21» qui est responsable de l'installation d'une nouvelle installation photovoltaïque sur le toit du Congress Center Basel. Celle-ci a été réalisée fin 2014 et fournira chaque année environ 180 000 kWh d'électricité.

Une installation photovoltaïque de 1 200 m² de panneaux et d'une puissance de 150 000 kWh par an est en service depuis 2009 sur le toit de Messe Zürich.

Consommation d'énergie Messe Basel, Messe Zürich, Beaulieu Lausanne



Emissions Messe Basel, Messe Zürich, Beaulieu Lausanne



Energie et émissions Messe Basel, Messe Zürich et Beaulieu Lausanne

Les trois sites de foires de Bâle, Zurich et Lausanne ont consommé au total 37 918 MWh d'énergie en 2014 (bâtiments administratifs compris). La part des énergies renouvelables consommées a représenté 97,2 %. Les émissions se sont élevées au total à 516 582 kg de CO₂-e.

La consommation d'énergie a diminué de 13,5 %, les émissions de 37.1 % par rapport à l'année précédente.

Sur les trois sites, la consommation d'énergie et les émissions dans l'année de référence 2014 ont été inférieures aux valeurs de l'année précédente. Cela, bien que les chiffres clés de l'activité foires (nombre d'exposants et surface d'exposition) à Bâle et à Zurich aient été supérieurs à ceux de 2013. Les conditions météorologiques avec la très chaude année 2014 ont certainement contribué à la réduction de la consommation d'énergie, mais celle-ci laisse supposer aussi une amélioration de l'efficacité énergétique.

Des informations sur la consommation d'énergie et les émissions de Messe Basel, Messe Zürich et Beaulieu Lausanne se trouvent aux pages 16 – 18.

Détails sur la consommation d'énergie et les émissions en annexe, pages 9 – 13.

Construction de stands

L'entreprise de construction de stands Expomobilia attache une grande importance à la construction de stands ayant une longue durée de vie et une capacité élevée de réutilisation, en proposant notamment un large choix de matériaux réutilisables ou biodégradables ainsi que des luminaires équipés de sources lumineuses à grande longévité et faible consommation électrique.

Un ordinateur conçu spécialement par Expomobilia en collaboration avec myclimate, la fondation suisse à but non lucratif pour la protection volontaire du climat, pour établir un bilan carbone des stands de foires et des aménagements intérieurs, aide les clients à concevoir des stands respectueux du climat à 100 %. Cet engagement en faveur de l'environnement a valu à Expomobilia une distinction.

Expomobilia exploite sur ses sites d'Effretikon et Fehraltorf deux installations photovoltaïques d'une surface totale de 3 000 mètres carrés. Elles produisent en moyenne 435 MWh par an.

En 2014, Expomobilia a couvert tous ses besoins en électricité avec du courant vert suisse, acheté auprès du spécialiste indépendant FAIR POWER. Le certificat FAIR POWER garantit que ce courant est produit de manière écologique et injecté dans le réseau pour Expomobilia. Le CO₂ issu de la production d'énergie hydraulique est entièrement compensé via la Fair Recycling Foundation. L'achat de courant vert a permis d'économiser 169 tonnes de CO₂-e par rapport au courant du marché.

Pour chauffer ses bâtiments, Expomobilia utilise le réseau de chauffage à distance qui est exploité par les usines d'électricité du canton de Zurich.

Des informations sur la consommation d'énergie et les émissions d'Expomobilia se trouvent à la page 19.

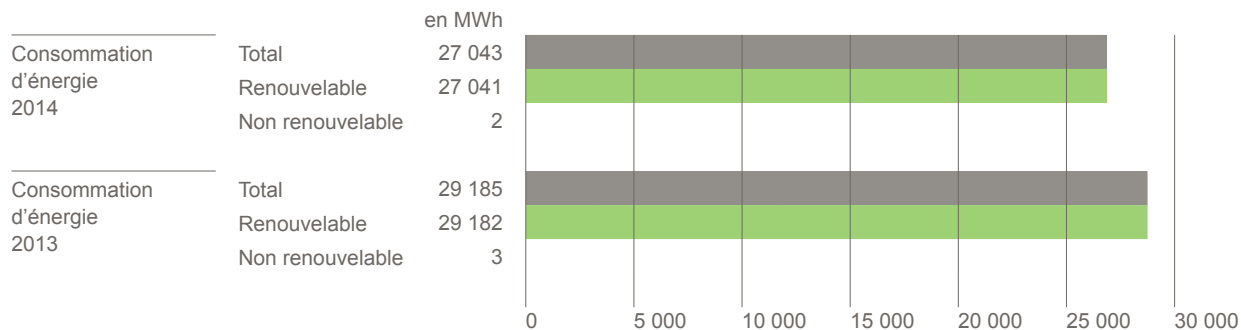
Messe Basel

Messe Basel a une surface d'exposition totale de 141 000 m², dont 122 000 m² dans les deux halles principales 1 et 2. Messe Basel comprend également le Congress Center Basel de 25 salles et d'une capacité pouvant atteindre 3 000 personnes ainsi que le Musical Theater Basel offrant 1 500 places assises.

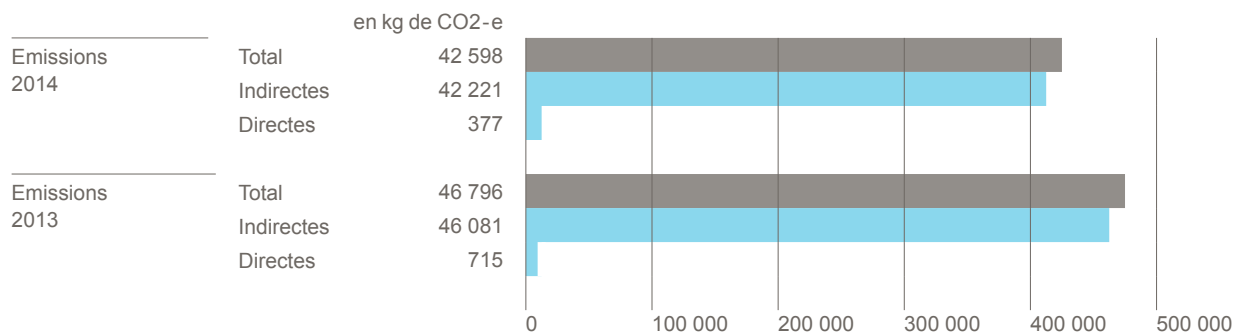
La partie nord de la Halle 1 a été mise en service en 1999, la partie sud en 2013. L'ensemble du complexe satisfait des exigences élevées de fonctionnement et d'exploitation. La nouvelle construction mise en service en 2013 a obtenu le label Minergie BS-054.

Chiffres clés	2014	2013
Foires et salons	21	21
Exposants	6 124	5 730
Visiteurs	811 030	777 373
m ² de surface d'exposition	584 205	555 481
Autres événements	349	374
Visiteurs	278 549	254 934

Consommation d'énergie Messe Basel



Emissions Messe Basel



Energie et émissions

Avec Swissbau, qui se tient tous les deux ans, 2014 a été une année forte pour Messe Basel (nombre d'exposants, surface d'exposition). La consommation d'énergie et les émissions ont néanmoins diminué de 7,3 % et 9,0 %, respectivement, en 2014 par rapport à l'année précédente.

La consommation énergétique totale en 2014 est avec 27 043 MWh de loin la plus élevée des trois sites d'exposition de MCH Group. En même temps, les émissions de CO₂ sont les plus faibles en comparaison avec les autres sites.

L'énergie utilisée pour l'électricité et le chauffage à distance provient à presque 100 % de sources d'énergie renouvelables. Les émissions directes sont très faibles étant donné que les bâtiments sont chauffés à presque 100 % avec de la chaleur à distance renouvelable. La chaleur à distance fournie par IWB est neutre en CO₂. Les émissions indirectes mentionnées proviennent de la mise à disposition du courant.

537 MWh d'énergie ont été consommés dans les bâtiments administratifs de MCH Group à Bâle dans l'année de référence (2013: 522 MWh), qui provenaient à 100 % de sources d'énergie renouvelables. Cette consommation d'énergie est indiquée dans le tableau de Messe Basel.

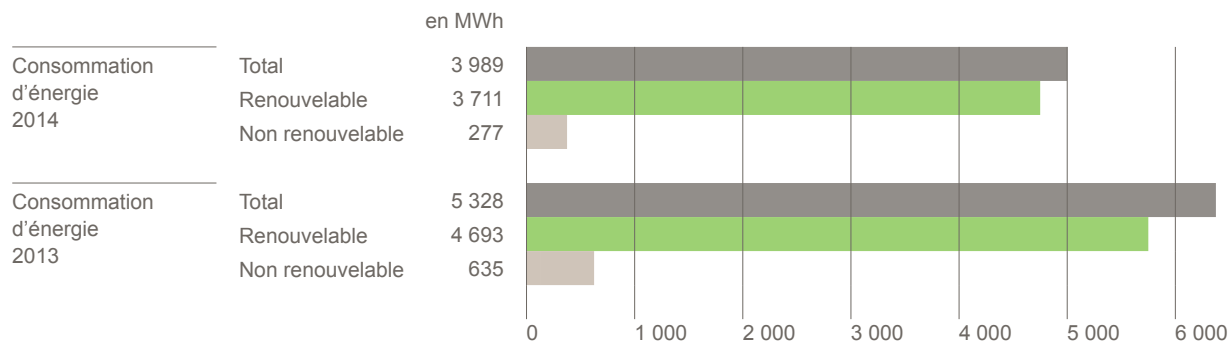
Messe Zürich

Messe Zürich a une surface d'exposition totale de 30 000 m². Environ 27 000 m² se trouvent dans les Halles 1 à 7 dans le bâtiment principal, auxquelles s'ajoute la Halle 9 indépendante d'environ 3 000 m². Le bâtiment principal contient en outre sept petites salles de conférence pour 30 à 80 personnes. Messe Zürich comprend également le Theater 11 Zürich offrant 1 500 places assises.

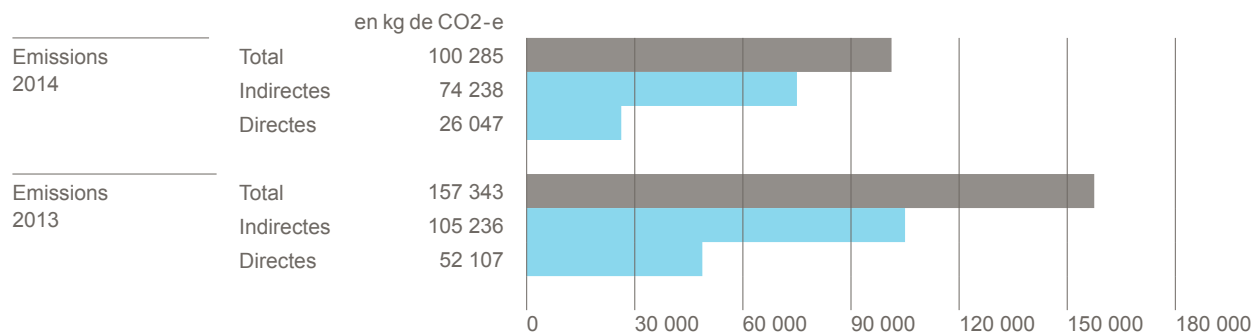
Le bâtiment principal d'exposition mis en service sous sa forme actuelle en 1998 se caractérise par sa grande fonctionnalité qui se reflète dans un taux d'occupation très élevé.

Chiffres clés	2014	2013
Foires et salons	34	34
Exposants	6 567	6 014
Visiteurs	623 796	616 492
m ² de surface d'exposition	382 394	349 380
Autres événements	499	471
Visiteurs	244 500	184 000

Consommation d'énergie Messe Zürich



Emissions Messe Zürich



Energie et émissions

Bien que les chiffres clés des manifestations aient légèrement augmenté en 2014 par rapport à l'année précédente (plus d'exposants et de surface d'exposition), la consommation d'énergie et les émissions ont été nettement inférieures en 2014 par rapport à 2013.

Messe Zürich a enregistré en 2014 une consommation d'énergie totale de 3 989 MWh, soit une baisse de 25,1 % par rapport à 2013. La part de la consommation d'énergie renouvelable par rapport à la consommation d'énergie totale est passée de 88,1 % l'année précédente à 93,0 %.

Les émissions de 100 285 kg de CO₂-e ont diminué d'environ un tiers par rapport à 2013. Conséquence de la réduction de la consommation d'énergie non renouvelable, les émissions directes sont également nettement inférieures à celles de l'année précédente; elles sont dues surtout à la plus faible consommation de combustibles non renouvelables (essence et diesel ainsi que presque 50 % de fioul en moins). L'achat de chaleur à distance est la cause principale des émissions indirectes.

Beaulieu Lausanne

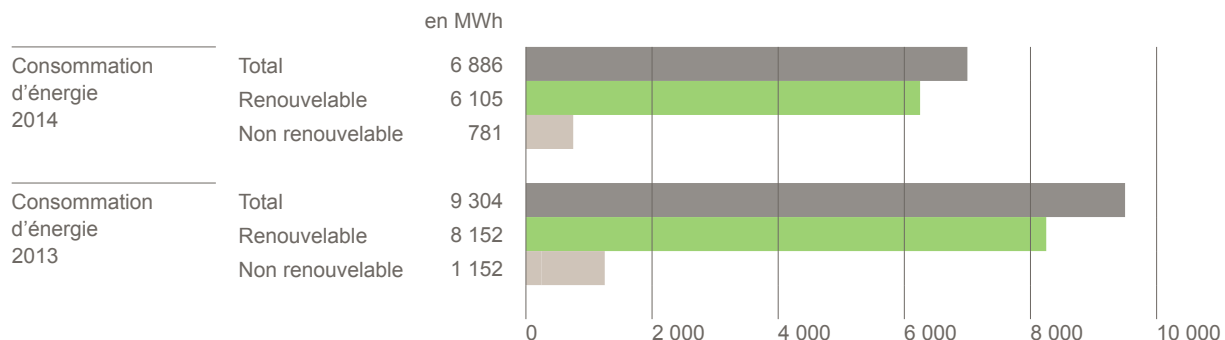
La propriétaire de la place de foires Beaulieu Lausanne est la Fondation de Beaulieu. MCH Group exploite le centre de foires Beaulieu Lausanne depuis 2009 en tant que locataire pour le compte de la Fondation de Beaulieu. MCH Group projette de renoncer à l'exploitation du «bâtiment principal» (Congrès Beaulieu Lausanne et Théâtre Beaulieu Lausanne) d'ici la fin 2016; celle-ci sera reprise par de nouveaux exploitants. MCH veut ensuite se concentrer sur l'activité foires et l'exploitation des halles d'exposition Nord et Sud.

Expo Beaulieu Lausanne a une surface d'exposition totale de 50 500 m², dont 11 000 m² dans les halles Sud achevées en 2011. Congrès Beaulieu Lausanne comprend 34 salles de congrès et de conférence d'une capacité pouvant atteindre 5 400 personnes. Le Théâtre Beaulieu Lausanne offre 1 844 places assises.

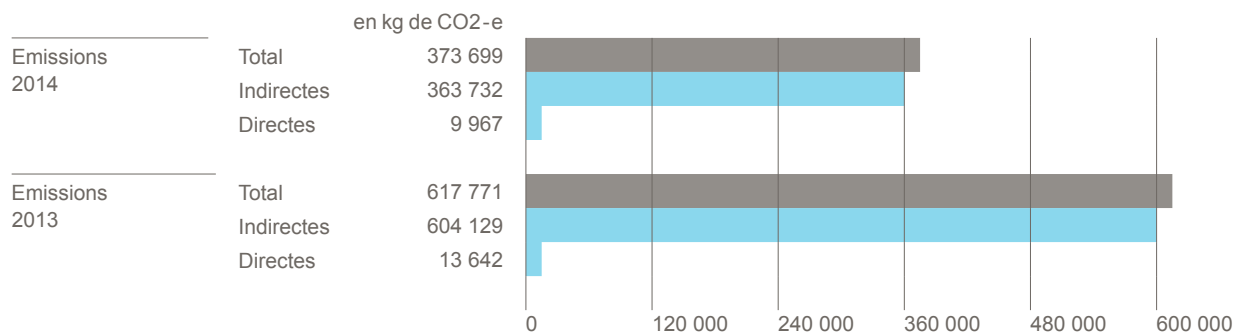
Le complexe de halles Nord – environ 17 500 m² de surface d'exposition – ainsi que le bâtiment principal comprenant la zone de congrès et le théâtre ne répondent plus à tous points de vue aux exigences actuelles. Il n'existe cependant pas encore de projets concrets de rénovation.

Chiffres clés	2014	2013
Foires et salons	20	25
Exposants	2 359	2 694
Visiteurs	331 249	350 273
m ² de surface d'exposition	188 483	202 422
Autres événements	238	325
Visiteurs	157 163	165 659

Consommation d'énergie Beaulieu Lausanne



Emissions Beaulieu Lausanne



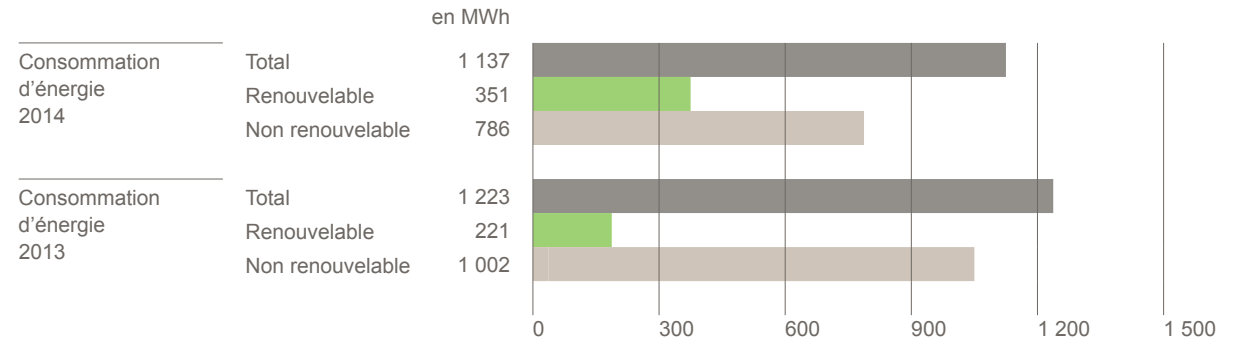
Energie et émissions

La réduction sensible de la consommation d'énergie et des émissions en 2014 par rapport à l'année précédente est en partie due à la baisse des chiffres clés de l'activité d'organisateur (moins de foires, d'exposants, de surface d'exposition).

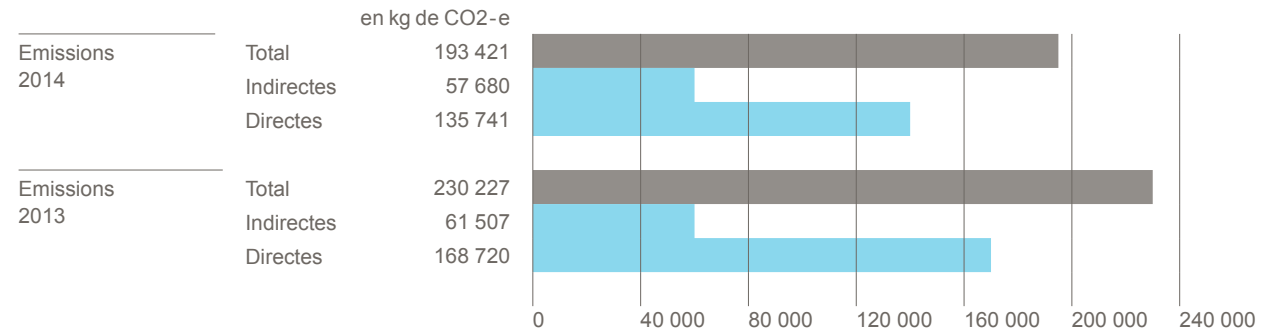
La consommation énergétique totale de la place de foires Beaulieu Lausanne en 2014 a atteint 6 886 MWh, ce qui représente une réduction de 26,0 % par rapport à l'année précédente. La part des énergies renouvelables dans la consommation énergétique totale a été de 88,7 % et est restée à peu près la même qu'en 2013 (87,6 %).

Les émissions de Beaulieu Lausanne de 2013 ont été recalculées suite à la correction de données inexactes dans le mix électrique et à l'actualisation du facteur d'émission pour la chaleur à distance du fournisseur d'énergie. Les émissions totales de 373 699 kg de CO₂-e ont été réduites d'environ 40 % par rapport à 2013. La majeure partie des émissions indirectes provient de l'achat de chaleur à distance auprès de l'usine d'incinération des ordures ménagères de la ville de Lausanne.

Consommation d'énergie Expomobilia



Emissions Expomobilia



Energie et émissions

Expomobilia

Créée en Suisse en 1973, Expomobilia est spécialisée dans la construction de stands d'exposition et d'aménagements intérieurs – design, conception, production et montage. Les unités de production, de l'atelier graphique à la serrurerie, sont réunies sous un même toit et étroitement interconnectées.

En 2014, Expomobilia a réalisé 340 projets (2013: 337), dont 266 en Suisse (2013: 247). La plupart de ces projets recouvraient toute la gamme de prestations, du design à la production et au montage.

La consommation énergétique totale d'Expomobilia sur ses sites d'Effretikon et Fehraltorf s'est élevée à 1 137 MWh en 2014, soit une baisse de 7,0 % par rapport à 2013. La part de 69,1 % (2013: 81,9 %) d'énergie non renouvelable dans la consommation totale est due à l'achat de chaleur à distance auprès de la centrale de cogénération de Langhag des usines d'électricité du canton de Zurich, qui fonctionne au gaz naturel.

Ce fait a un impact sur les émissions indirectes qui ont représenté 29,8 % des émissions totales de 193 421 kg de CO₂-e dans l'année de référence (2013: 26,7 % de 230 227 kg de CO₂-e).

La cause principale des émissions directes est la consommation de carburants non renouvelables (fioul sur un site ainsi qu'essence et diesel pour les véhicules).

En 2014, Expomobilia a couvert tous ses besoins en électricité avec du courant vert suisse, acheté auprès du spécialiste indépendant FAIR POWER.

Collectivité

Compte tenu des intérêts économiques liés à l'activité de MCH Group sur ses sites, de la participation des collectivités locales dans l'entreprise et de la grande importance de l'infrastructure externe pour l'activité de MCH Group, celui-ci s'engage dans des institutions économiques et de promotion des différents sites, par exemple en les soutenant de manière active et transparente par une participation ou un partenariat dans des projets spécifiques (cf. annexe page 4).

Dans les questions politiques qui concernent directement l'entreprise, MCH Group défend publiquement ses points de vue. Il ne s'immisce pas dans les discussions politiques qui ne touchent pas l'entreprise et ses activités.

Les retombées économiques de l'activité de MCH Group et la proclamation de son attachement aux sites sont décrites au chapitre «Economie» (pages 10 à 13).

En matière d'engagements de sponsoring, MCH Group observe une certaine réserve car il est tributaire de contributions des collectivités publiques en relation avec les gros investissements dans l'infrastructure, est lui-même partenaire de sponsors dans de nombreuses manifestations. Il fait une distinction entre engagements de sponsoring avec contreparties (sous forme de communication) et soutiens qui sont accordés sans attendre de contrepartie. Dans les deux cas, les prestations fournies peuvent consister en contributions financières, prestations de services et prestations de matériel (Location Partner).

MCH Group s'engage en tant que partenaire de sponsoring dans les domaines de la société et du social (notamment fondation Theodora, Colour Key Basel), de l'économie (notamment partenaire du Swiss Innovation Forum et de différentes manifestations d'institutions économiques), de la culture (notamment Basel Tattoo, festival Sommerblues, festival de blues de Bâle, radeau culturel «imfluss»), de l'écologie (notamment Plateforme climatique de l'économie de la région de Bâle) et du sport (notamment FC Basel, ZSC Lions, Sm'Aesch Pfeffingen). Les contributions financières et les prestations de services et de matériel fournies ont atteint en 2014 une valeur d'environ 500 000.– CHF.

A côté de cela, MCH Group consacre chaque année un budget de 100 000.– CHF au soutien d'institutions sociales et culturelles dans le voisinage immédiat de ses sites.

Protection des marques

Les marques («brands») de MCH Group constituent une valeur de l'entreprise, même si elles ne sont pas portées au bilan, dépasse de loin les actifs immobilisés. La protection des marques assure une sécurité juridique et montre clairement que MCH Group détient la propriété intellectuelle de la marque correspondante et la protège. A ce jour, quelque 250 marques verbales et figuratives de MCH Group sont déposées auprès de l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle (IPI) à Berne. Toutes ces marques déposées ne sont cependant plus «actives».

Corporate Legal & Management Services contrôle chaque semaine le rapport de l'IPI sur les marques déposées. En cas de violation des marques protégées de MCH Group, le respect de la protection est imposé par des mesures juridiques.

MCH Group est membre de «Stop Piracy», la plateforme suisse de lutte contre la contrefaçon et la piraterie créée en 2005 par l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle. Depuis 30 ans, MCH Group œuvre, dans le cadre du Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie Baselworld, pour la protection de la propriété intellectuelle et soutient la lutte contre les imitations et les contrefaçons. A Baselworld, quiconque voit ses droits de propriété intellectuelle lésés par la présentation d'un objet au salon peut saisir le tribunal d'arbitrage interne au salon, aussi appelé Panel. Le tribunal d'arbitrage décide dans un délai d'un jour si les droits du design, des marques, des brevets d'invention ou des œuvres protégées par le droit d'auteur sont lésés.

Le Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie, Baselworld, est supporter officiel du Responsible Jewellery Council (RJC). Le RJC s'engage pour des pratiques responsables dans l'industrie de la bijouterie – de l'extraction des métaux précieux au commerce de détail en passant par la transformation. Les plus de 300 entreprises certifiées RJC à ce jour s'obligent à respecter des principes éthiques, sociaux, écologiques et en matière de droits de l'homme.

Collaborateurs permanents/sociétés	31.12.2014	31.12.2013
MCH Group SA	22	21
MCH Foire Suisse (Bâle) SA *	284	279
MCH Foire Suisse (Zurich) SA	32	29
MCH Beaulieu Lausanne SA	66	65
Rufener Events Ltd	28	26
Expomobilia AG	101	109
Winkler Multi Media Events AG	90	92
Total *	623	621

* sans Asian Art Fairs Limited

Niveaux hiérarchiques/sexe	31.12.2014		31.12.2013	
	masculin	féminin	masculin	féminin
Conseil d'administration de MCH Group	9	2	9	2
Executive Board MCH Group	5		7	
Directions des filiales	12	3	12	3
Cadres	90	35	92	33
Collaborateurs	275	203	279	195

Nationalités/sexe	31.12.2014		31.12.2013	
	masculin	féminin	masculin	féminin
Suisse	286	187	293	189
Allemagne	57	30	54	27
France	9	11	7	8
Italie	3	4	3	4
Autriche	3	2	3	3
USA	0	3	0	3
Autres	18	10	18	9

Temps consacré à la formation continue (heures)	2014		2013	
	masculin	féminin	masculin	féminin
Cadres supérieurs	50	25	261	41
Cadres moyens	741	189	544	150
Collaborateurs	1 555	542	1 526	514

Emploi

MCH Group soutient une culture de la motivation et de la responsabilité individuelle tournée vers la réussite. Il offre à ses collaborateurs/trices des conditions de travail attrayantes et une rémunération conforme aux usages du marché. Grâce à un système de bonus échelonné, la plus grande partie possible des collaborateurs/trices profite à la fois de la réussite de l'entreprise et de la réalisation des objectifs personnels qui sont fixés en accord avec la hiérarchie. Dans la mesure du possible, des horaires de travail flexibles favorisent l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée.

Formation initiale et continue

MCH Group soutient ses collaborateurs/trices dans leur perfectionnement par des programmes de formation initiale et continue internes et par la participation à des cours et formations externes. Les cadres sont soutenus dans leur développement professionnel et personnel afin de pouvoir fournir les performances qui sont attendues d'eux dans le quotidien professionnel. Un programme interne de développement du leadership étalé sur deux ans, des sessions internes animées par des coaches sur des thèmes sélectionnés ainsi que des formations individuelles sont proposés aux membres de l'encadrement.

Plus d'informations sur l'emploi et sur la formation initiale et continue dans l'annexe, pages 2 – 3 et 14 – 15.

Gouvernance

MCH Group se conforme aux dispositions relatives à la gouvernance d'entreprise définies dans la législation existante et dans les directives de la SIX Swiss Exchange ainsi qu'aux règles de conduite du Code suisse de bonne pratique. Les fondements de l'entreprise tiennent compte de tous les principes qui assurent la direction, le contrôle et la transparence de l'entreprise dans l'intérêt d'une bonne gouvernance d'entreprise.

Des détails concernant la gouvernance d'entreprise se trouvent dans le rapport de gestion 2014:
www.mch-group.com
«News» / «Rapports»

Corruption

Les organisateurs de foires et d'événements sont a priori exposés à un certain risque de corruption passive. Dans l'industrie des foires, il peut arriver que des entreprises exposantes et des sous-traitants cherchent à se procurer des avantages (placement de stand, obtention de commandes, etc.) par de tels moyens. Une telle tentative de corruption aurait une influence significative sur la conception d'une foire qui perdrait en qualité et dont l'existence même serait en fin de compte menacée.

Une convention anti-corruption fait partie depuis 1992 des Conditions générales d'embauche de MCH Group qui sont signées par tous les employés en tant que partie intégrante du contrat de travail.

Les dispositions concernant l'admission des entreprises exposantes sont destinées à assurer la protection contre le risque de corruption passive. Elles sont basées sur des critères clairs qui sont fixés dans le Règlement d'exposition. En font aussi partie des critères qui doivent être remplis par l'exposant, par exemple le respect des droits de l'homme. Pour Art Basel, où la sélection des exposants est effectuée par un panel international, une procédure d'admission en deux étapes avec une instance de recours a été introduite.

Compliance

Il n'y a pas eu en 2014 de soupçons qui auraient rendu nécessaire un examen des sites commerciaux et des pratiques commerciales en ce qui concerne des risques aggravés de corruption. Il n'y a eu aucun cas de corruption avéré.

Le respect de la loi sur les cartels et des dispositions de la Commission suisse de la concurrence (COMCO) est activement soutenu et assuré par Corporate Legal & Management Services. Aucune procédure pour comportement anti-concurrentiel ou formation de cartel ou de monopole n'a été engagée contre MCH Group en 2014.

Aucune amende ni autre sanction pénale pour violation de lois, de prescriptions ou de codes de conduite n'a été prononcée à l'encontre de MCH Group en 2014

- concernant des conséquences de produits et services sur la sécurité et la santé des personnes;
- concernant la vente de produits et services interdits ou controversés;
- en relation avec des activités de publicité, de promotion des ventes et de sponsoring;
- concernant la violation de la sphère privée des clients et la perte de données des clients;
- concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et services.

Index de contenu GRI



DMA N° de GRI	Eléments d'information sur l'approche managériale Eléments d'information ou renvoi au(x) rapport(s)/page(s)	
	RD = Rapport de développement durable AN = Annexe au RD RA = Rapport annuel RF = Rapport de finance RR = Rapport de rémunération	
<hr/>		
Eléments généraux d'information		
<hr/>		
Analyse et stratégie		Contrôle
G4-1	RD 4-5 RA 8-9, 14-15	Aucun
<hr/>		
Profil de l'organisation		Contrôle
G4-3	RD 29	Aucun
G4-4	RD 10 RA 12-13	Aucun
G4-5	RD 29	Aucun
G4-6	RA 18-39, 43	Aucun
G4-7	RA 43-44	Aucun
G4-8	RD 10-13 RA 12-13, 18-39	Aucun
G4-9	RD 21 AN 2 RA 12-13 RF 4-5, 22	Aucun
G4-10	RD 21 AN 2-3	Aucun
G4-11	AN 3	Aucun
G4-12	RD 12	Aucun
G4-13	Pas de changements structurels substantiels	Aucun
G4-14	RA 46-49	Aucun
G4-15	RD 20-21	Aucun
G4-16	AN 4	Aucun

Aspects et périmètres pertinents		Contrôle
G4-17	RD 8	Aucun
G4-18	RD 7	Aucun
G4-19	RD 8 AN 5	Aucun
G4-20	RD 9 AN 5	Aucun
G4-21	AN 5	Aucun
G4-22	Aucun	Aucun
G4-23	Aucun	Aucun

Intégration des parties prenantes		Contrôle
G4-24	RD 8	Aucun
G4-25	RD 7	Aucun
G4-26	RD 7	Aucun
G4-27	RD 9 AN 6-8	Aucun

Périmètre du rapport		Contrôle
G4-28	Période du rapport: 01.01.2014 - 31.12.2014	Aucun
G4-29	Publication du dernier rapport: 30.04.2013	Aucun
G4-30	Cycle du rapport: annuel	Aucun
G4-31	RD 29	Aucun
G4-32	RD 3, «Core»	Aucun
G4-33	Pas de contrôle externe	

Gouvernance		Contrôle
G4-34	RA 46-57	Aucun

Ethique et intégrité		Contrôle
G4-56	RD 4-6	Aucun

Economie

Performance économique

DMA Importance de l'aspect:
L'objectif premier de MCH Group est la sécurisation à long terme du succès de l'entreprise dans l'intérêt de toutes les parties prenantes. MCH Group entend consolider sa position de leader du marché en tant qu'entreprise de live marketing au niveau national et international par une stratégie de croissance qui s'appuie sur le renforcement et le développement du portefeuille de foires et salons nationaux et internationaux ainsi que sur la diversification dans le domaine des prestations de services pour les foires et salons. Il tient compte ce faisant de ses objectifs de développement durable en matière économique, écologique et sociale.

Mesures, procédure, responsabilités:

Les objectifs sont ancrés dans la stratégie – stratégie d'entreprise et stratégie de développement durable – ainsi que dans l'organisation, les processus et les structures. Des mesures pour mettre en œuvre la stratégie sont définies et assurent son application ciblée. MCH Group se veut un employeur moderne et attractif. Les prestations sociales correspondent au moins aux prescriptions légales. L'entreprise dispose d'une gestion globale des risques qui est régulièrement revue par les membres de l'organe supérieur de contrôle. Le Conseil d'administration surveille la stratégie et sa mise en œuvre ainsi que la performance économique.

Résultat:

MCH Group rend compte du résultat économique en publiant un rapport annuel et semestriel. L'entreprise a publié un rapport sur sa performance de développement durable pour la première fois en 2013. Ce rapport est établi une fois par an. L'entreprise, sa performance économique et sa performance de développement durable se développent en fonction des objectifs quantitatifs et qualitatifs. L'organe supérieur de direction et de contrôle pour la stratégie et la réalisation des objectifs économiques est le Conseil d'administration.

G4 – EC1	RD	10 – 13, 20	Omission/Contrôle
	RA	8 – 9	Aucun(e)
	RF	4 – 5	
G4 – EC2	RD	11	Aucun(e)
G4 – EC3	RF	12, 8 – 9	Aucun(e)
G4 – EC4	RF	12, 28	Aucun(e)

Impacts économiques indirects

DMA Importance de l'aspect:
Les foires, congrès et événements génèrent de fortes retombées économiques directes et indirectes. MCH Group est très attaché à ses propres sites d'infrastructures, leur assure les retombées économiques générées par ses activités («rentabilité indirecte») et les renforce dans la compétition entre les places économiques. Il entretient le partenariat entre secteur privé et public qui est structurellement ancré en lui.

Mesures, procédure, responsabilités:

MCH Group défend les intérêts des sites et préserve les fortes retombées économiques que génèrent ses activités sur les places de foires et de congrès. La défense des intérêts des sites est assurée par la participation à 49 % des cantons de Bâle-Ville, Bâle-Campagne, Zurich et de la ville de Zurich dans la société holding ainsi que par la représentation des collectivités de droit public dans son Conseil d'administration. MCH Group s'engage en même temps dans différentes associations et organisations de ses régions d'implantation. D'importantes problématiques liées aux impacts sur l'environnement ou le trafic (logistique des foires, par exemple) sont réglées par l'intégration des sites.

Résultat:

Selon des études, les foires produisent pour le site concerné une rentabilité indirecte huit à dix fois supérieure à leur chiffre d'affaires (impacts positifs). Les mesures prises et l'impact de l'infrastructure sur l'environnement sont présentés en détail avec les aspects «Energie» et «Emissions». Une collaboration efficace est établie avec les autorités.

G4 – EC7	RD	10 – 13, 20 – 22	Omission/Contrôle
			Aucun(e)
G4 – EC8	RD	10 – 13, 20 – 22	Aucun(e)
			Aucun(e)

Environnement	
Energie	
DMA	<p>Importance de l'aspect: MCH Group est présent avec une infrastructure importante sur les sites d'exposition de Bâle, Lausanne et Zurich. Les sites de production de l'entreprise représentent de loin la part la plus importante de la consommation d'énergie et des émissions et sont donc d'une grande importance pour l'entreprise et l'environnement.</p> <p>Mesures, procédure, responsabilités: MCH Group investit en permanence dans l'optimisation de l'efficacité énergétique et dans la minimisation des émissions de son infrastructure, en exploitation comme en production. Au sein de MCH Group, le responsable de l'infrastructure d'exposition est le directeur de la Division «Venues».</p> <p>Résultats: La consommation énergétique totale de Messe Basel en 2014 est avec 29 185 MWh de loin la plus élevée des trois sites d'exposition de MCH Group. L'énergie utilisée pour l'électricité et le chauffage à distance provient à presque 100 % de sources d'énergie renouvelables. Chez Messe Basel et Messe Zurich sont installés des panneaux photovoltaïques qui fournissent chaque année environ 1 625 MWh d'énergie. En 2014, l'entreprise de construction de stands Expomobilia a couvert tous ses besoins en électricité avec du courant vert suisse, acheté auprès du spécialiste indépendant FAIR POWER.</p>
G4 – EN3	<p>RD 14 – 19 AN 9 – 10</p> <p>Omission/Contrôle Aucun(e)</p>

Emissions

DMA	<p>Importance de l'aspect: MCH Group est présent avec une infrastructure importante sur les sites d'exposition de Bâle, Lausanne et Zurich. Les sites de production de l'entreprise représentent de loin la part la plus importante de la consommation d'énergie et des émissions et sont donc d'une grande importance pour l'entreprise et l'environnement.</p> <p>Mesures, procédure, responsabilités: MCH Group investit en permanence dans l'optimisation de l'efficacité énergétique et dans la minimisation des émissions de son infrastructure, en exploitation comme en production. Au sein de MCH Group, le responsable des sites d'exposition est le directeur de la Division «Venues», celui des initiatives et mesures dans les sociétés de services le directeur de la division «Event Services».</p> <p>Résultats: Les émissions de CO2 du site d'exposition de Bâle, le plus grand et le plus gros consommateur d'énergie, sont les plus basses comparées à celles des autres sites. L'énergie utilisée pour l'électricité et le chauffage provient à presque 100 % de sources d'énergie renouvelables. Un ordinateur conçu spécialement par la société du groupe Expomobilia en collaboration avec myclimate, la fondation suisse à but non lucratif pour la protection volontaire du climat, pour établir un bilan carbone des stands de foires et des aménagements intérieurs, aide les clients à concevoir des stands respectueux du climat à 100 %.</p>	Omission/Contrôle Aucun(e)
G4 – EN15	<p>RD 14 – 19 AN 11</p>	
G4 – EN16	<p>RD 14 – 19 AN 12 – 13</p>	Aucun(e)

Société

Formation continue

DMA Importance de l'aspect:
MCH Group vise, sur toute la chaîne de création de valeur, une qualité exceptionnelle de ses produits et services, qui le distingue de ses concurrents (Baselworld, Art Basel). La compétence de son personnel est l'un des piliers qui permettent de l'atteindre. MCH Group soutient ses collaborateurs dans leur perfectionnement par des programmes de formation initiale et continue internes et externes.

Mesures, procédure, responsabilités:

MCH Group s'efforce de recruter, former et perfectionner des collaborateurs hautement qualifiés. MCH Group attache une grande importance à une main-d'œuvre possédant des connaissances spécialisées (connaissances des branches, marketing, communication, construction de stands, etc.) et encourage des programmes correspondants de formation continue. Cela relève de la compétence des responsables RH au niveau du groupe et ses sociétés (qualification du personnel, plan de développement, offres de formation continue, etc.).

Résultat:

La compétence dans l'entreprise et les sociétés du groupe s'accroît grâce aux programmes annuels de formation continue. MCH Group est considéré comme un employeur attractif par les collaborateurs (potentiels) (développement personnel, possibilités de carrière).

G4 – LA9 RD 21 Omission/Contrôle
Aucun(e)

Communautés locales

DMA Importance de l'aspect:
La présence de MCH Group sur les sites a des conséquences importantes sur la société et les communautés locales. Elle renforce l'attractivité économique des sites dans la compétition entre les places économiques (impacts positifs). En même temps, MCH Group et les sites collaborent étroitement dans les domaines du trafic (logistique), de l'infrastructure et de leur exploitation.

Mesures, procédure, responsabilités:

MCH Group défend les intérêts des sites et préserve les fortes retombées économiques que génèrent ses activités sur les places de foires et de congrès. MCH Group s'engage en même temps dans différentes associations et organisations de ses régions d'implantation. D'importantes problématiques liées aux impacts sur l'environnement ou le trafic (logistique des foires, par exemple) sont réglées par l'intégration des sites.

Résultat:

MCH Group se démarque par sa gestion responsable des impacts des sites d'exposition sur la communauté locale. Tous les sites et leurs intérêts sont préservés grâce à leur représentation au Conseil d'administration. Une collaboration efficace est établie avec les autorités.

G4 – SO1 RD 20 – 22/100 % des sites Omission/Contrôle
Aucun(e)
G4 – SO2 RD 20 – 22 Omission/Contrôle
Aucun(e)

Lutte contre la corruption

DMA

Importance de l'aspect:

Les organisateurs de foires et d'événements sont a priori exposés à un certain risque de corruption passive. Une telle tentative de corruption aurait une influence significative sur la conception des produits qui perdrait en qualité et dont l'existence même serait en fin de compte menacée.

Mesures, procédure, responsabilités:

Une convention anti-corruption fait partie depuis 1992 des Conditions générales d'embauche de MCH Group qui sont signées par tous les employés en tant que partie intégrante du contrat de travail. Les dispositions concernant l'admission des entreprises exposantes sont destinées à assurer la protection contre le risque de corruption passive.

Résultat:

Il n'y a pas eu de cas de corruption en 2014

G4 – SO3 Omission/Contrôle
Aucun, car aucun motif de soupçon
Aucun(e)
G4 – SO4 RD 22/100 %
Aucun(e)
G4 – SO5 Pas de cas de corruption
Aucun(e)

Comportement anticoncurrentiel	
DMA	<p>Importance de l'aspect: Le respect de la législation revêt une importance cruciale pour MCH Group (gouvernance, réputation, parties prenantes).</p> <p>Mesures, procédure, responsabilités: Le respect de la loi sur les cartels et des dispositions de la Commission suisse de la concurrence (COMCO) est activement soutenu et assuré par le département Corporate Legal Services.</p> <p>Résultat: Aucune procédure pour comportement anticoncurrentiel ou formation de cartel ou de monopole n'a été engagée contre MCH Group en 2014.</p>
G4 – SO7	RD 22/aucun

Compliance (concurrence)

DMA	<p>Importance de l'aspect: Le respect de la législation revêt une importance cruciale pour MCH Group (gouvernance, réputation, parties prenantes).</p> <p>Mesures, procédure, responsabilités: Le respect de la loi sur les cartels et des dispositions de la Commission suisse de la concurrence (COMCO) est activement soutenu et assuré par le département Corporate Legal Services.</p> <p>Résultat: Aucune amende ni autre sanction pénale pour violation de lois, de prescriptions ou de codes de conduite n'a été prononcée à l'encontre de MCH Group en 2014.</p>
G4 – SO8	RD 22/aucun

Protection de la propriété intellectuelle, protection des marques (aspect spécifique) Pas de contrôle

DMA	<p>Importance de l'aspect MCH Group s'engage, dans l'esprit d'un développement responsable, en faveur de la protection de la propriété intellectuelle et du commerce équitable. La protection de la propriété intellectuelle (antipiraterie) revêt une importance toute particulière. Un aspect spécifique à 4 indicateurs a été développé pour cette raison dans le rapport de développement durable.</p> <p>Mesures, procédure, responsabilités: MCH Group est membre de «Stop Piracy», la plateforme suisse de lutte contre la contrefaçon et la piraterie créée en 2005 par l'Institut Fédéral de la Propriété Intellectuelle. Depuis plus de 30 ans, MCH Group soutient, dans le cadre du Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie Baselworld, le combat contre les imitations et les contrefaçons avec un tribunal d'arbitrage unique en son genre.</p> <p>Résultat: Pour cet engagement, la direction du salon Baselworld a été récompensée par le GACG Award 2010 ou «Trophée de l'Authentique» du Global Anti-Counterfeiting Group (GACG). Le Salon Mondial de l'Horlogerie et de la Bijouterie Baselworld est supporter officiel du Responsible Jewellery Council (RJC). Le RJC s'engage pour des pratiques responsables dans l'industrie de la bijouterie – de l'extraction des métaux précieux au commerce de détail en passant par la transformation.</p>
G4 – SO+1	Raison pour laquelle cet indicateur est particulièrement important. RD 5 – 6, 20
G4 – SO+2	Cas traités dans lesquels la protection de la propriété intellectuelle est en question à l'occasion de foires et salons RD 5 – 6, 20
G4 – SO+3	Nombre de marques et explications sur l'importance de la protection des marques. RD 5 – 6, 20
G4 – SO+4	Description des mesures qui ont été prises contre la piraterie et pour la protection des marques RD 5 – 6, 20

Identification des produits et services

DMA Importance de l'aspect:
MCH Group veut se caractériser par une qualité des produits et des services de tout premier ordre. Il atteint ce but en maintenant le dialogue avec les clients, en mettant en œuvre des solutions de marketing sur mesure et d'un haut niveau de qualité, en identifiant et exploitant les potentiels d'innovation et en garantissant des niveaux de sécurité élevés à ses clients. Cette forte proximité avec les clients s'exprime aussi à travers la réalisation régulière de sondages auprès des clients ainsi que l'anticipation et la satisfaction des demandes et besoins des clients.

Mesures, procédure, responsabilités:

La mesure principale est le dialogue avec les clients, qui est mené de manière informelle ou formelle (sondages clients institutionnalisés, standardisés).

Résultat:

La satisfaction des clients est particulièrement élevée pour les foires leaders au niveau international dans les domaines de l'horlogerie/bijouterie et de l'art/du design. Le nouveau complexe de halles de Messe Basel signe une amélioration marquante de la qualité de l'infrastructure à Bâle.

G4 – PR5 RD 10 – 13 Omission/Contrôle
Aucun(e)

Protection de la sphère privée des clients

DMA Les données des clients doivent être protégées. MCH Group prend toutes les mesures nécessaires à cet effet. Il n'y a eu au cours de l'exercice 2014 aucune plainte concernant la violation de la sphère privée des clients ou la perte de données des clients.

G4 – PR8 RD 22/ aucune plainte Omission/Contrôle
Aucun(e)

Compliance

DMA MCH Group se conforme à la législation relative aux produits et services. Aucune amende ni autre sanction pénale pour violation de lois, de prescriptions ou de codes de conduite n'a été prononcée à l'encontre de MCH Group en 2014 concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et services.

G4 – PR9 RD 22/ aucune amende ou sanction Omission/Contrôle
Aucun(e)

MCH Group SA
Case postale
4005 Bâle, Suisse
www.mch-group.com
info@mch-group.com

Contact:
Christian Jecker, Directeur Corporate Communications

Conseil, direction de projet et coordination:
Dr. Brigitte Ruetsch,
Ruetsch & Partner Consulting GmbH, Berne

Chiffres clés Energie et émissions:
collaboration avec Maria Stoll et Irène Perrin,
bsd Consulting, Zurich

Le rapport de rémunération de
MCH Group paraît en allemand, anglais et français.
Seule la version allemande fait foi.

Publication: 1er avril 2015