



MCH Group
Global Live Marketing

Rapport de développement durable 2016

Introduction 3

Déclaration du CEO 4

Développement durable 6

Économie 10

Environnement 14

Société 20

Index de contenu G4 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

Les racines de MCH Group remontent à la «Foire Suisse d'échantillons» créée à Bâle en 1916 et à la société coopérative Foire Suisse d'échantillons de Bâle fondée en 1920 en tant que son organisme de tutelle. C'est aujourd'hui une entreprise internationale 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.

Le groupe d'entreprises, dont le siège est à Bâle, comprend les sociétés de foires de Bâle, Lausanne et Zurich qui, outre l'exploitation de ces places de foires, sont responsables de l'organisation d'environ 40 foires et salons en régie propre de MCH Group. Le groupe d'entreprises détient en outre plusieurs sociétés dans le domaine des Live Marketing Solutions (vue d'ensemble page 8).

Foires pluriannuelles comprises, le portefeuille actuel de foires et salons de MCH Group compte environ 90 manifestations en régie propre et organisées par des tiers qui rassemblent environ 18 000 entreprises exposantes et 2 100 000 visiteurs. Les sociétés dans le domaine des Live Marketing Solutions sont actives dans le monde entier et réalisent chaque année environ 1 800 projets.

La société holding MCH Group SA qui a son siège à Bâle est une société par actions avec participation de corporations de droit public selon l'article 762 CO. Elle est cotée à la SIX Swiss Exchange (Domestic Standard).

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

MCH Group présente pour l'exercice 2016, pour la quatrième fois, un reporting détaillé en matière de développement durable. Le rapport a été établi conformément aux lignes directrices G4 de la GRI, option «Core».

Le reporting de développement durable comprend le présent rapport de développement durable incluant l'index du contenu GRI ainsi qu'une annexe donnant des informations détaillées sur certains aspects. Il s'inscrit dans le contexte du rapport de gestion 2016 auquel il fait référence à différents endroits.

Le rapport de développement durable 2016 avec l'annexe est publié seulement en ligne. Il est disponible sur le site web de MCH Group:
> www.mch-group.com
sous «MCH Group»/«Développement durable»
et sous «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 MCH Group vise à atteindre une croissance continue et stable. Cette stratégie de croissance passe 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 (Live Marketing Solutions), le renforcement de l'internationalisation du portefeuille et le développement d'offres numériques pour compléter et élargir l'activité de live marketing. Ce développement 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 «Live Marketing Solutions» (services) joue un rôle important dans la mise en œuvre de la stratégie: les synergies avec les services 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 solutions marketing individuelles donnent accès à de nouveaux potentiels économiques 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 40 % des cantons de Bâle-Ville, Bâle-Campagne, Zurich et de la ville de Zurich dans la société holding ainsi que par la représentation des corporations de droit public dans son Conseil d'administration. Étant donné que les effets économiques dépendent du succès de l'entreprise, les corporations 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 différentes divisions. En tant qu'entreprise cotée en bourse, MCH Group se conforme en outre aux dispositions relatives à la gouvernance d'entreprise définies dans la législation existante et dans les directives de la SIX Swiss Exchange.

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.

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. L'exploitation des sites d'exposition et la tenue des manifestations sont cependant très intensives en ce qui concerne les aspects écologiques. 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 l'entourage.

MCH Group s'est développé ces dernières années d'une manière remarquable à bien des égards au sein du secteur national et international des foires et événements. Le développement durable est un facteur déterminant de cette réussite, laquelle implique des performances économiques, écologiques et sociales durables. MCH Group a la 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 de MCH Group



Une histoire de 100 ans

Le 15 juillet 1916, le Conseil d'État du canton de Bâle-Ville se déclara favorable à l'organisation d'une «Foire Suisse d'Échantillons». La première Foire Suisse d'Échantillons – précurseur de l'actuelle «Muba» qui a fêté sa 100^e édition en 2016 – eut lieu du 15 au 29 avril 1917 à Bâle.

La Fondation de la Foire Suisse d'Échantillons a signé l'acte de naissance de l'actuel MCH Group. De la fusion de Messe Basel (Foire de Bâle) issue de la Foire Suisse d'Échantillons et de Messe Zürich créée en 1945 est née en 2001 la Foire Suisse dont la raison sociale a été modifiée en MCH Group en 2009. Cette nouvelle dénomination visait à prendre en compte le fait que l'entreprise avait, au cours des années précédentes, élargi son activité et commencé à bâtir une offre de services allant au-delà du secteur des foires et salons.

Avec la fusion des sociétés de foires de Bâle et Zurich et la cotation en bourse associée, comme avec le développement et l'élargissement de son activité dans le domaine des «Live Marketing Solutions», MCH Group a emprunté au 21^e siècle des voies nouvelles jusqu'alors inédites dans son secteur. Et en mettant en œuvre sa stratégie de croissance, il a notablement renforcé sa position sur le marché national et international au cours des dix dernières années.

MCH Group possède avec Messe Basel la plus grande place de foires et de congrès en Suisse et aussi la plus moderne, «flanquée» des deux sites d'exposition de Zurich et Lausanne. Il organise les foires les plus importantes au niveau mondial dans les domaines de l'art et de l'horlogerie/bijouterie. Son portefeuille compte en outre de nombreuses manifestations leaders au niveau national, notamment dans les domaines de la construction, de l'hôtellerie/restauration et des biens de consommation. Son offre complète de services, qui lui permet d'être actif dans le monde entier et sur tout le marché des foires et événements, s'étend du conseil stratégique à la construction de stands d'exposition et d'aménagements pour événements en passant par la gestion événementielle et la technique multimédia.

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 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.

Économie

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 du secteur, 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 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 des collaborateurs/trices au poste de travail et met à disposition les ressources nécessaires pour réduire au maximum 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 soi 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.

Outre certains engagements de sponsoring, 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.

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.

Contenu et établissement du rapport
(G4 – 18, G4 – 23, G4 – 25, G4 – 26)

En établissant un rapport de développement durable conforme aux directives de la GRI, MCH Group veut renforcer le dialogue régulier et systématique avec ses principaux groupes de parties prenantes car ceux-ci ont une influence déterminante sur les performances économiques, écologiques et sociales de l'entreprise et sont en même temps concernés par celles-ci. Les groupes de parties prenantes sont également impliqués dans la définition du contenu 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. Il s'agit entre autres des groupes suivants: direction et collaborateurs, actionnaires, clients, partenaires et fournisseurs (cf. page 8).

Pour définir le contenu 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 des sondages. Il est principalement question de la pertinence des aspects et de leur présentation dans le rapport de développement durable.

2. Définition des priorités: dans le classement des aspects par priorité, il est fait en sorte que le 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 du contenu 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, son contenu est vérifié par les groupes de parties prenantes impliqués et les résultats sont 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 concernant la pertinence et la substance des aspects à traiter dans le rapport ont été poursuivis périodiquement par la suite.

Les groupes de parties prenantes impliqués confirment 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 l'entourage, l'emploi pour les collaborateurs (vue d'ensemble et pertinence, voir pages 8 et 9).

Étant donné qu'ils témoignent notamment un grand intérêt pour le reporting sur la consommation d'énergie et les émissions ainsi que pour les indications sur les collaboratrices et collaborateurs de MCH Group, un accent particulier est mis sur ces aspects dans le rapport de développement durable 2016.

Les parties prenantes impliquées jugent très positivement la publication d'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 Live Marketing Solutions. Son importance s'accroît en conséquence aussi pour les groupes de parties prenantes internes.

Vue d'ensemble

Entreprises (G4–17)

MCH Foire Suisse (Bâle) SA
MCH Foire Suisse (Zurich) SA
MCH Beaulieu Lausanne SA
MCH Global SA
Reflection Marketing AG
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 nationaux et internationaux)
«Venues»	Messe Basel Messe Zürich Beaulieu Lausanne
«Live Marketing Solutions»	Stratégie & conception Marketing Consulting Management événementiel Construction manifestations Multimédia

Aspect du développement durable (G4–19)

<p>Economie</p> <ul style="list-style-type: none"> – Performance économique – Effets économiques indirects
<p>Environnement</p> <ul style="list-style-type: none"> – Consommation d'énergie – Emissions
<p>Société</p> <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 Live Marketing Solutions
Environnement	Hôtellerie et gastronomie, entreprises de transports publics, police, autorités et organisations politiques, organisations économiques, 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	Corporations 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 et services 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 6 à 8.

Économie

Chiffres clés 2016

Manifestations		Compte de résultats	millions de CHF
Foires et salons en régie propres et organisés par des tiers	74	Recettes d'exploitation	440.3
Exposants	15 733	Exhibitions	332.9
Visiteurs	1 959 465	Venues	41.9
Surface d'exposition brute en m ²	1 273 986	Live Marketing Solutions	65.5
Congrès	24	EBITDA	89.0
Diverses locations de halles/salles	538	EBIT	41.6
Représentations Musical Theater	295	Bénéfice consolidé	34.3
Projets		Bilan	millions de CHF
Marketing Consulting	67	Total du bilan	916.0
Management événementiel	75	Fonds propres	438.9
Construction de stands et construction événementielle	317	Capital étranger	477.1
Multimédia	1 320		
Collaborateurs/trices (permanents)		Cours de l'action	CHF
au 31.12.2015	618	au 31.12.2015	62.50
au 31.12.2016	632	au 31.12.2016	69.10

Des détails concernant l'activité et l'exercice 2016 se trouvent dans le rapport de gestion 2016:
> www.mch-group.com
sous «News»/«Rapports»

Performance économique

Le compte de résultats consolidé 2016 de MCH Group présente, avec des recettes d'exploitation de 440,3 millions de CHF, un EBIT de 41,6 millions de CHF (9,5 %) et un bénéfice consolidé de 34,3 millions de CHF (7,8 %).

Les recettes d'exploitation sont supérieures de 5,1 % à celles de 2015 (416,4 millions de CHF), l'EBIT a augmenté de 3,7 % par rapport à 2015 (40,1 millions de CHF) et le bénéfice consolidé se situe à 11,0 % au-dessus du résultat de 2015 (30,9 millions de CHF).

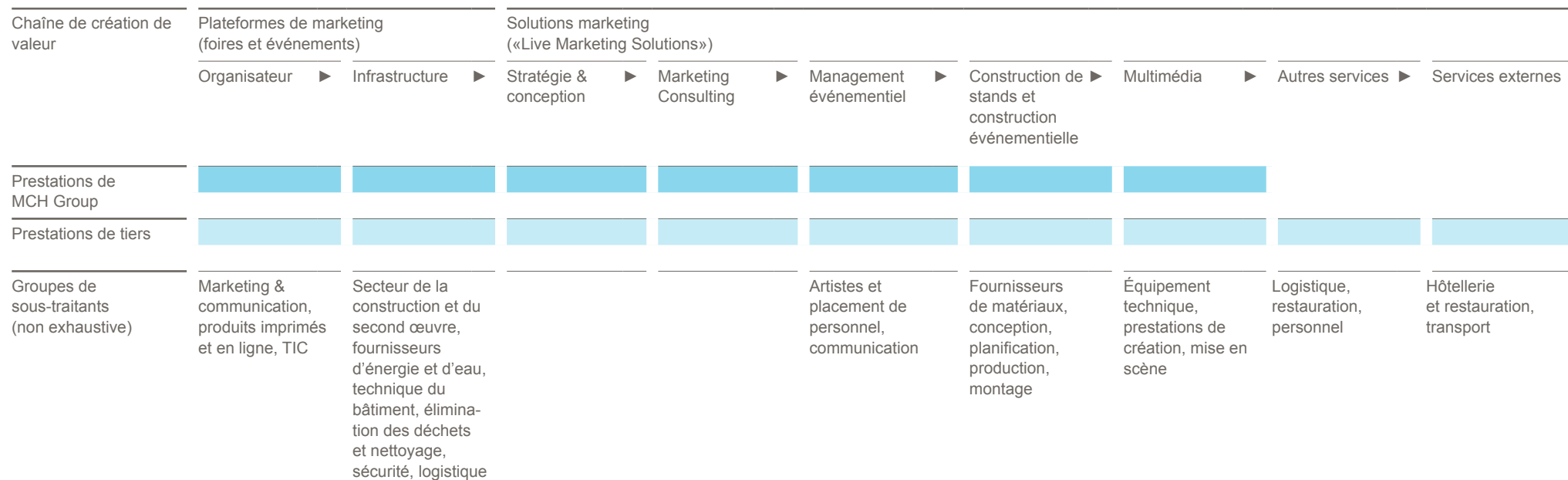
Concernant la comparaison avec l'année précédente, il convient de tenir compte du fait que 2016 a été une année forte du point de vue du cycle des foires, avec Swissbau et les salons triennaux Ilmac et Holz. D'un autre côté, les conditions économiques – en particulier en raison de la force du franc suisse – se sont sensiblement dégradées par rapport aux années précédentes.

Compte tenu de ces facteurs, MCH Group considère le résultat 2016 comme réjouissant. Si les chiffres clés montrent que l'environnement difficile a des répercussions négatives sur le cours des affaires, ils soulignent aussi le fait que MCH Group est en mesure de relever ces défis avec succès.

Sur la période 2005/06 à 2015/16, les recettes d'exploitation de MCH Group ont presque doublé et l'EBIT a augmenté de plus de 80 %. La part des recettes issues de prestations de services par rapport aux recettes provenant de la location de surfaces de halles a augmenté dans cet intervalle d'environ 50 % à plus de 65 %. MCH Group a ainsi nettement renforcé sa position sur le marché au niveau national et international.

Les statistiques pour l'année 2016 ne sont pas encore disponibles. Au cours de l'exercice précédent 2015, 40 % de l'ensemble des foires et salons organisés en Suisse se sont tenus sur les sites MCH de Bâle, Lausanne et Zurich. Ces manifestations ont enregistré 40 % des entreprises exposantes, 30 % des visiteuses et visiteurs et 37 % de la surface occupée sur l'ensemble des foires et salons en Suisse. En termes de chiffre d'affaires des sociétés de foires suisses, MCH Group détenait en 2015 une part de marché de 67 %. Le bénéfice consolidé de MCH Group représentait plus de 80 % du bénéfice de l'ensemble des sociétés de foires. Comme les années précédentes, MCH Group occupait en 2015 le 5ème rang sur en termes de chiffre d'affaires parmi les sociétés de foires les plus importantes au niveau mondial. (Sources: Expo-Event, Statistiques 2015, AUMA, Review 2015.)

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



Réseau de services

Sur le marché des foires et événements, au début de la chaîne de création de valeur se trouvent les organisateurs, qui ont besoin d'infrastructures appropriées et de différents autres services – appelés ici solutions marketing – pour la tenue de leurs manifestations. Les fournisseurs de ces solutions marketing proposent en général leurs services non seulement aux organisateurs, mais aussi et surtout aux différents acteurs en relation avec les manifestations concernées (p. ex. exposants aux foires, sponsors d'événements sportifs, etc.). Les différents acteurs de la chaîne de création de valeur sont souvent les sous-traitants des fournisseurs de prestations précédents et les donneurs d'ordre des fournisseurs de prestations suivants.

MCH Group fournit, dans cette chaîne de création de valeur, un très large éventail de prestations qui peuvent être très diverses. Les prestations de MCH Group peuvent toujours être fournies également par des tiers et les clients ont le libre choix de leurs sous-traitants.

Pour les foires et salons en régie propre sur ses propres sites, MCH Group fournit les prestations en tant qu'organisateur et 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 principalement 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 solutions marketing individuelles aux entreprises exposantes, par exemple dans le domaine de la construction de stands et des aménagements. MCH Group fournit ses prestations dans le domaine des «Live Marketing Solutions» non seulement dans le secteur des foires, mais sur tout le marché du live marketing, c'est-à-dire également dans d'autres formes d'événements d'entreprise ainsi que dans les domaines de la culture et du sport.

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.

Qualité des produits et des services

MCH Group se distingue, non seulement par un réseau unique de prestations de services, mais également par une qualité des produits et des services de tout premier ordre. Cette qualité constitue la base des facteurs de succès décisifs: la grande pertinence pour les branches des foires et événements en tant que plateformes de marketing et la satisfaction élevée des clients portant sur les prestations de services individuelles.

Développement de la position sur le marché national et international par des initiatives stratégiques pour élargir l'offre de services et renforcer l'internationalisation et la numérisation.

Les critères de mesure de ces facteurs de succès sont, entre autres, une grande fidélité des clients (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). En raison de ces facteurs, les manifestations et prestations de services de MCH Group se distinguent en général par une satisfaction élevée des clients. Cela vaut en particulier pour les foires leaders au niveau international dans les domaines de l'art et de l'horlogerie/bijouterie ainsi que pour de nombreux grands comptes dans le domaine des «Live Marketing Solutions».

Défis stratégiques

Au regard de l'objectif prioritaire de sécurisation à long terme du succès de l'entreprise, MCH Group considère comme déterminante la mise en œuvre de la stratégie par des initiatives et projets ciblés.

Les axes stratégiques de la poursuite du développement de l'offre de prestations de services et du renforcement de l'internationalisation et de la numérisation se heurtent au fait que MCH Group réalise toujours la grande part de ses recettes d'exploitation en Suisse, où il occupe déjà une très forte position sur le marché et où de nouveaux potentiels de croissance sont limités. Au niveau international, voire mondial, on observe dans des secteurs industriels importants pour MCH Group de (nouvelles) consolidations de marché qui doivent être compensées.

Le monde numérique, dans lequel les «digital natives» seront les décideurs dans les années à venir, représente un autre grand défi. Il convient d'anticiper à temps les changements, exigences et chances de la future génération numérique et d'en exploiter les potentiels pour soutenir et compléter l'activité de live marketing.

MCH Group a relevé activement ces défis au cours de l'exercice 2016 et mis en œuvre avec succès plusieurs projets partiels dans le cadre des initiatives stratégiques.

Développement des Live Marketing Solutions

En janvier 2016, MCH Group a créé la société MCH Global AG qui, au sein de la division «Live Marketing Solutions», renforce et concentre les compétences au niveau stratégique et conceptuel et les allie aussi à la compétence de mise en œuvre. MCH Group peut ainsi proposer aux entreprises et organisateurs d'envergure mondiale, en tant qu'entreprise générale, des solutions du type «guichet unique» dans le domaine des Live Marketing Solutions. Sont particulièrement visés, outre les événements d'entreprise (foires/salons, roadshows, sponsoring, etc.), les grandes manifestations comme par exemple les expositions nationales et universelles ou les grands événements sportifs.

Pour renforcer la présence mondiale dans le domaine des Live Marketing Solutions, une filiale a été créée à Shanghai et deux succursales créées à Dubaï et Astana au second semestre 2016. Cette dernière s'inscrit dans le cadre de l'Expo Astana 2017, pour laquelle Expomobilia a obtenu le marché de la construction du pavillon suisse.

Renforcement de la position sur le marché mondial de l'art

L'extension de la position de MCH Group sur le marché mondial de l'art est également un pilier de la stratégie d'entreprise. La «Global Art Market Strategy» comprend deux sous-stratégies qui sont mises en œuvre dans deux unités opérationnelles différentes:

Différentes initiatives comme les «Art Basel Cities» (partenariats avec des villes sélectionnées en vue du lancement de nouveaux événements culturels), la publication du «Global Art Market Report» et le développement de la plateforme digitale doivent permettre de transformer Art Basel de la première foire d'art du monde en première plateforme mondiale du marché de l'art. Un premier partenariat dans le cadre des «Art Basel Cities» a déjà été conclu avec la capitale argentine Buenos Aires.

Au printemps 2016, MCH Group a lancé une initiative stratégique visant à créer, indépendamment d'Art Basel, un nouveau portefeuille de foires d'art leaders au niveau régional. L'objectif est de contribuer, par cet engagement, au renforcement des marchés régionaux de l'art et, in fine, de l'ensemble du marché de l'art. En même temps, MCH Group peut participer au succès des foires d'art régionales. Depuis septembre 2016, MCH Group détient une participation de 60,3 % dans Seventh Plane Networks Pvt. Ltd. à New Delhi, responsable de l'India Art Fair. En février 2017, il a acquis 25,1 % d'art.fair International GmbH à Cologne, l'organisateur de la nouvelle foire d'art ART DÜSSELDORF. Des pourparlers avec d'autres partenaires potentiels sont en cours.

Les sites profitent à différents niveaux de la réussite de MCH Group – en particulier grâce aux fortes retombées économiques que génèrent les foires et événements.

Effets économiques indirects

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 corporations 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 à Bâle, achevé en 2013. 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 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 finissent dans la caisse de 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.

En extrapolant les résultats de cette étude aux chiffres clés actuels de MCH Group, 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 3,5 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 7,3 milliards de CHF, ce dont il résulte une création de valeur d'environ 3,4 milliards de CHF. Cela correspond à environ 40 000 emplois et à des recettes fiscales d'environ 570 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 induites par la réussite des foires et salons en tant que plateformes de marketing pour le secteur correspondant, et par la participation réussie à un salon pour les entreprises exposantes.

Pour les lieux où elles se déroulent, les foires et 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 leur «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.

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.

Environnement

Dans la catégorie Écologie, le reporting de développement durable met l'accent sur les centres de foires de Bâle, Zurich et (de manière limitée) Lausanne qui, en tant que sites de production, représentent la part la plus importante de l'entreprise en ce qui concerne l'efficacité énergétique et les émissions et sont donc d'une importance majeure pour l'environnement. 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.

Périmètre adapté du rapport (G4 – 22)

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 a, comme prévu, renoncé au début 2016 à l'exploitation du Congrès de Beaulieu et du Théâtre de Beaulieu. Depuis 2016, il se concentre à Lausanne sur l'activité foires et salons, c'est-à-dire sur l'exploitation des halles d'exposition.

Étant donné que MCH Group ne loue et n'exploite plus que des parties de Beaulieu Lausanne depuis 2016, le périmètre et les chiffres du rapport ne sont plus comparables avec ceux des années précédentes. En raison des modifications du contrat de bail, toutes les données pour l'exercice 2016 ne sont pas encore disponibles.

Dans la vue d'ensemble introductive, seuls les sites d'exposition appartenant en propre à MCH Group – Bâle et Zurich – sont désormais représentés (sans Beaulieu Lausanne).

Messe Basel et Messe Zürich

Messe Basel et Messe Zürich couvrent tout leur besoin en électricité avec du courant d'IWB (Industrielle Werke Basel). Le courant d'IWB est une énergie renouvelable à 100 %, obtenue avec ses propres centrales électriques en majeure partie à partir d'énergie hydraulique, photovoltaïque, éolienne et de biomasse originaire de Suisse.

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.

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. 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 soutient 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 fournit chaque année environ 180 000 kWh d'électricité.

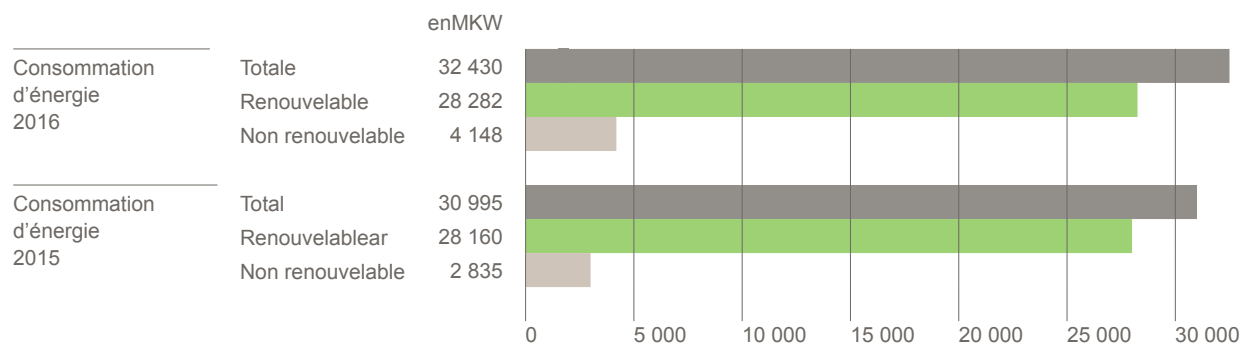
Une installation photovoltaïque de 1 200 m² de panneaux et d'une puissance de 150 000 kWh par an est en service depuis 2009 sur le toit de Messe Zürich.

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.

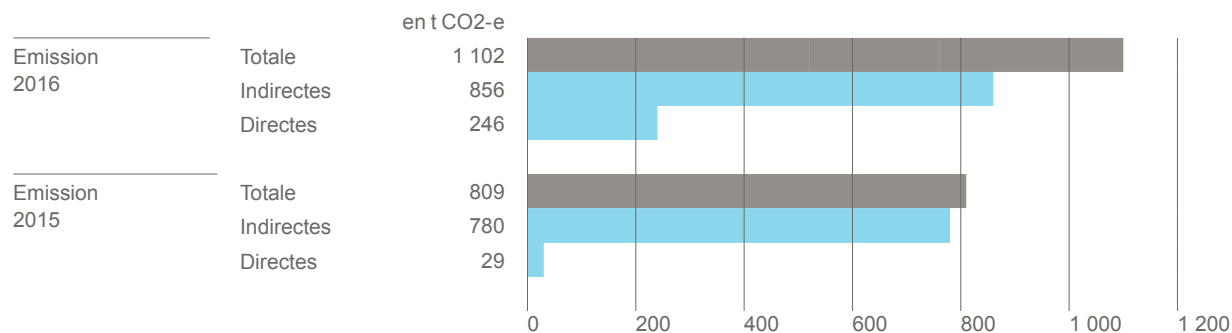
Le trafic de livraison des sites de foires et de congrès de MCH Group est piloté par un régime de circulation via check-point. Un outil logistique en ligne, qui supporte ce régime, a été développé à Bâle: tous les transports vers le site d'exposition doivent être annoncés à l'avance pour un créneau horaire 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 Messe Basel.

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 différents tickets spéciaux en partenariat avec CFF RailAway et la Deutsche Bahn DB.

Consommation d'énergie Messe Basel et Messe Zürich



Emissions Messe Basel et Messe Zürich



Énergie et émissions Messe Basel et Messe Zürich

Les deux centres de foires de Bâle et Zurich ont consommé au total 32 430 MWh (bâtiments administratifs compris) en 2016. La part des énergies renouvelables consommées a représenté 87,0 %. Les émissions se sont élevées au total à 1 102 t de CO₂-e.

La consommation d'énergie a augmenté de 5 % par rapport à l'année précédente. Tandis que la consommation d'énergie renouvelable n'est qu'en légère hausse, celle d'énergie non renouvelable a connu une augmentation marquée de 46 %. En conséquence, les émissions sont également en forte hausse de 36 %.

Si les valeurs de Messe Basel – malgré le programme de foires plus étoffé – sont du même ordre que celles de l'année précédente, la consommation d'énergie et les émissions ont fortement augmenté chez Messe Zürich. L'une des raisons en est le changement de destination de la Halle 9 qui a été utilisée pendant 366 jours comme centre d'hébergement pour réfugiés (seulement 15 jours l'année précédente), ce qui a eu une influence considérable sur la consommation d'énergie – à savoir de mazout et de courant – et sur les émissions.

Construction de stands et d'aménagements pour événements

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.

Expomobilia exploite sur ses sites d'Effretikon et Fehraltorf deux installations photovoltaïques d'une surface totale de 3 000 mètres carrés, qui produisent en moyenne 435 MWh par an. Depuis 2014, Expomobilia couvre 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.

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

Les informations sur la consommation d'énergie et les émissions de Messe Basel, Messe Zürich, Beaulieu Lausanne et Expomobilia se trouvent aux pages 16 à 19. Les détails sur la consommation d'énergie et les émissions se trouvent dans l'annexe, pages 9 à 13.

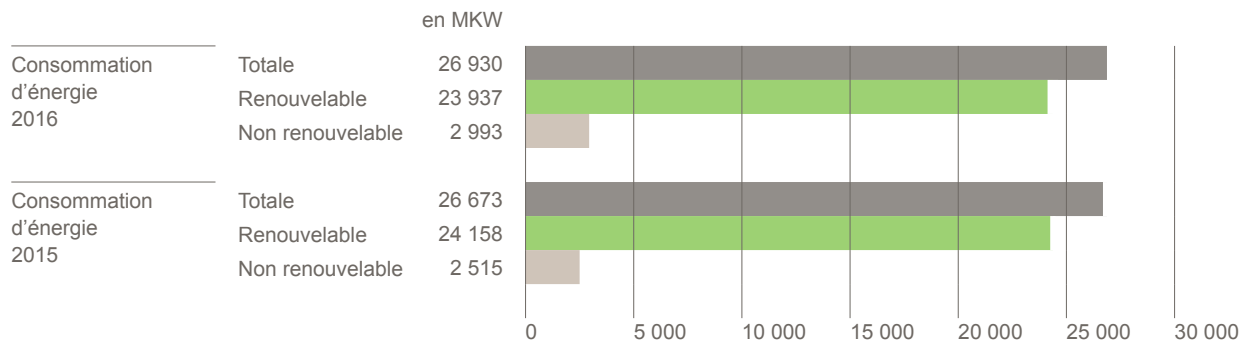
Messe Basel

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 avec des capacités pouvant atteindre 5 000 personnes ainsi que le Musical Theater Basel offrant 1 500 places assises.

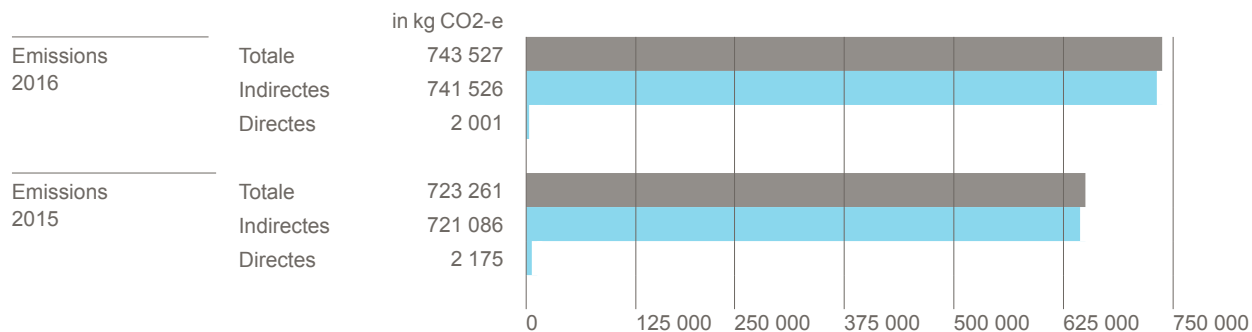
La partie nord de la Halle 1 a été mise en service en 1999, la partie sud en 2013. L'ensemble du complexe satisfait à des exigences élevées de fonctionnement et d'exploitation. La nouvelle construction mise en service en 2013 a obtenu le label Minergie BS-054.

Chiffres clés	2016	2015
Foires et salons	25	21
Exposants	7 065	4 915
Visiteurs	877 722	716 871
m ² de surface d'exposition	668 623	458 230
Autres événements	354	551
Visiteurs	334 828	599 030

Consommation d'énergie Messe Basel



Emissions Messe Basel



Énergie et émissions

Les émissions liées à la consommation de courant au cours de l'année précédente 2015 ont dû être légèrement corrigées à la hausse, le fournisseur d'électricité ayant ajusté avec effet rétroactif le mix électrique 2015 (certificats d'origine). Avec cet ajustement, la part d'énergie hydraulique de Suisse est passée de 85 % à 96 % et aucun certificat d'origine pour de l'électricité éolienne ou solaire étrangère n'a été acheté.

En 2016, la consommation énergétique de Messe Basel n'a que légèrement augmenté par rapport à l'année précédente, bien que l'année sous revue ait été une année forte du point de vue du cycle des foires.

Les émissions ont augmenté de 3 % en 2016, essentiellement à cause des émissions indirectes. La raison principale de l'augmentation des émissions indirectes est la hausse de 13 % de la consommation de chaleur à distance qui varie en fonction du nombre et de la nature des manifestations. Les émissions liées à la consommation de courant en 2016 sont basées sur le mix électrique 2015, celui de 2016 n'étant pas encore connu à la date de publication du rapport.

Messe Zürich

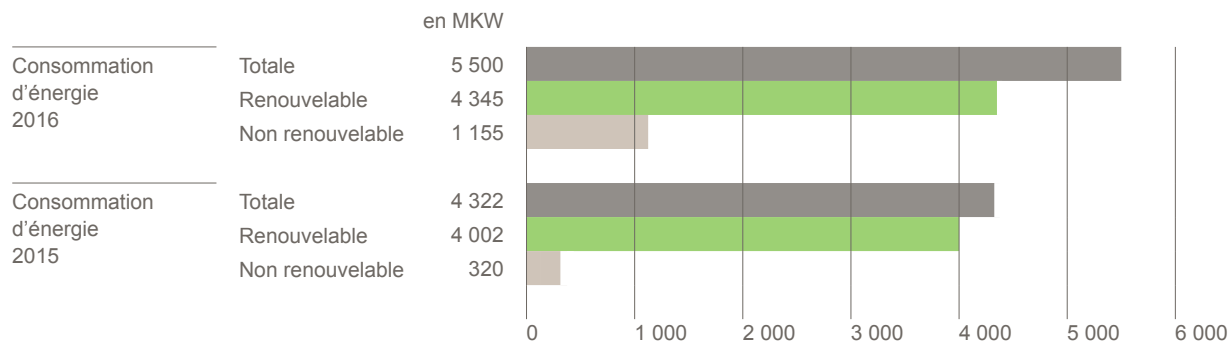
Messe Zürich a une surface d'exposition totale de 30 000 m². Environ 27 000 m² se trouvent dans les Halles 1 à 7 dans le bâtiment principal, auxquelles s'ajoute la Halle 9 indépendante d'environ 3 000 m². Le bâtiment principal contient en outre sept petites salles de conférence pour 30 à 80 personnes.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

Durant l'exercice 2016, la Halle 9 a été mise à la disposition d'Asyl Organisation Zürich AOZ pour l'hébergement et l'accueil d'environ 250 réfugiés.

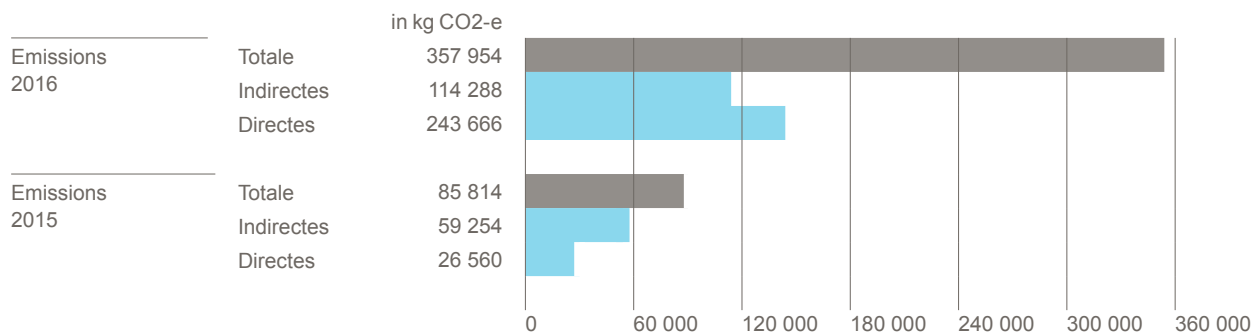
Le bâtiment principal d'exposition mis en service sous sa forme actuelle en 1998 se caractérise par sa grande fonctionnalité qui se reflète dans un taux d'occupation très élevé.

Chiffres clés	2016	2015
Foires et salons	30	35
Exposants	5 985	6 029
Visiteurs	586 634	593 567
m ² de surface d'exposition	346 469	359 612
Autres événements	456	411
Visiteurs	184 500	182 300

Consommation d'énergie Messe Zürich



Emissions Messe Zürich



Énergie et émissions

Les émissions liées à la consommation de courant au cours de l'année précédente 2015 ont dû être légèrement corrigées à la hausse, le fournisseur d'électricité ayant ajusté avec effet rétroactif le mix électrique 2015 (certificats d'origine). Avec cet ajustement, la part d'énergie hydraulique de Suisse est passée de 85 % à 96 % et aucun certificat d'origine pour de l'électricité éolienne ou solaire étrangère n'a été acheté.

En 2016, la consommation d'énergie a augmenté de 27 % par rapport à l'année précédente. La consommation d'électricité a fortement augmenté (de 19 %), la part d'énergies non renouvelables a plus que triplé et la consommation de mazout a décuplé.

Cela est dû en grande partie à l'utilisation intensive – et différente par rapport à 2015 – de la Halle 9. La conséquence est une augmentation des émissions qui ont triplé par rapport à l'année précédente. A cet égard, un autre facteur est la part beaucoup plus importante d'énergies non renouvelables, les basses températures ayant entraîné une consommation supplémentaire de gaz et de mazout. Même si la consommation d'énergie a fortement augmenté, les émissions liées à l'électricité pèsent peu en raison du faible facteur d'émission.

Les émissions liées à la consommation de courant en 2016 sont basées sur le mix électrique 2015, celui de 2016 n'étant pas encore connu à la date de publication du rapport.

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 propriétaire. Début 2016, MCH Group a abandonné l'exploitation du Congrès Beaulieu Lausanne et du Théâtre Beaulieu Lausanne (ou «bâtiment principal»), qui a été confiée à de nouveaux exploitants. MCH se concentre depuis sur l'activité foires et l'exploitation des halles Nord et Sud ainsi que, le cas échéant, d'autres halles dans le bâtiment principal (1, 6 et 7).

Les chiffres clés 2015 et 2016 – notamment pour les autres événements – ne sont pas directement comparables.

Expo Beaulieu Lausanne a une surface d'exposition totale de 30 000 m², dont 11 000 m² dans les halles Sud achevées en 2011.

Chiffres clés	2016	2015
Foires et salons	16	23
Exposants	2 124	2 364
Visiteurs	311 609	324 718
m ² de surface d'exposition	176 922	200 528
Autres événements	47	206
Visiteurs	38 520	159 043

Énergie et émissions

Étant donné que MCH Group ne loue et n'exploite plus que les halles d'exposition depuis 2016, le périmètre et les chiffres pour Lausanne ne sont plus comparables avec ceux des années précédentes. En raison des adaptations qui sont liées au nouveau contrat de bail, toutes les données pour l'exercice 2016 ne sont pas encore disponibles. Il manque notamment les informations concernant la chaleur à distance pour les halles louées. Ces données de consommation n'étant pas disponibles, il n'est pas possible de calculer les émissions liées à la consommation de chaleur à distance.

Du fait de ce changement de situation et donc de l'absence de comparabilité avec l'année précédente ainsi que du manque de données, il est renoncé à une représentation graphique de la consommation énergétique et des émissions.

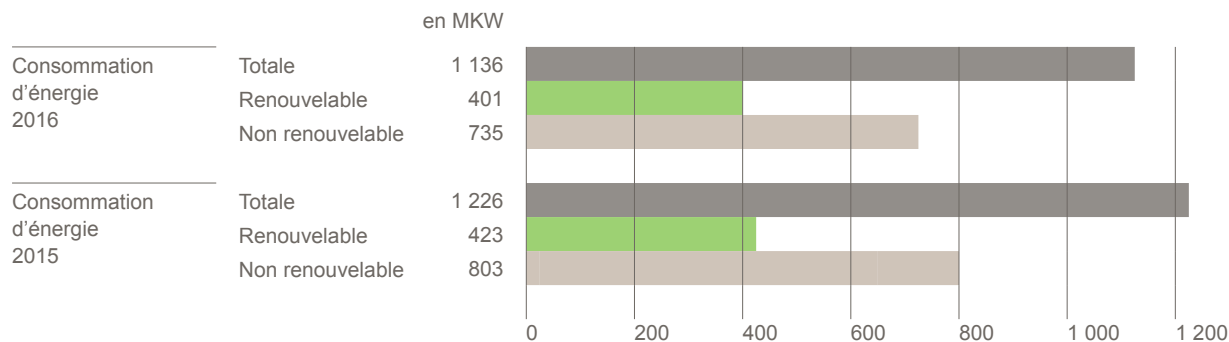
Les calculs à partir des données disponibles fournissent les valeurs suivantes pour 2016:

Consommation énergétique totale: 1 901 MWh, à 100 % issus de sources d'énergie non renouvelables.

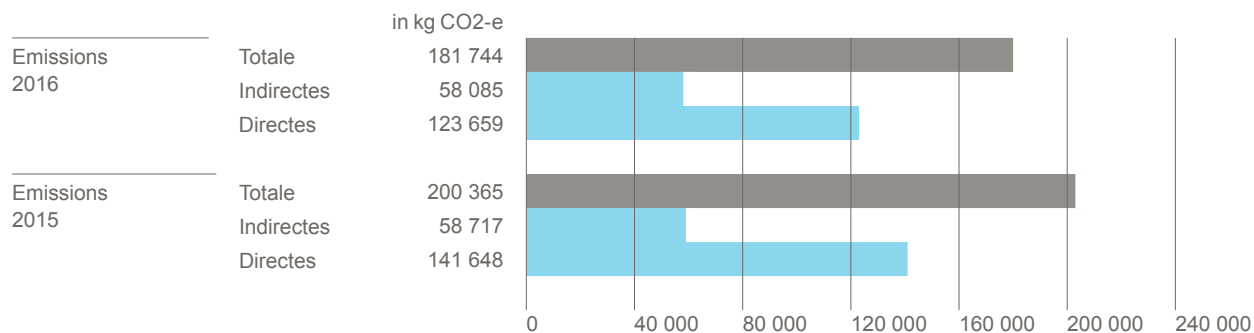
Émissions totales: 569 647 kg de CO₂-e, dont 91 % d'émissions indirectes et 9 % d'émissions directes.

Dans les années à venir, il devrait être possible d'établir de nouveau un rapport complet sur la consommation d'énergie et les émissions concernant les halles utilisées par MCH Group.

Consommation d'énergie Expomobilia



Emissions Expomobilia



Expomobilia

Créée en Suisse en 1973, Expomobilia est spécialisée dans la construction de stands d'exposition et d'aménagements pour événements – 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 2016, Expomobilia a réalisé 317 projets (2015: 350), dont 267 en Suisse (2015: 283). La plupart de ces projets couvraient toute la gamme de prestations, du design à la production et au montage.

Énergie et émissions

Les données sur la consommation d'électricité d'Expomobilia pour les années 2014 et 2015 ont été corrigées à la hausse. Grâce au nouvel accès via un portail numérique, des données plus précises et plus complètes sont disponibles. Une base solide pour l'avenir a ainsi été créée.

La part d'énergie non renouvelable – notamment du mazout – a baissé de 8 % par rapport à l'année précédente. Cela est dû principalement à une occupation moins intensive du site. La baisse de la consommation d'essence provient d'une réduction du nombre de voitures de société. La consommation d'électricité a également légèrement reculé.

Les émissions directes ont diminué de 13 % par rapport à l'année précédente. La raison principale en est la baisse de la consommation d'énergie non renouvelable. La baisse de la consommation d'électricité n'a que peu d'impact sur les émissions indirectes (facteur d'émission).

Collectivité

MCH Group s'engage dans des institutions de promotion économique et locale en les soutenant de manière active et transparente, par exemple en tant que membre ou partenaire pour 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 «Économie» (page 13).

En matière d'engagements de sponsoring, MCH Group observe une certaine réserve car il est tributaire de contributions des pouvoirs publics en ce qui concerne les gros investissements dans l'infrastructure et 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).

Les contributions financières et les prestations de services et de matériel que MCH Group a accordé à différentes organisations en 2016 représentent une valeur d'environ 300 000 CHF.

Protection de la propriété intellectuelle

Les marques de MCH Group constituent une valeur importante de l'entreprise. 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.

Le département 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 plus de 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 700 entreprises certifiées RJC à ce jour garantissent le respect de principes éthiques, sociaux, écologiques et en matière de droits de l'homme.

Emploi

MCH Group comptait à la fin de l'exercice 2016 632 collaboratrices et collaborateurs permanents. L'effectif du groupe d'entreprises a donc augmenté de 14 collaborateurs permanents (2,3 %) dans l'année de référence. Ces chiffres incluent le personnel de toutes les sociétés qui appartiennent à 100 % à MCH Group. Ils incluent également Indian Art Fairs (IAF) dans laquelle MCH Group détient une participation majoritaire depuis 2016.

MCH Group offre à ses collaborateurs/trices des conditions de travail et d'embauche attrayantes et une rémunération conforme aux usages du marché. Grâce à un système de bonus échelonné, un grand nombre de collaborateurs/trices profite, d'une part, de la réussite du groupe d'entreprise et des Business Units ainsi que, d'autre part, de la réalisation des objectifs personnels qui sont fixés en accord avec la hiérarchie.

Collaborateurs permanents/sociétés	31.12.2016		31.12.2015	
MCH Group SA		25		24
MCH Foire Suisse (Bâle) SA		320		306
MCH Foire Suisse (Zurich) SA		29		29
MCH Beaulieu Lausanne SA		34		46
MCH Global SA (depuis le 1.1.2016)		3		0
Reflection Marketing AG		11		8
Rufener Events Ltd		27		24
Expomobilia AG		93		96
Winkler Multi Media Events AG		90		85
Total		632		618

Niveaux hiérarchiques/sexe	31.12.2016		31.12.2015	
	Masculin	Féminin	Masculin	Féminin
Conseil d'administration MCH Group	8	3	9	2
Executive Board MCH Group	5	0	5	0
Directions des filiales	17	3	14	2
Cadres	99	40	97	39
Collaborateurs	245	223	250	211

Nationalités/sexe	31.12.2016		31.12.2015	
	Masculin	Féminin	Masculin	Féminin
Suisse	269	176	275	176
Allemagne	53	33	54	28
France	11	8	11	8
Italie	3	4	4	4
Autriche	1	2	2	1
USA	2	3	2	1
Chine	2	19	1	16
Inde	7	5	0	0
Autres	16	18	17	18

Temps consacré à la formation continue (heures)	2016		2015	
	Masculin	Féminin	Masculin	Féminin
Cadres supérieurs	71	0	50	0
Cadres moyens	540	88	303	351
Collaborateurs	799	324	458	738

Sous l'égide de Human Resources, l'Executive Board et l'encadrement ont formulé les compétences, valeurs et comportements attendus des collaboratrices et collaborateurs de MCH Group, qui sont résumés dans les principes de comportement suivants: passion, professionnalisme, esprit d'entreprise, agilité et crédibilité. Cette nouvelle «Corporate Culture» est axée sur le développement tourné vers l'avenir de l'entreprise. Ces principes de comportement servent de valeurs de référence dans le processus de recrutement de nouveaux collaborateurs/trices. Ils ont en outre été intégrés, dans plusieurs sociétés, dans le processus de fixation des objectifs et d'évaluation individuelle des résultats.

Formation initiale et continue

MCH Group soutient en permanence ses collaborateurs/trices dans leur perfectionnement personnel et professionnel par des programmes de formation initiale et continue internes et par une participation financière à des cours et formations externes.

Plus d'informations sur l'emploi et sur la formation initiale et continue dans l'annexe, pages 2 à 4 et 13 à 14.

Governance

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 d'activité 2016:

> 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 des produits qui perdraient 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 2016 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 le département Corporate Legal & Management Services. Aucune procédure pour comportement anticoncurrentiel ou formation de cartel ou de monopole n'a été engagée contre MCH Group en 2016.

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 2016

- 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.

DMA Éléments d'information sur l'approche managériale
N° GRI Éléments d'information ou renvoi au(x) rapport(s)/page(s)

RD = rapport de développement durable
AN = annexe au NB
RA = rapport annuel
RF = rapport financier
RR = rapport de rémunération

Éléments généraux d'information

Analyse et stratégie

G4-1 RD 4-5
RA 8-9, 14-15

Profil de l'organisation

G4-3 RD 29
G4-4 RD 8
RA 12-13
G4-5 RD 29
G4-6 RA 20-41, 45
G4-7 RA 47-49
G4-8 RD 8-11
RA 12-13, 20-43
G4-9 RD 21
AN 2
RA 12-13
RF 4-5, 22
G4-10 RD 20
AN 2-3
G4-11 AN 3
G4-12 RD 11
G4-13 RD 14
G4-14 RA 50-53
G4-15 RD 20-22
G4-16 AN 4

Aspects et périmètres pertinents

G4-17 RD 8
G4-18 RD 7
G4-19 RD 8
AN 5
G4-20 RD 9
AN 5
G4-21 AN 5
G4-22 RD 14
G4-23 RD 7

Intégration des parties prenantes

G4-24 RD 8
G4-25 RD 7
G4-26 RD 7
G4-27 RD 9
AN 6-8

Périmètre du rapport

G4-28 Période du rapport: 01.01.2016 – 31.12.2016
G4-29 Publication du dernier rapport: 17.03.2015
G4-30 Périodicité du rapport: annuelle
G4-31 RD 29
G4-32 RD 3, «Core»
G4-33 Pas de contrôle externe

Governance

G4-34 RA 50-61

Ethik und Integrität

G4-56 RD 4-6, 20-21

Économie

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 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. Le Conseil d'administration est l'organe supérieur de direction et de contrôle pour la stratégie et la réalisation des objectifs économiques.

G4 – EC1	RD	10 – 13, 20	Omission
	RA	7 – 9	Aucune
	RF	4 – 5	
G4 – EC2	RD	13	Aucune
G4 – EC3	RF	11, 20 – 21	Aucune
G4 – EC4	RF	12, 28	Aucune

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 corporations 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 «Énergie» et «Émissions». Une collaboration efficace est établie avec les autorités.

G4 – EC7	RD	10 – 13, 20 – 22	Omission
			Aucune
G4 – EC8	RD	10 – 13, 20 – 22	Aucune
			Aucune

Environnement

Énergie

DMA 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.

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».

Résultat:
La consommation énergétique totale de Messe Basel en 2016 est avec 26 398 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 89 % 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 2016, 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.

G4 – EN3	RD 14 – 19	Omission Beaulieu Lausanne: les données concernant la consommation de chaleur à distance n'ont pas pu être obtenues par manque d'accès aux données de consommation (nouveau contrat de bail)
	AN 9 – 10	

Émissions

DMA 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.

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 «Live Marketing Solutions».

Résultat:
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 à distance provient à 89 % de sources d'énergie renouvelables.

G4 – EN15	RD 14 – 19	Contrôle
	AN 11 – 12	Aucune
G4 – EN16	RD 14 – 19	Omission Beaulieu Lausanne: les émissions liées à la consommation de chaleur à distance n'ont pas pu être calculées car les données de consommation ne sont pas disponibles (p. G4-EN3).
	AN 12 – 13	

Société

Formation continue et diversité

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
GA – LA12 RD 21
AN 13 – 14

Omission
Aucune

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 13, 20 – 22 / 100 % der Messestandorte
G4 – SO2 RD 13, 20 – 22

Omission
Aucune
Aucune

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 2016.

G4 – SO3 Aucun, car aucun motif de soupçon
G4 – SO4 RD 22 / 100 %
G4 – SO5 Aucune

Omission
Aucune
Aucune
Aucune

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 2016.</p>	Omission Aucune
G4 – SO7	RD 22/aucune	

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 2016.</p>	Omission Aucune
G4 – SO8	RD 22/aucune	

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

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 sont 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 8 – 13 Omission
Aucune

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 2016 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
Aucune

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 2016 concernant la mise à disposition et l'utilisation de produits et services.

G4 – PR9 RD 22/ aucune Omission
Aucune

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 énergie et émissions:
collaboration avec Maria Stoll,
bsd Consulting, Zurich

Le rapport de développement durable de
MCH Group est publié en allemand,
en anglais et en français.
La version allemande fait foi.

Publication: 5. April 2017