

BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ
2018



Becoming
g.r.e.a.t.

INDICE

Lettera stakeholder	3
Nota Metodologica	7
Introduzione: chi è IGD e cenni di performance economica	14
La sostenibilità e la materialità	19
GREEN	35
Climate Change	38
Accessibilità e mobilità	56
RESPONSIBLE	58
Buona occupazione	61
Parità di genere	72
Benessere e sicurezza	75
ETHICAL	83
Governance, etica e corruzione	86
ATTRACTIVE	99
Analisi trend	102
Valorizzazione del portafoglio	104
Offerta	109
Spazi da vivere	111
Innovazione	118
TOGETHER	124
Coinvolgimento degli stakeholder	127
Comunità locali	135
Tabella GRI STANDARDS, EPRA, SDGs	141
Assurance esterna	148

Becoming
g.r.e.a.t.

• Lettera agli stakeholder

(GRI 102-14)

Signori Stakeholder,

vi presentiamo con soddisfazione il nono Bilancio di Sostenibilità del Gruppo IGD che ha, al suo interno, conferme ed alcune novità in merito alla rendicontazione delle performance sociali, ambientali e di governance (ESG). In merito alle prime, confermiamo per il secondo anno che anche questo Bilancio è sottoposto a Limited Assurance da parte della società PricewaterhouseCoopers per certificarne la conformità al più importante standard a livello internazionale (GRI Standards). A questo aggiungiamo la seconda conferma: anche il presente Bilancio è approvato dal Consiglio di Amministrazione congiuntamente al Finanziario Consolidato. Queste due scelte testimoniano il nostro intento: fornire una rendicontazione tempestiva, sempre più trasparente, certa e sicura in merito all'intero nostro operare, sia esso collegato alle logiche economico-finanziarie che socio-ambientali. Ci convince lo stimolo dato dall'Unione Europea quando ha approvato la direttiva che ha introdotto la Dichiarazione Non Finanziaria e, per quanto non rientriamo fra le aziende che devono aderire al modello, ci impegniamo a fornire informazioni "nella misura necessaria ad assicurare la comprensione dell'attività di impresa, del suo andamento, dei suoi risultati e dell'impatto dalla stessa prodotta".

Ed è proprio in merito al tema degli impatti che abbiamo introdotto una delle innovazioni del nostro Bilancio: abbiamo iniziato un processo di valutazione delle esternalità che produciamo, facendo seguito agli approfondimenti sullo SROI (Social Return On Investment) che abbiamo svolto negli anni passati. Abbiamo iniziato a farlo analizzando 3 progetti di sostenibilità che ci stanno a cuore, sui quali stiamo investendo impegno e risorse: il welfare aziendale, la certificazione ambientale ed il progetto con l'Associazione Nazionale Tumori. Abbiamo identificato una metodologia di analisi che ci consente di valutare gli impatti diretti ed indiretti, oltre a quelli economici e non, di questi progetti e vogliamo condividere i risultati raggiunti. Si tratta di un primo lavoro, sappiamo che possiamo affinarlo anno dopo anno, ma siamo soddisfatti per quanto emerso. Questo processo è stato tanto più importante in un anno come il 2018, ultimo della pianificazione di sostenibilità iniziata nel 2016. Vogliamo, in questo Bilancio, rendervi conto dei risultati che abbiamo ottenuto per ciascuno degli obiettivi che ci eravamo posti, soddisfatti che il livello di raggiungimento complessivo sia stato del 90%. Partendo da questa consapevolezza, nel corso dell'anno abbiamo lavorato per identificare i nuovi target da inserire nel Piano Strategico 2019-2021 presentato il 7 novembre. In questo documento la sostenibilità è inclusa in uno dei tre pilastri che lo compongono, quello inerente "Innovazione ed eccellenza operativa". Abbiamo scelto di ridurre il numero degli obiettivi specifici (dai 31 del Piano 2016-2018 ai 17 attuali), aumentandone l'importanza dal punto di vista strategico. Abbiamo identificato questi target attraverso analisi e riflessioni interne ed osservando quanto si sta muovendo di rilevante in merito alla responsabilità sociale nel panorama internazionale e nazionale. A tal proposito abbiamo preso in considerazione gli Obiettivi del Millennio delle Nazioni Unite: vogliamo che la nostra crescita sostenibile sia inquadrata nel solco tracciato da questi 17 Goals, 10 dei quali sono rilevanti per noi. Non solo sono stati nostra guida nella definizione degli obiettivi di Piano, ma sono anche parte integrante di questo Bilancio, nel quale rendicontiamo circa i risultati raggiunti su ciascuno di loro.

Sempre a livello internazionale, dopo l'adesione avvenuta nel 2015 al Sustainability Group di ICSC, nel corso dell'anno abbiamo confermato il nostro impegno a contribuire al dibattito sulla sostenibilità nel nostro settore aderendo al Sustainability Committee di EPRA, nel quale siamo presenti come unica società italiana. Consideriamo la partecipazione a questi contesti un vero valore aggiunto: ci dà, infatti la possibilità sia di comprendere le tematiche più rilevanti che interessano il nostro settore a livello europeo, sia di contribuire con le nostre idee alle posizioni ufficiali di queste associazioni in merito alla legislazione europea. Questi contributi ci permettono anche di comprendere, anno dopo anno, quali siano i temi material, ovvero impattanti per la Società e rilevanti per i portatori di interesse. Nel 2017 li abbiamo aggiornati, nel 2018 li confermiamo. Nel presente Bilancio i temi sono aggregati in capitoli secondo l'acronimo G.R.E.A.T. (Green, Responsible, Ethical, Attractive, Together). All'interno di ciascuno sono riportate le performance raggiunte.

Per quel che concerne le tematiche ambientali (capitolo "Green"), siamo soddisfatti nel constatare che il lavoro svolto negli anni per ridurre i consumi energetici stia dando buoni frutti. Diminuiscono, infatti, i consumi elettrici, nonostante i cambiamenti meteorologici che nel 2018 hanno presentato estati molto calde ed inverni più freddi specialmente nelle regioni centro meridionali. Abbiamo raggiunto questo risultato anche in virtù di due interventi significativi che stiamo portando avanti nelle nostre Gallerie: l'inserimento di impianti fotovoltaici e di sistemi di illuminazione a led. Con il 2018 sono 5 i Centri Commerciali in cui sono attivi i pannelli fotovoltaici, mentre in altre 2 strutture il sistema è installato ed a breve verrà attivato. Ci fa piacere riportare il caso del Centro Commerciale La Torre di Palermo, che ha ridotto i propri consumi di un terzo in virtù del sistema attivato nel mese di gennaio 2018. Osserviamo inoltre significativi risultati in termini di efficienza energetica anche nelle 16 Gallerie in cui abbiamo sostituito il sistema di illuminazione tradizionale con uno a led. Calcoliamo che se non avessimo realizzato questo tipo di intervento, nel 2018

avremmo consumato 1,76 milioni di kwh in più (quanto consuma un Centro Commerciale di medie dimensioni). Ricordiamo, inoltre, che tutta l'energia elettrica consumata dai nostri Centri Commerciali proviene da fonti rinnovabili. Questo ci ha permesso di non immettere in atmosfera oltre 20.000 tonnellate di CO₂, l'equivalente del consumo annuo di energia elettrica di 17.000 famiglie. Siamo inoltre sempre più convinti che la strada intrapresa per certificare dal punto di vista ambientale le nostre strutture sia corretta: per questa ragione, nel corso dell'anno abbiamo certificato altri tre immobili UNI EN ISO 14001 (sono 17 complessivamente i Centri Commerciali, oltre alla sede, il 74% del portafoglio che intendiamo certificare) ed abbiamo ottenuto le prime due certificazioni BREEAM IN USE su altrettanti Centri Commerciali. Quest'ultimo risultato ci soddisfa perché mette in risalto sia l'aspetto ambientale che l'attenzione al well being, ambiti che rappresentano il nostro modo di intendere i Centri Commerciali. Stiamo inoltre investendo su altri due temi: la mobilità elettrica e l'economia circolare. Nel primo caso stiamo partendo per un progetto di installazione di colonnine per la ricarica di auto elettriche che vedrà la luce nel 2019; nel secondo caso sta procedendo il progetto "Waste2Value", che ha l'obiettivo di convertire scarti e rifiuti alimentari di un Centro Commerciale in "second products" da reintrodurre nel Centro stesso sotto forma di prodotti o servizi.

Siamo impegnati, inoltre, ad agire in maniera responsabile ("Responsible") verso le persone, ponendo attenzione sia ai nostri collaboratori che ai visitatori nelle Gallerie Commerciali. Ci impegniamo per il benessere dei nostri dipendenti, il cui numero è costantemente cresciuto negli anni, arrivando ai 131 attuali: nel 2018, per il secondo anno, è infatti stato attivato ed aggiornato il Portale Welfare Aziendale, che affida ai dipendenti un budget uguale per tutti, con il quale possono acquisire beni e servizi. Molto buona la risposta: così come lo scorso anno ha partecipato il 99% degli aventi diritto, utilizzando la quasi totalità del budget disponibile. La nostra attenzione a comportarci in maniera responsabile verso le persone ha

riguardato anche i Centri Commerciali: abbiamo infatti proseguito l'inserimento di dissuasori anti sfondamento ed i progetti di miglioramento sismico. Per entrambi questi progetti, nell'ultimo biennio, abbiamo investito 4,9 milioni di euro.

Il nostro agire societario risponde ai principi di etica ("Ethical") e rispetto della legalità. A questo proposito siamo soddisfatti che l'AGCM, l'Autorità che attribuisce il Rating di Legalità, ci abbia rinnovato la valutazione ottenuta nel 2016: 3 stelletto, il massimo punteggio ottenibile. In Romania, inoltre, abbiamo ottenuto la certificazione UNI ISO 37001, l'unico standard riconosciuto a livello internazionale che certifica un sistema di gestione impegnato nella lotta alla corruzione. Siamo la prima società ad avere portato a termine tale processo in quel paese ed il nostro augurio è che il nostro esempio sia seguito anche da altre realtà. A livello di governance, nel 2018 è stato rinnovato il nostro Consiglio di Amministrazione, riducendo il numero dei membri (da 13 a 11) ed incrementando la percentuale del genere meno rappresentato (dal 31 al 36%), proseguendo un trend di crescita che continua dal 2012.

Il nostro obiettivo primario, poi, resta quello di rendere sempre più attrattivi ("Attractive") i nostri Centri Commerciali. Negli ultimi 3 anni abbiamo investito 332 milioni di euro per acquisire nuovi asset, ampliare il portafoglio ed adeguare l'esistente in modo da renderlo funzionale ai cambiamenti e rispondente alle esigenze dei visitatori, mantenendo sempre alta l'attenzione verso la sostenibilità ambientale delle strutture. Nel corso dell'anno abbiamo iniziato i lavori di restyling del Centro Casilino a Roma e di Fonti del Corallo a Livorno, con l'obiettivo di aumentarne l'attrattività e migliorando, al contempo, l'efficienza energetica. Abbiamo inoltre lavorato sul merchandising e tenant mix, inserendo 27 nuove insegne (10 delle quali sono ristorazioni) in linea con l'esigenza di adeguarci ai nuovi trend in atto in questo settore merceologico. Alcuni anni fa affermammo che i nostri Centri Commerciali sarebbero sempre più stati degli "Spazi da vivere": da allora stiamo lavorando in

quella direzione e, nel corso del 2018, i nostri Centri Commerciali hanno investito 3,29 milioni di euro per offrire 530 eventi gratuiti ed accessibili a tutti. Nei Piani Marketing che ciascun Centro Commerciale ha predisposto ad inizio anno abbiamo inserito 3 linee guida: l'experience, l'aggregazione e la socialità. Vogliamo che questi diventino sempre più gli elementi caratterizzanti le nostre strutture: abbiamo cominciato a lavorarci dal 2018, ci lavoreremo sempre più in futuro tanto da averle inserite all'interno del Piano Strategico 2019-2021. Per incrementare l'attrattività, inoltre, abbiamo proseguito il lavoro sul Progetto Innovazione. Ci siamo concentrati, in particolare, su quegli elementi in grado di migliorare la customer journey: abbiamo quindi inserito i chatbot in 3 Centri Commerciali, ovvero assistenti virtuali attivi 24 ore al giorno, 7 giorni su 7, in grado di rispondere in tempo reale a domande ed esigenze dei visitatori tramite il cellulare. Abbiamo inoltre avviato l'utilizzo strutturato di Instagram che, accostandosi a quello di Facebook già in uso in tutti i Centri Commerciali, permette di entrare in contatto con tutte le fasce d'età presenti sui social network, con messaggi diversi in relazione alle peculiarità del canale. In ottica omnichannel, inoltre, abbiamo inserito due Lockers di Poste Italiane in altrettanti Centri Commerciali e definito l'accordo con Amazon per inserire i loro Lockers in 27 strutture.

Realizziamo il nostro business dialogando e collaborando continuamente insieme ("Together") ai nostri stakeholder, sia a livello corporate che localmente. Nel corso del 2018 abbiamo voluto, in particolare, strutturare l'approccio al dialogo con i visitatori delle nostre gallerie. Abbiamo necessità di avere valutazioni sempre aggiornate da parte loro in merito a vari aspetti inerenti le nostre strutture, utilizzando anche le possibilità che la tecnologia mette a disposizione. A livello di ogni singolo territorio, i nostri Centri Commerciali hanno relazioni continue su 3 aspetti: occupazionale (dando lavoro a 14.600 persone e a 880 fornitori), commerciale (con il 40% delle insegne locali sul totale) e socio/aggregativo (con 238 associazioni coinvolte in attività con i Centri Commerciali).

Concludendo, siamo soddisfatti nell'osservare che il nostro impegno sulla sostenibilità venga anche riconosciuto a livello internazionale e nazionale. È infatti motivo di orgoglio aver confermato l' "EPRA sBPR Gold Award" per il quarto anno consecutivo per il Bilancio di Sostenibilità ed aver ottenuto per la prima volta l' "EPRA BPR Gold Award" anche per il Bilancio Finanziario Consolidato. Allo stesso tempo, osserviamo che sempre più spesso siamo chiamati ad illustrare la nostra case history in vari contesti, sia universitari che in convegni, a testimonianza dell'apprezzamento per il lavoro che stiamo svolgendo.

Partendo dalla consapevolezza dei risultati raggiunti, dalla valutazione degli impatti dei progetti che stiamo sviluppando e del buon livello di raggiungimento degli obiettivi del Business Plan appena concluso, ci apprestiamo a proseguire questo percorso, forti dell'esperienza che stiamo maturando e consapevoli dei traguardi che vogliamo raggiungere e che abbiamo inserito nel nostro Piano Strategico 2019-2021.

L'Amministratore
Delegato

Claudio Albertini



Il Presidente

Elio Gasperoni



Nota metodologica

(GRI 102-45; 102-46; 102-48; 102-49; 102-50; 102-51; 102-52; 102-54)

Indicazioni generali

Il nono Bilancio di Sostenibilità del Gruppo IGD, di seguito anche il Gruppo o IGD, è relativo all'anno 2018 e rendiconta sulle performance ambientali, sociali e di governance (ESG) del Gruppo, realizzate sia in Italia che in Romania.

Il presente Bilancio segue l'impostazione per issue, trasversale ai vari stakeholder, rendicontando in merito ai 13 temi material emersi dall'analisi di materialità, realizzata per la prima volta in occasione del Bilancio di Sostenibilità 2014, aggiornata nel 2017. I risultati dell'analisi sono stati confermati nel 2018 con il parziale cambiamento dei contenuti di uno dei temi material che da "Salute e sicurezza" diventa "benessere e sicurezza".

I temi material sono stati raggruppati in 5 macro-temi, che rappresentano i 5 capitoli del presente documento (Per maggiori informazioni sull'analisi di materialità, consultare la sezione "La sostenibilità e la materialità").

L'identificazione dei contenuti del Bilancio deriva da:

- le indicazioni del *top management* aziendale;
- un *benchmark* con i *competitor* a livello internazionale;
- lo sviluppo degli indicatori richiesti dagli standard internazionali GRI Standards e European Public Real estate Association (EPRA);
- l'analisi di materialità.

Bologna_Centro Borgo



La struttura del Bilancio di Sostenibilità

Il Bilancio si divide in due parti:

- 1. Sezione introduttiva**, con riferimenti strategici (compresa la rendicontazione sugli obiettivi di sostenibilità presenti nel Business Plan 2016-2018 e la presentazione dei nuovi obiettivi contenuti nel Piano Strategico 2019-2021) e metodologici;
- 2. Sezione** relativa alle **performance**.

Quest'ultima si compone di 5 capitoli inerenti i macro-temi *material* di IGD, ognuno dei quali riporta le seguenti informazioni:

- 1.** Evidenza dei temi *material* oggetto del capitolo
- 2.** *Highlights* del capitolo
- 3.** *Performance* realizzate nel 2018 confrontate con il biennio precedente

Perimetro del Bilancio di Sostenibilità

Le informazioni economico-finanziarie riportate all'interno del presente Report sono in linea con le informazioni riportate nel Bilancio Consolidato del Gruppo IGD e coincidono con tutte le società consolidate integralmente indicate nella struttura societaria al 31.12.18; con riferimento, invece, alle altre informazioni contenute nel Report, il perimetro coincide con le società consolidate integralmente, ad esclusione di:

- Porta Medicea Srl
- Arco Campus Srl
- RGD Ferrara 2013

in quanto considerate non materiali in relazione all'impatto prodotto dal business, avendo queste come oggetto sociale attività non collegate con la gestione

di Centri Commerciali o occupandosi della gestione di un Centro Commerciale non under management di IGD (RGD Ferrara 2013).

Il report rendiconta in merito alle performance dei Centri Commerciali di proprietà ed in master lease del Gruppo, gestiti da consorzi, partecipati e non, ad esclusione dei 4 Centri Commerciali Centro Luna a Sarzana (SP), Centro La Favorita a Mantova, Centro Lame a Bologna e Centro Leonardo a Imola (BO), acquisiti nel mese di aprile 2018, i cui dati verranno rendicontati a partire dal 2019, a causa della non disponibilità di tutti i dati relativi al primo trimestre. Si riporta di seguito l'elenco completo dei Centri Commerciali, con la specifica se non sono inclusi nel perimetro di rendicontazione:

Italia

Nome Centro Commerciale	Luogo	Esclusione dal perimetro di rendicontazione
CentroSarca	Sesto San Giovanni (MI)	
Gran Rondò	Crema (CR)	
I Bricchi	Isola d'Asti (AT)	
Centro Luna	Sarzana (SP)	x
Mondovicino	Mondovi (CN)	
Millennium	Rovereto (TN)	
Clodi	Chioggia (VE)	
Centro Piave	San Donà di Piave (VE)	
Conè	Conegliano (TV)	
La Favorita	Mantova	x
Centro Borgo	Bologna	
Lame	Bologna	x
Centro Nova	Villanova di Castenaso (BO)	
Leonardo	Imola (BO)	x
Le Maioliche	Faenza (RA)	
ESP	Ravenna	
Puntadiferro	Forlì (FC)	
Lungo Savio	Cesena (FC)	

Porta a mare	Livorno
Fonti del Corallo	Livorno
Maremà	Grosseto
Tiburtino	Guidonia (Roma)
Casilino	Roma
PortoGrande	Porto d'Ascoli (AP)
Città delle Stelle	Ascoli Piceno
Centro d'Abruzzo	San Giovanni Teatino (CH)
Le Porte di Napoli	Afragola (NA)
Katanè	Gravina di Catania (CT)
La Torre	Palermo

Romania

Nome Centro Commerciale	Luogo
Winmarkt GALATI	GALATI
Winmarkt PLOJESTI - Big shopping Center	PLOJESTI
Winmarkt PLOJESTI - Grand Center Shopping	PLOJESTI
Winmarkt CLUJ	CLUJ
Winmarkt BRAILA	BRAILA
Winmarkt RAMNICU VALCEA	RAMNICU VALCEA
Winmarkt TULCEA	TULCEA
Winmarkt BUZAU	BUZAU
Winmarkt PIATRA NEAMT	PIATRA NEAMT
Winmarkt ALEXANDRIA	ALEXANDRIA
Winmarkt SLATINA	SLATINA
Winmarkt TURDA	TURDA
Winmarkt BISTRITA	BISTRITA
Winmarkt VASLUI	VASLUI

Nel rispetto dello standard internazionale EPRA per la rendicontazione dei dati ambientali, il perimetro riferito a questi ultimi cambia rispetto a quello sopra descritto. Si rimanda alla “Nota metodologica per i dati ambientali” riportata di seguito per tutte le specifiche. Le informazioni presenti in questo Bilancio, ma riferite a precedenti Bilanci, non hanno subito modifiche dovute a:

- fusioni o acquisizioni;
- cambio dell’anno o del periodo base;
- natura del business.

Sono variati per modifiche ai metodi di misurazione i seguenti indicatori, presenti nel capitolo Responsible, per ragioni specificate nel capitolo:

- ore medie di formazione per dipendente 2017 (tabella 4)
- ore medie di formazione complessiva 2017 (tabella 5)
- investimento pro capite in formazione 2017 (grafico 6)
- rapporto stipendio maschile rispetto a quella femminile-donna 2016 e 2017 Italia e Romania (tab. 11 e 12)

Nei casi in cui si è reso necessario mutare in maniera non sostanziale i valori 2017 e 2016 viene riportato in nota che tali dati sono stati oggetto di restatement.

Riferimenti e Linee Guida

Il Bilancio è stato redatto in conformità a:

- GRI Standards emessi dalla Global Reporting Initiative, rispondendo all’opzione core ed analizzando, in particolare, quelle relative al settore immobiliare (“Sustainability Reporting Guidelines - Construction and Real Estate Sector Supplement”). I riferimenti agli indicatori GRI sono riportati in ogni capitolo;
- la terza edizione di EPRA (“Best Practices Recommendations on Sustainability Reporting”), pubblicata nel Settembre 2017;

Verifica esterna

I dati e le informazioni contenute nel presente Bilancio sono sottoposte, per il secondo anno, a Limited Assurance secondo le procedure previste dall’ISAE 3000



Faenza (RA)_Le Maioliche

Nell’appendice posta al termine del Bilancio è riportato l’elenco dei GRI Standards e la tabella di sintesi degli indicatori EPRA.

Nella redazione del Bilancio sono inoltre presenti riferimenti ai *Sustainable Development Goals (SDGs)*. Il Bilancio rendiconta sulle azioni realizzate da IGD per contribuire al raggiungimento di 10 dei 17 Obiettivi del Millennio definiti delle Nazioni Unite.

Una tabella di sintesi in fondo al presente documento riporta i riferimenti relativi alla presenza degli SDGs nel testo.

da PricewaterhouseCoopers che esprime, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità ai GRI Standards.

_NOTA METODOLOGICA PER I DATI AMBIENTALI

La presente metodologia si riferisce ai dati ambientali contenuti nel capitolo 1 "Green".

Perimetro di rendicontazione

Per la definizione del perimetro di rendicontazione è stato utilizzato l'"operational control approach", come definito nel GHG Protocol, che meglio riflette l'impatto ambientale di IGD poiché rappresenta le utenze procurate direttamente dall'organizzazione in quanto proprietaria degli asset inclusi. I 22 asset che rientrano nel perimetro di rendicontazione sono Gallerie Commerciali italiane e rappresentano (in numero) l'81% delle Gallerie di proprietà, con un valore di 1,66 miliardi di €.

Sono esclusi:

- Gallerie Commerciali Centro Nova, Centro Piave e Fonti del Corallo (Gallerie in Master Leasing);
- Darsena (Equity share: IGD non ha alcun ruolo gestionale);
- Dati 2016 di Centro Maremà, inaugurato nel mese di ottobre 2016, non inserito nel rispetto del principio della comparabilità). I dati sono inseriti dal 2017 in avanti.
- Dati 2018 delle Gallerie dei Centri Commerciali La Favorita, Lame, Leonardo e Luna, entrati a far parte del portafoglio IGD in seguito all'acquisizione avvenuta nel mese di aprile 2018. I loro dati saranno inseriti dal 2019 in avanti.

Confine: consumi della proprietà e dei tenant

IGD rendiconta in merito all'impatto ambientale dei suoi asset tramite gli indicatori di performance ambientale richiesti dagli standard internazionali EPRA e GRI Standard. In merito a quest'ultimo sono riportati gli indicatori riferiti agli ambiti material per IGD (vedi "La sostenibilità e la materialità").

Gli impatti ambientali rendicontati riguardano:

- **Consumi energetici diretti ***
(consumi di combustibile)
Il dato si riferisce a 13 Centri Commerciali che utilizzano il gas metano per il riscaldamento. Sono

- Ipermercati e supermercati (Non rilevanti dal punto di vista dell'"operational control approach");
- Le altre unità immobiliari (IGD non ha alcun ruolo gestionale su di essi).

I dati della sede e della Romania sono riportati separatamente.

Gli indicatori di performance sono riportati secondo due differenti modalità:

- **Absolute:** relativa all'intero perimetro di rendicontazione (22 Centri Commerciali).
- **Like-for-like:** sono esclusi gli asset che sono acquistati o venduti, che sono sottoposti a *restyling*, ampliamento o lavori di rimodulazione degli spazi interni nel corso del periodo di riferimento e gli asset che non sono stati aperti nel corso dell'intero anno di rendicontazione (2018) o nell'intero anno di confronto (2017). Non comprese quindi le Gallerie di ESP (ampliatasi nel mese di giugno 2017) e Città delle Stelle (lavori di rimodulazione terminati nel mese di novembre 2017). I dati Lfl sono calcolati esclusivamente per gli anni 2018 e 2017.
- Gli indicatori di intensità fanno riferimento solo a dati *absolute*.

esclusi 4 Centri che utilizzano il teleriscaldamento, 3 Centri che utilizzano pompe di calore, Porta a Mare che utilizza energia geotermica marina e il retail park Clodì. Il dato include i consumi dei tenant che sono acquistati dalla proprietà. Il dato fornito dai Centri Commerciali è in mc: il fattore di conversione da mc a kWh è 10,5 mc/kWh

- **Consumi energetici indiretti ***
(elettricità, teleriscaldamento e teleraffreddamento).
Il dato si riferisce all'energia prodotta e acquistata da una terza parte e convertita in elettricità o fluidi.

Include:

- quanto necessario per illuminare, riscaldare e raffreddare le aree comuni;
- i fluidi caldi e freddi forniti ai tenant;
- i consumi elettrici dei parcheggi

I consumi elettrici sono riferiti a 22 Centri Commerciali ed escludono i consumi dei retail park; i Centri che utilizzano teleriscaldamento e teleraffreddamento sono 4.

- **Emissioni dirette e indirette di gas serra*** (GHG) Calcolati sui consumi energetici dei Centri considerati nel perimetro. Le emissioni dirette di GHG si riferiscono all'energia acquistata e consumata sul luogo (combustibile). Per il calcolo della Co2e si utilizzano i parametri GHG Protocol (aggiornato a maggio 2015, i fattori derivano dall'IPCC Guidelines for National GHG Inventories 2006). Tale fonte ha un fattore emissivo standard per il gas metano, per tutti i paesi, pari a 1 m3 uguale a 0,001891 tCO2 eq.

Per il calcolo delle emissioni indirette di Co2e:

- per l'energia elettrica, si utilizzano i parametri GHG Protocol. Il fattore di emissione per l'Italia è

pari a 1 MWh uguale a 0,385 ton di CO2 eq. Per la Romania, invece, 1 MWh di energia elettrica è pari a 0,481 ton di CO2 eq. I fattori in questione sono aggiornati al 2012.

- per il teleriscaldamento: si utilizza per l'Italia la fonte dell'Agenzia Nazionale Efficienza Energetica, che riporta un valore pari a 0,30 kg di CO2/kWh, il cui calcolo è stato effettuato in coerenza con i fattori di conversione in energia primaria previsti dal DM 26 giugno 2015 "requisiti minimi". Per la Romania è applicato il fattore di conversione: 0,22 Kg di CO2/Kwh aggiornato al 2017, estratto dalla fonte legislativa rumena Ordinul 2641/2017 M.Of. 252 din 11-apr-2017.

- **Consumi idrici ***

Il dato fa riferimento a tutti i Centri che rientrano nel perimetro di rendicontazione e include i consumi idrici sia delle aree comuni che dei tenant.

- **Rifiuti**

Non sono disponibili i dati di 8 Centri Commerciali in cui la raccolta viene effettuata direttamente dai Comuni che non forniscono dati utili; per questo non sono inclusi.

Normalizzazione per i calcoli dell'intensità

Gli indicatori di intensità forniscono una misura delle performance *absolute* e *like-for-like* che è confrontabile nel lungo periodo.

Come richiesto da EPRA *Best Practices Recommendation (BPR) on Sustainability Report*, gli indicatori di intensità sono calcolati sull'intero perimetro di rendicontazione (*absolute*), utilizzando i valori degli indicatori sopra descritti (contrassegnati con un asterisco *). Fa eccezione il calcolo dell'intensità energetica, nel-

la quale sono esclusi i consumi elettrici dei parcheggi (stimati per 12 Centri in cui il dato non è disponibile). Al denominatore è utilizzata per i Centri Commerciali la somma di mq di aree comuni e GLA a cui le utenze comuni sono fornite, mentre per il retail park di Clodi, solo i mq di aree comuni. IGD ha ritenuto opportuno utilizzare questi valori, nonostante il parziale disallineamento fra numeratore e denominatore, per la presenza dei fluidi caldi e freddi forniti ai *tenant*.

Modifiche dati storici:

- 1.** In seguito ad un conguaglio sopraggiunto nel corso del 2018 relativo al consumo di energia elettrica dell'anno 2017 di un Centro Commerciale, sono variati i seguenti indicatori rispetto a quanto riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2017: consumi elettrici Italia Absolute e Like for Like (tab. 1), consumi energetici Italia Absolute e Like for like (tab. 4), intensità energetica Italia (tab. 5), emissioni GHG Italia Absolute e Like for like (tab. 6), intensità emissioni GHG Italia (tab. 7);
- 2.** in seguito ad un conguaglio sopraggiunto nel corso del 2018 relativo al consumo di teleriscaldamento degli anni 2017 e 2016 di un Centro Commerciale, sono variati i seguenti indicatori rispetto a quanto riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2017: consumi di teleriscaldamento e teleraffreddamento Italia (tab. 2), consumi energetici Italia Absolute e Like for like (tab. 4), intensità energetica Italia (tab. 5), emissioni GHG Italia Absolute e Like for like (tab. 6), intensità emissioni GHG Italia (tab. 7);
- 3.** in seguito ad un conguaglio sopraggiunto nel corso del 2018 relativo al consumo di teleriscaldamento dell'anno 2017 di un Centro Commerciale, sono variati i seguenti indicatori rispetto a quanto riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2017: consumi di combustibile (tab. 3), consumi energetici Italia Absolute e Like for like (tab. 4), intensità energetica Italia (tab. 5), emissioni GHG Italia Absolute e Like for like (tab. 6), intensità emissioni GHG Italia (tab. 7);
- 4.** in seguito ad un conguaglio sopraggiunto nel corso del 2018 relativo ai consumi idrici di un Centro Commerciale dal 2012, sono variati i seguenti indicatori rispetto a quanto riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2017: consumi idrici Italia Absolute e Like for Like (tab 8.), ripartizione dei consumi idrici Italia Absolute e Like for Like (tab 9.), Intensità dei consumi idrici Italia (tab 10.)
- 5.** in seguito all'individuazione di una metodologia di calcolo più precisa relativa ai rifiuti prodotti dagli uffici della sede, sono variati i seguenti indicatori rispetto a quanto riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2017: rifiuti e modalità di smaltimento sede (tab. 12), raccolta differenziata sede (tab. 13);
- 6.** i dati dei consumi elettrici della Romania 2017 e 2016 sono stati modificati includendo i consumi dei tenant, al fine di permettere la valutazione dell'impatto ambientale delle intere strutture dei Centri Commerciali Winmarkt. Sono quindi cambiati i seguenti indicatori rispetto a quanto riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2017: consumi elettrici Romania (tab. 1), consumi energetici Romania (tab. 4), intensità energetica Romania (tab. 5), emissioni GHG Romania (tab. 6), intensità emissioni GHG Romania (tab. 7).
- 7.** in seguito all'aggiornamento dei fattori di conversione per il calcolo delle emissioni di CO_{2e}, sono variati i seguenti indicatori rispetto a quanto riportato nel Bilancio di Sostenibilità 2017: emissioni di gas serra di Italia, Romania e sede (tab. 6); intensità dei consumi di gas serra di Italia, Romania e sede (tab. 7); grafico sulla riduzione dell'intensità delle emissioni GHG dal 2012 (grafico 4)

➤ Introduzione: chi è IGD e cenni di performance economica

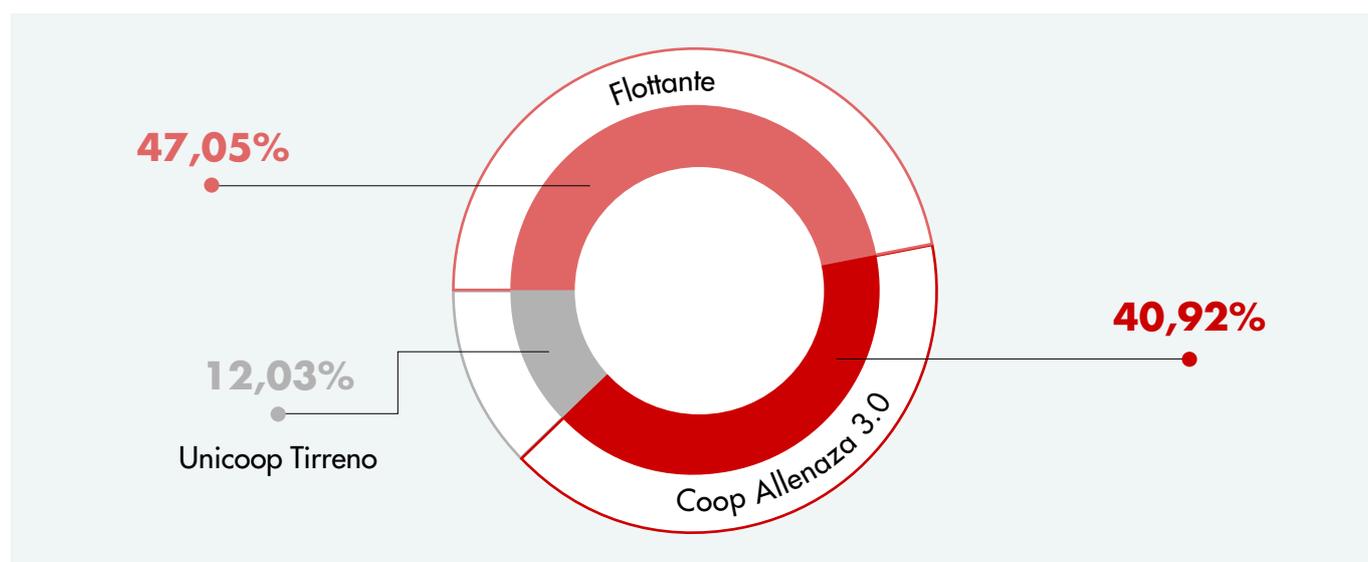
IL PROFILO DI IGD (GRI 102-1; 102-2; 102-3; 102-4; 102-5; 102-6; 102-7; 102-10)

Il gruppo IGD (Immobiliare Grande Distribuzione) SiiQ S.p.a. è il primo gruppo italiano tra le società quotate nel settore immobiliare retail. Possiede e gestisce immobili, sia in Italia che in Romania, dove opera nel segmento dei Centri Commerciali.

Il gruppo è nato nel 2000 dal conferimento di parte del patrimonio immobiliare di Coop Adriatica (ora

Coop Alleanza 3.0) e di Unicoop Tirreno, che sono tuttora i principali azionisti. Dal 2005 la società è quotata sul segmento STAR di Borsa Italiana.

Al 31 dicembre 2018, il portafoglio, quasi quadruplicato rispetto all'anno della quotazione, è stato valutato 2,412 miliardi di euro e l'azionariato risulta così composto:



In Romania, IGD possiede e controlla il 100% di Winmarkt, una catena di 14 Centri Commerciali presenti in 13 città

Afragola (NA)_ Le Porte di Napoli



60 UNITÀ IMMOBILIARI
in

12 REGIONI ITALIANE:

27* gallerie e retail park

25 iper e supermercati

1 city center

1 sviluppo terreni

1 immobile per trading

5 altro



**sono inclusi anche i 4 Centri commerciali acquisiti nel corso del 2018, non oggetto del presente Bilancio di Sostenibilità (v. Nota Metodologica)*

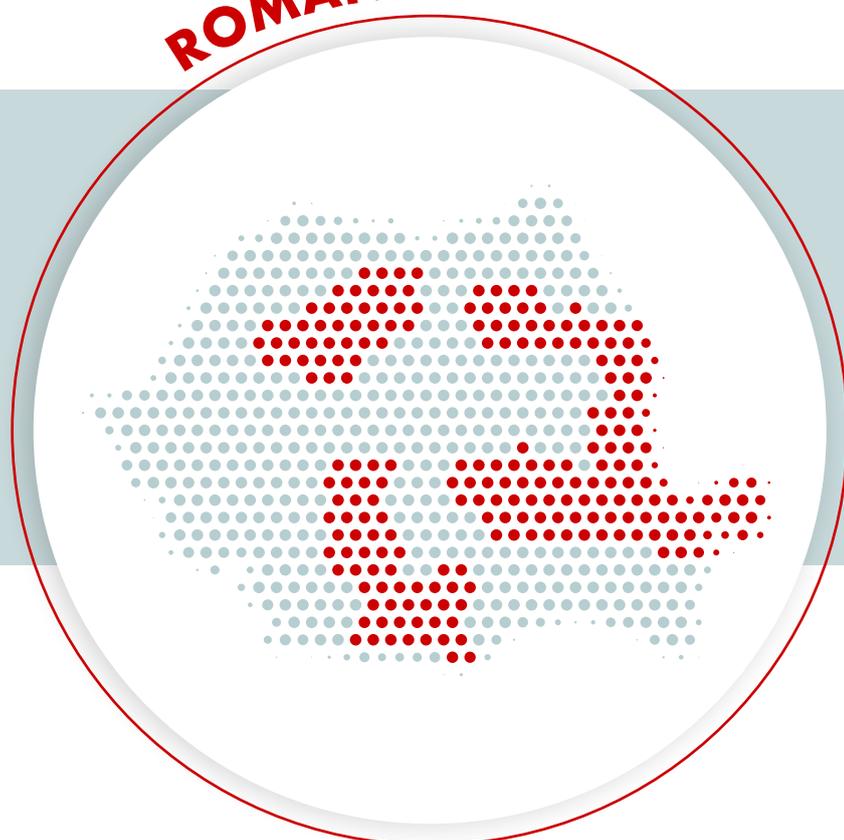
ROMANIA

14 CENTRI COMMERCIALI

1 Palazzina uffici

in

13 città rumene



Le 3 principali attività del gruppo sono:

1. Proprietà

In quanto *property company*, IGD acquisisce immobili a destinazione commerciale, già operativi o di nuova realizzazione (centri commerciali, ipermercati, supermercati e gallerie) da cui trarre valore nel lungo periodo grazie all'attività locativa. Occasionalmente, la Società valuta anche la cessione di immobili di proprietà non più strategici;

2. Gestione

L'attività più rilevante per IGD consiste nell'asset management, che riguarda tutti gli immobili di proprietà del gruppo in Italia e in Romania e tre gallerie di proprietà di terzi. L'obiettivo principale è garantire e incrementare il valore del portafoglio nel medio-lungo termine attraverso:

- a. interventi di restyling, ristrutturazione e rimodulazione degli spazi, oltre che di manutenzione (ordinaria e straordinaria);
- b. politiche commerciali e iniziative di marketing che rendano le gallerie più attrattive

3. Servizi e trading

Fornitura di servizi rivolti ai proprietari e agli affittuari degli ipermercati, dei supermercati e dei negozi presenti all'interno delle gallerie.

Tabella 1

Dimensioni dell'azienda al 31/12/2018 (GRI 102-7)

Indicatore	2018
Numero Dipendenti	131 Italia 44 Romania
Numero attività/Quantità di prodotti o servizi	60* unità immobiliari in Italia e 14 in Romania
Ricavi gestionali	158.069.988€
Capitalizzazione di mercato	593.860.122€

*sono inclusi anche i 4 Centri commerciali acquisiti nel corso del 2018

Operativamente, le principali novità dell'anno 2018 sono:

• Aprile •

Sottoscritto aumento di capitale per un controvalore di Euro 149,978 milioni, che ha permesso ad IGD di finanziare parzialmente l'acquisizione da Eurocommercial Properties Group di un portafoglio composto da 4 Gallerie Commerciali e 1 Retail Park ubicati nel Nord Italia e inclusi in Centri Commerciali di riferimento nei rispettivi bacini (Centro Commerciale Leonardo a Imola, Centro Commerciale Lama a Bologna, Centro Commerciale e Retail Park La Favorita a Mantova e CentroLuna a Sarzana).

• Maggio •

Inaugurata nuova media superficie nel Centro Commerciale Gran Rondò (Crema) con un incremento della GLA complessiva della struttura di 2.850 m²

• Giugno •

Nominato nuovo Consiglio di Amministrazione: il 1 giugno 2018, l'Assemblea degli Azionisti ha nominato il nuovo Consiglio di Amministrazione con il meccanismo del "voto di lista" e ha rideterminato in 11 il numero dei componenti, rispetto ai 13 del precedente consiglio. I componenti sono stati tratti dalle liste presentate da Coop Alleanza 3.0 (azionista di maggioranza), Unicoop Tirreno e dalla lista di minoranza di GWM Growth Fund S.A. SICAV-RAIF.

• Ottobre •

Sottoscritto con pool di banche un contratto di finanziamento avente ad oggetto la concessione di un finanziamento senior unsecured di Euro 200 milioni con scadenza a tre anni con opzione di estensione sino a cinque anni in capo alla Società. Con questa operazione IGD si finanzia a un costo inferiore all'attuale costo medio del debito, riducendolo ulteriormente, e coprirà le esigenze dei prossimi anni, non avendo significative scadenze finanziarie al 2021.

• Novembre •

Approvato il Piano Strategico 2019-2021 dal Consiglio di Amministrazione. Il piano, che si pone l'obiettivo del consolidamento della leadership e del rafforzamento patrimoniale, è fondato su tre pilastri:

- i. Innovazione ed eccellenza operativa
- ii. Asset management e accordo strategico con Coop Alleanza 3.0
- iii. Strategia finanziaria

Sesto San Giovanni (MI)_Centro Sarca



-LE ADESIONI DI IGD (GRI 102-12; 102-13)

Nella tabella sottostante è riportata la lista delle organizzazioni cui IGD fa parte a vario titolo.

Tabella 2

Lista della associazioni e delle organizzazioni nazionali/internazionali di advocacy in cui l'organizzazione partecipa a progetti e comitati o fornisce finanziamenti (GRI 102-13)

Organizzazione	Adesione con pagamento quota	Partecipazione a progetti e comitati	Partecipazione agli organi di governo
European Public Real Estate Association (EPRA)	x	x	x
ICSC (International Council of Shopping Centers)	x	x	
Assoimmobiliare	x		x
Assonime	x	x	x
Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali	x	x	x
Impronta Etica	x	x	
Unindustria Bologna	x		
Legacoop Romagna	x		x
Confindustria Romania	x		
Camera di Commercio Italiana per la Romania	x		

-SUPPLY CHAIN (GRI 102-9)

Nell'ambito della sua attività, IGD collabora con due diverse categorie di fornitori: di servizi (pulizia, comunicazione, sicurezza, ad esempio) e di attività di costruzione e manutenzione. Il rapporto fra fornitori ed IGD è gestito sia attraverso contratti locali (stipulati da Consorzi nei Centri Commerciali), sia con contratti

negoziati centralmente dalla sede. Numericamente i fornitori complessivi sono 1.658, di cui il 53% sono locali (v. capitolo 5.2 per approfondimento sui fornitori locali). Il valore monetario stimato conferito ai fornitori dai Consorzi dei Centri Commerciali ammonta complessivamente a circa €18,7 milioni.

-L'APPROCCIO PRUDENZIALE (GRI 102-11)

L'approccio prudenziale di IGD è riscontrabile nell'implementazione del modello di Enterprise Risk Management (ERM - v. Cap 3 del presente Bilancio) e

nell'attivazione del Sistema di Gestione Ambientale (SGA - v. Cap 1).

→ La sostenibilità e la materialità

L'organizzazione interna della Responsabilità sociale (GRI 102-32)

La Responsabilità Sociale, in IGD, vede il coinvolgimento di 3 organi: il Comitato di Sostenibilità, la Direzione Operativa ed il Consiglio di Amministrazione.

Organo	Composizione	Ruolo nella CSR
Comitato di Sostenibilità	Composto da 5 persone: Direttore Generale alla Gestione, Direttore Pianificazione, Controllo ed Investor Relations, Responsabile Analisi e Pianificazione Investimenti, Responsabile Area Tecnica Patrimonio, Responsabile Marketing e Responsabilità Sociale	Formula proposte relative a strategie ed obiettivi ed alla loro declinazione operativa. È inoltre responsabile della gestione delle attività di reportistica sulle performance di CSR.
Direzione Operativa	Presidente, Amministratore Delegato, Direttore Generale alla Gestione, Direttori delle diverse Direzioni/Servizi	Approva le strategie ed indica le linee guida
Consiglio di Amministrazione	http://www.gruppoigd.it/Governance/Consiglio-di-amministrazione	Promotore dell'impegno della Società sulla CSR, valuta annualmente le performance socio-ambientali ed approva il Bilancio di Sostenibilità (dal 2015)

Approfondimento sul Comitato di Sostenibilità

Durante l'anno il Comitato si è riunito 3 volte per:

- Valutare l'andamento del Piano di Sostenibilità 2016-2018 e definire metodologia e contenuti del nuovo Piano, inserito nel Piano Strategico 2019-2021;
- Definire metodologia e contenuti dell'Indice di Sostenibilità
- Condividere l'iter delle certificazioni ambientali (UNI EN ISO14001 e Breeam in Use)
- Definire strategia e partner per l'inserimento delle colonnine di ricarica per le auto elettriche nei Centri Commerciali
- Condividere le linee guida per la comunicazione della sostenibilità
- Presentare i contenuti e le novità principali emersi dalla partecipazione di IGD ad associazioni nazionali ed internazionali sui temi della Responsabilità Sociale.
- Condividere percorso e novità per la redazione del Bilancio di Sostenibilità 2018

Al Comitato di Sostenibilità risponde il Comitato Strategia di Gestione Ambientale (SGA), che gestisce le attività di supervisione e riesame degli andamenti delle performance ambientali ed implementa la Strategia

di Gestione Ambientale negli asset di proprietà IGD, con l'individuazione di miglioramenti costanti e periodici.

La strategia di responsabilità sociale

A partire dal Business Plan 2014-2016, IGD ha inserito le istanze della sostenibilità nella pianificazione aziendale e confermato tale approccio sia nel Piano successivo (2015-2018) che nella revisione allo stesso (2016-2018). In quest'ultimo la responsabilità sociale rappresentava uno dei 4 assi strategici per il Business della Società.

Il 7 novembre 2018 è stato approvato il Piano Strategico 2019- 2021, all'interno del quale la sostenibilità è inclusa nella sezione "Innovazione ed eccellenza operativa", uno dei 3 pilastri su cui è basato il Piano.

La redazione della parte inerente la sostenibilità del Piano ha seguito un percorso strutturato, che ha condotto all'identificazione delle tematiche e, quindi, degli obiettivi, attraverso:

- Benchmark sia fra i comparables che con altre aziende significative per il loro impegno sulle tematiche ESG a livello europeo, per individuare i temi ricorrenti e gli ambiti maggiormente impattanti;

- Collaborazione tra le varie direzioni aziendali, per elaborare un Piano quanto più possibile esteso e integrato
- Analisi dei Sustainable Development Goals (SDGs), per adottare impegni che permettano ad IGD di contribuire al raggiungimento di 10 dei 17 Obiettivi del Millennio definiti dalle Nazioni Unite

I temi emersi sono stati organizzati nel Piano in funzione dell'acronimo GREAT, che caratterizza, dal 2017, l'approccio alla sostenibilità da parte di IGD. "Becoming GREAT" è l'aggregazione delle tematiche material, il frutto della revisione dell'analisi di materialità svolta nel 2017, a testimonianza dell'impegno di IGD a crescere costantemente in un'ottica "Green, Responsible, Ethical, Attractive, Together".

Questi, nel dettaglio, gli obiettivi identificati:

//////////////////// GREEN //////////////////////

Certificazioni ambientali:

- ISO 14001 per il 95% del portafoglio
- BREEAM IN USE (almeno livello «Very Good») per altri 5 Centri Commerciali

Interventi per ridurre i consumi:

- Previsti c. €5mn di investimenti per migliorare l'efficienza energetica (dopo i c. 6 milioni di € sostenuti nell'ultimo triennio)
- Prosecuzione inserimento impianti fotovoltaici

Mobilità sostenibile:

- Interventi sulla mobilità elettrica
- Definizione di uno studio di fattibilità per favorire la mobilità ciclistica
- Valutazione del possibile utilizzo di bike e car sharing

Economia circolare:

- Passaggio dalla sperimentazione alla fase operativa del progetto Waste2Value e valutazione di altre progettualità sul tema

RESPONSIBLE

- Aggiornamento continuo del sistema di Welfare aziendale
- Monitoraggio del clima aziendale e definizione azioni di follow up
- Proseguimento progetti per la sicurezza delle strutture (adeguamento sismico, dissuasori)

ETHICAL

- Progetto certificazione anti-corrruzione
- Mantenimento del Rating di legalità con il massimo del punteggio raggiungibile (3 stelletta)

ATTRACTIVE

- Eventi inclusivi ed esclusivi
- Collaborazione con il territorio
- Studio e definizione di misure per favorire il wellbeing interno ai Centri Commerciali

TOGETHER

- Progetto di ascolto dei Millennials per comprendere le loro aspettative sul Centro Commerciale del futuro e dei tenant per progetti comuni di sostenibilità

Gli SDGs

Gli Obiettivi di Sviluppo sostenibile (SDGs, o Global goals) sono stati inseriti dalle Nazioni Unite nel 2015 all'interno dell'Agenda 2030: un set di 17 obiettivi e 169 sotto-obiettivi che ambiscono a porre fine alla povertà, a lottare contro l'ineguaglianza e per favorire lo sviluppo sociale ed economico. Un piano d'azione universale, che richiede l'impegno di tutti, incluse le imprese, chiamate a dare il proprio contributo attraverso nuovi modelli di business responsabile, investimenti, innovazione, sviluppo tecnologico e attivazione di collaborazioni multi-stakeholder.

IGD, seguendo le linee guida del Global Compact Network Italia, ha individuato 10 SDGs pertinenti al

proprio business e collegati alle tematiche material per l'azienda. Questi riferimenti sono contenuti all'interno del presente Bilancio, oltre a costituire parte integrante della pianificazione di sostenibilità.

In quanto quadro di riferimento universalmente condiviso in materia di sostenibilità, gli SDGs hanno un forte impatto anche dal punto di vista della comunicazione. Per questo IGD inserirà e promuoverà tali riferimenti in tutte le forme di comunicazione, con un duplice obiettivo: divulgare l'impegno in questo ambito e sensibilizzare gli stakeholder, specialmente i visitatori dei Centri Commerciali (ne è un esempio la comunicazione sulla sostenibilità ambientale inserita nei totem).

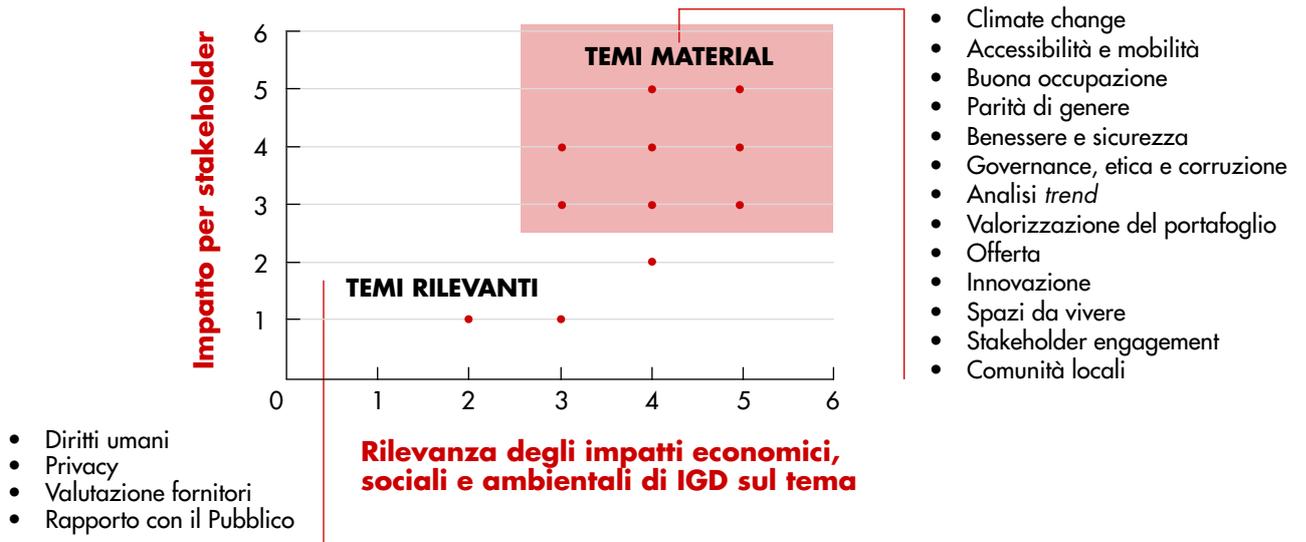
La materialità (GRI 102-32; GRI 102-47; GRI 103-1)

Dopo la prima definizione delle tematiche material nel 2014, IGD ha aggiornato la propria matrice di materialità nel 2017, seguendo i principi contenuti nei GRI Standards.

Il processo di individuazione delle tematiche material e di quelle rilevanti si è sviluppato su quattro fasi, e ha

coinvolto varie figure aziendali. Partendo da una prima identificazione di tutti i possibili aspetti significativi per IGD, emergenti da varie fonti (interne ed esterne all'azienda), il processo ha condotto alla condivisione con il top management dei 17 temi, 13 dei quali material e 4 rilevanti, che rappresentano i filoni prioritari di azione di IGD sui temi della sostenibilità.

La matrice di materialità, i temi material e quelli rilevanti



Le tematiche così individuate rappresentano sia gli ambiti di rendicontazione della reportistica di sostenibilità che gli assi alla base della pianificazione (sulla base dell'acronimo G.R.E.A.T. sopra illustrato)

Becoming g.r.e.a.t.

Green

- 1.1_Climata change
- 1.2_Accessibilità e mobilità

Responsible

- 2.1_Buona occupazione
- 2.2_Parità di genere
- 2.3_Benessere e sicurezza

Ethical

- 3.1_Governance, etica e corruzione

Attractive

- 4.1_Analisi trend
- 4.2_Valorizzazione del portafoglio
- 4.3_Offerta
- 4.4_Spazi da vivere
- 4.5_Innovazione

Together

- 5.1_Stakeholder engagement
- 5.2_Comunità locali

Nel corso del 2018 IGD ha svolto un processo di fine tuning dei propri temi material, con l'obiettivo di verificare l'attualità di quelli identificati e valutare la possibilità di aggiungerne altri. Per questa ragione ha continuato a monitorare gli esiti del coinvolgimento degli stakeholder, quanto emerso su organi di stampa specializzata e non ed i temi ricorrenti emergenti dalla partecipazione a gruppi di lavoro nazionali ed internazionali in merito alla responsabilità sociale.

L'analisi ha confermato la validità degli ambiti material e rilevanti identificati, ed ha suggerito, come unico adeguamento, il cambiamento del tema "salute e sicurezza" in "benessere e sicurezza". Questa decisione, condivisa con la Direzione Operativa, consente di inquadrare maggiormente l'obiettivo del well being contenuto nel Piano Strategico 2019-2021 e mettere in maggiore risalto l'impegno verso il welfare aziendale.

Corrispondenza fra gli aspetti material e gli aspetti GRI Standards e confini

Macrotema	Tema material	Categoria GRI Standard	Aspetto material GRI Standard	Indicatore	Material dentro l'organizzazione	Material fuori l'organizzazione
Green	Climate change	Environmental	Energy; Water; Emissions; Effluents and Waste	302-1; 302-3; 303-1; CRE1; 305-1; 305-2; CRE3; 305-4; CRE2; 306-2; CRE8;	x	Visitatori - Comunità locale - Tenant - Ambiente
	Accessibilità e mobilità		*		x	Visitatori - Comunità locale - Ambiente
Responsible	Buona occupazione	General Disclosures - Social	Employment; Training and education; Diversity and equal opportunity	102-8; 102-41; 401-1; 404-1; 404-3; 405-1	x	
	Parità di genere	General Disclosures - Social	Diversity and equal opportunity	102-8; 405-1; 405-2	x	
	Benessere e sicurezza	General Disclosures - Social	Occupational health and safety; Customer health and safety	403-2; 416-1; 416-2	x	Visitatori
Ethical	Governance, etica e corruzione	General Disclosures		102-16; 102-17; 102-18; 102-22; 102-26; 102-27; 102-28; 102-29; 102-30; 102-31; 102-32	x	Azionisti e comunità finanziaria

Attractive	Analisi trend		*		x	
	Valorizzazione del portafoglio		*		x	Visitatori - Comunità locale - Tenant
	Offerta		*		x	Visitatori - Comunità locale - Tenant
	Spazi da vivere		*		x	Visitatori - Comunità locale - Tenant
	Innovazione		*		x	Visitatori - Comunità locale - Tenant
Together	Stakeholder engagement	General Disclosures		102-40; 102-42; 102-43; 102-44;	x	
	Comunità locali	Social	Local communities	413-1	x	Visitatori - Comunità locale

Nota: gli ambiti contrassegnati da asterisco () non sono direttamente collegati ad aspetti identificati dal GRI Standards. Il presente Bilancio specifica, nelle informazioni sulla modalità di gestione sotto riportate, come vengono gestiti da IGD e rendicontati con specifici indicatori.*

Informazioni sulla modalità di gestione (GRI 103-2; 103-3)

Tema	Perché il tema è material	Strumenti di gestione posti in essere
Climate Change	I Centri Commerciali, per la loro stessa natura, sono strutture energivore, ambientalmente impattanti. L'impegno di IGD è quello di operare in modo da ridurre questi impatti (con le loro ripercussioni economiche), individuando azioni sempre più efficaci tanto nella fase di costruzione/ restyling dei Centri, quanto nella loro gestione.	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoraggio continuo dei consumi energetici - Interventi gestionali - Interventi strutturali - Certificazione BREEAM in un Centro Commerciale e BREEAM IN USE in 2 key asset - Proseguo del progetto che porterà a certificare UNI EN ISO14001 il 95% del portafoglio
Accessibilità e mobilità	IGD si impegna a far convivere due temi: il traffico veicolare generato intorno ad un Centro Commerciale e le nuove tendenze per una mobilità sostenibile. Si impegna per dare la possibilità a tutti i visitatori di recarsi presso i Centri Commerciali nella maniera per loro più opportuna, in linea con le proprie necessità.	Per definire gli interventi inerenti la mobilità sostenibile, IGD opera su due aspetti: <ol style="list-style-type: none"> 1. analisi della situazione esistente 2. identificazione delle azioni da compiere, con un focus particolare sulla mobilità elettrica e ciclistica

Buona Occupazione	IGD è impegnata a favorire una “buona occupazione”, che ha nello sviluppo continuo delle competenze e nella loro valorizzazione due degli assunti principali.	<ul style="list-style-type: none"> - Piano formativo per lo sviluppo delle competenze e delle conoscenze specifiche
Parità di genere	Come riportato nel Codice Etico aziendale, la Società ispira il proprio operato al principio di imparzialità nei confronti dei propri dipendenti, garantendo il rispetto del principio delle pari opportunità.	<ul style="list-style-type: none"> - Parità nella retribuzione e nella possibilità di assunzione
Benessere e sicurezza	IGD opera per consentire ai dipendenti (propri e dei tenants) di lavorare nelle migliori condizioni possibili, nel rispetto di tutte le prescrizioni normative e del loro benessere. Presta inoltre la stessa attenzione ai visitatori delle Gallerie, mettendo in atto tutti i presidi per garantire loro la fruizione in tutta sicurezza delle opportunità offerte nei propri Centri Commerciali.	<ul style="list-style-type: none"> - Piano di Welfare aziendale - Piano formativo per i dipendenti - Attività di presidio continuo sulla sicurezza dei Centri commerciali - Progetti volontari per incrementare la sicurezza delle strutture (dissuasori e adeguamento sismico)
Governance, etica e corruzione	In linea con quanto contenuto nel Codice di Autodisciplina, IGD si è dotata di un efficace sistema di governance. Il tema viene ritenuto molto rilevante dagli investitori e dalla comunità finanziaria. La condotta di IGD si pone l’obiettivo sia di agire eticamente in prima persona, rispettando nei comportamenti quanto contenuto nei suoi principi ispiratori, sia influenzando positivamente il contesto in cui opera.	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema di “Board review” annuale - Relazione sulla Corporate Governance inserita nel Bilancio Civilistico, disponibile sul sito internet - Conferma del rating di Legalità con il massimo punteggio - Certificazione anticorruzione ottenuta in Romania - Monitoraggio continuo dei maggiori rischi di illegalità cui l’azienda è sottoposta - Aggiornamento dei regolamenti interni - Codice Etico - Mission e valori IGD
Analisi trend	La comprensione dei cambiamenti in atto è un’attività significativa per determinare le azioni da compiere per rendere costantemente più attrattivi i Centri Commerciali. Per questa ragione svolge una continua analisi dei trend, in modo da riuscire a rispondere nei tempi più rapidi possibili alle nuove esigenze dei visitatori.	<ul style="list-style-type: none"> - Analisi strutturata in 4 fasi (v. Cap. 4.1)
Valorizzazione del portafoglio	Per rimanere continuamente competitivi, i Centri Commerciali necessitano di adeguamenti continui. IGD per questo motivo pianifica interventi volti a valorizzare il proprio portafoglio e la sostenibilità assume un ruolo rilevante come driver nella progettazione e costruzione di un nuovo Centro, così come per restyling o per gli ampliamenti	<ul style="list-style-type: none"> - Nel corso del Piano Industriale 2016-2018 IGD ha complessivamente investito 332 milioni di euro per acquisire nuovi asset, ampliare il proprio portafoglio e per adeguare l’esistente in modo da renderlo funzionale ai cambiamenti nelle esigenze dei visitatori
Offerta	Per garantire la qualità dell’offerta dei propri Centri Commerciali, IGD opera nell’ottica di aggiornare continuamente il merchandising ed il tenant mix, in modo da rispondere alle esigenze dei visitatori ed alle nuove tendenze del consumo	<ul style="list-style-type: none"> - Duplice impegno: <ol style="list-style-type: none"> 1. Gestione del portafoglio tenant esistente; 2. Scouting delle nuove insegne

Spazi da vivere	Come da payoff "Spazi da vivere", IGD si impegna a garantire il ruolo sociale dei Centri Commerciali. Per questa ragione organizza eventi di vario genere e tipo: dallo sportivo al culturale, dal ludico al solidale, con un'attenzione particolare rivolta al territorio.	<ul style="list-style-type: none"> - Realizzazione di eventi che hanno unito forte capacità aggregativa a messaggi dalla valenza sociale - Collaborazioni con ONG ed Onlus per garantire la socialità degli eventi nelle strutture IGD
Innovazione	Per rimanere costantemente in linea con l'evoluzione delle tendenze, IGD lavora costantemente sull'innovazione dei propri spazi e dei servizi offerti.	<ul style="list-style-type: none"> - Definito "Progetto innovazione" con monitoraggio dei risultati raggiunti
Stakeholder engagement	Il coinvolgimento degli stakeholder permette di instaurare con i propri interlocutori un dialogo orientato a comprendere i cambiamenti in corso.	<ul style="list-style-type: none"> - Strutturazione di un piano di coinvolgimento sia per tematiche di business che maggiormente improntate alla responsabilità sociale. - Definito "Progetto Ascolto" rivolto a visitatori e non delle Gallerie Commerciali
Comunità locali	Il Centro Commerciale assume non solo un ruolo significativo per lo shopping, ma diventa anche generatore di sviluppo economico e luogo di aggregazione sul territorio di riferimento	<ul style="list-style-type: none"> - Monitoraggio degli impatti occupazionali, commerciali e socio/aggregativi sulle comunità locali - Organizzazione di specifiche iniziative in collaborazione con il territorio

Valutazione dell'impatto

A partire da questo Bilancio, IGD introduce alcuni elementi propri della rendicontazione di impatto, con l'obiettivo di cominciare a definire quali siano e che peso abbiano gli elementi che caratterizzano la capacità dell'azienda di produrre esternalità positive o negative nei contesti socio-economici in cui opera.

LE MOTIVAZIONI

La misura dell'impatto permette di valutare quali-quantitativamente l'effettiva capacità di provocare i cambiamenti attesi.

Le aziende, in generale, hanno la crescente necessità di comprendere gli impatti del loro agire e, di conseguenza, di migliorare l'accountability dei propri progetti, per definire in maniera ottimale l'allocazione delle risorse investite. In particolare, la valutazione dell'impatto ha una duplice funzione:

- Internamente, permette una migliore pianificazione ed una migliore valutazione a consuntivo dei risultati ottenuti;

- Esternamente, comunica agli stakeholder l'efficacia effettiva degli interventi realizzati.

Per IGD, in particolare, questa valutazione ha rilevanza in quanto consente di avere informazioni sempre più approfondite e dettagliate in merito ai risultati ottenuti durante il percorso intrapreso verso la sostenibilità, proseguendo il lavoro iniziato gli scorsi anni con l'utilizzo della metodologia SROI (Social Return On Investment) su alcuni progetti. Nel corso del 2018, inoltre, la società è stata chiamata a relazionare al Salone della CSR, una delle più importanti iniziative nazionali sul tema, proprio sugli impatti del proprio agire.

LA METODOLOGIA UTILIZZATA

In assenza di uno standard unico di riferimento per la valutazione degli impatti, IGD ha scelto di prendere come riferimento “Le linee guida per la misurazione dell’impatto sociale. Una guida pratica per le organizzazioni” realizzata da Impronta Etica in collaborazione con Scs Consulting nel 2016. In esse viene identificato un processo standard di misurazione dell’impatto articolato in sei fasi:

1. Definizione dell’ambito di analisi: cosa va preso in considerazione come oggetto di studio e cosa è da escludere?
2. Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder: quali sono coinvolti? Che ruolo hanno nel progetto?
3. Comprensione del processo di cambiamento: quali sono i cambiamenti attesi o realizzati dal progetto?
4. Misurazione e scelta degli indicatori: quali metriche utilizzo per misurare l’impatto?
5. Valutazione dell’impatto: quale è la parte del cambiamento ascrivibile esclusivamente al progetto?
6. Comunicazione dei risultati e apprendimento: come condivido internamente ed esternamente i risultati della valutazione di impatto?

Ognuna delle sei fasi è stata analizzata da IGD ed utilizzata nelle valutazioni di impatto presenti in questo Bilancio di Sostenibilità come sotto riportato.

1. Definizione dell’ambito di analisi

Non essendo opportuno né possibile calcolare l’impatto sull’intera catena del valore dell’azienda, IGD ha messo a fuoco alcuni progetti portati avanti nel corso del 2018 o dell’ultimo biennio, inseriti all’interno delle proprie tematiche material. Questo ha permesso di garantire che l’identificazione prima e l’analisi successivamente siano state condotte effettivamente sulle attività che risultano di maggiore rilevanza sia per la società che per i suoi stakeholder. I progetti individuati sono stati di varia natura, durata ed impatto.

2. Mappatura e coinvolgimento degli stakeholder

Per ciascun progetto sono state identificate le categorie di stakeholder impattate, ovvero qualsiasi attore che abbia un “interesse” nel progetto stesso. Queste sono state riportate in ognuna delle “schede impatto” riportate nel Bilancio e rappresentano il driver principale per le valutazioni successive.

In questa fase non sono stati organizzati momenti di coinvolgimento stakeholder: trattandosi ancora di una fase sperimentale della valutazione, il focus principale è stato sulla parte metodologica e sulla definizione del miglior modello possibile per IGD. A questa fase farà seguito un futuro sviluppo (v. sotto per ulteriori informazioni)

3. Comprensione del processo di cambiamento

Identificati i progetti all’interno della materialità e definiti gli stakeholder interessati, si è quindi definito (e riportato in ciascuna “scheda impatto”) il cambiamento atteso per ciascuna progettualità. Questo perché gli impatti su cui è stata effettuata questa analisi (e che si intende monitorare nel tempo) corrispondono ai cambiamenti diretti o indiretti che si ha intenzione di generare con il progetto stesso, sia nel breve che nel lungo periodo, sui vari portatori di interesse coinvolti. Nelle analisi effettuate il focus è sempre sul cambiamento atteso, piuttosto che su quello effettivamente realizzato: questo perché la valutazione degli impatti è intesa da IGD come un percorso che porterà, solo in un secondo momento, ad avere tutti gli elementi per valutare l’effettivo cambiamento realizzato.

4. Misurazione e scelta degli indicatori

Identificato il *framework*, è stato possibile iniziare a definire le più opportune modalità di misurazione. Nel processo a regime, il fine ultimo dell'analisi di impatto starà nella misurazione del grado di realizzazione dei risultati previsti per ciascuna attività (*output*) e dei cambiamenti attesi per ciascun stakeholder (*outcome*). A questo livello di analisi, sono stati di volta in volta identificati indicatori qualitativi e/o quantitativi per ciascuno stakeholder coinvolto, partendo da due dimensioni:

- a) Ciascuno di loro è impattato direttamente o indirettamente nel/dal progetto?
- b) Come e quanto ciascuno di loro è impattato dal punto di vista economico e/o non economico?

Viene quindi identificata una prima quali/quantificazione degli impatti: laddove possibile il presente Bilancio riporta già alcuni elementi numerici. Nel caso degli impatti economici, viene riportato se il dato è rilevante e/o quantificabile. Dove non possibile per indisponibilità del dato o per necessità di svolgere specifiche attività di coinvolgimento stakeholder, viene riportata la valutazione qualitativa che permette l'individuazione di ambiti di sviluppo che potranno essere monitorati in una successiva fase della valutazione, da approfondire nel corso del 2019 e rendicontare nel prossimo Bilancio di Sostenibilità.

5. Valutazione dell'impatto

Questa fase, per la quale è necessario disporre di un kit di informazioni preciso ed il più possibile quantitativo, viene rimandata al prossimo Bilancio di Sostenibilità.

6. Comunicazione dei risultati

Il presente Bilancio riporta 3 "schede impatto" (riferite alla ISO 14001 nel capitolo 1, al welfare aziendale nel capitolo 2, ed al progetto di prevenzione con ANT, capitolo 4), identificabili all'interno del testo del Bilancio perché inserite in specifiche e riconoscibili cornici grafiche, con l'obiettivo di comunicare ai pubblici di riferimento sia il processo seguito che i risultati raggiunti.

L'intero processo è stato gestito dal Servizio Marketing e Responsabilità Sociale di IGD e condiviso con il Comitato di Sostenibilità.

San Giovanni Teatino (CH)_Centro d'Abruzzo



Partecipazione ad organizzazioni internazionali e nazionali e ad eventi sulla sostenibilità

Anche nel 2018 IGD ha partecipato al dibattito in corso sulle tematiche di responsabilità sociale, sia a livello nazionale che internazionale.

A questo proposito ha aderito nel corso dell'anno all'EPRA Sustainability Committee (<http://www.epra.com/about-us/who-we-are/our-committees>), partecipando ai due meeting organizzati nell'anno a Bruxelles e Londra. In queste occasioni i partecipanti si sono confrontati su temi quali:

- Aggiornamenti in merito all'attività di EPRA sulla sostenibilità (sBPR, EPRA Index, ecc)
- Punto della situazione su normative europee con impatto sulla responsabilità sociale

IGD ha inoltre confermato la partecipazione agli incontri dell' ICSC Sustainability Group del quale è membro dal 2015 come unica società italiana. Sono stati 3 gli incontri svolti nell'anno (Londra, Barcellona ed Utrecht), nei quali le 15 società europee partecipanti si sono confrontate in merito a:

- Aggiornamenti e condivisione di best practices a livello europeo
- Approfondimenti su tematiche specifiche di interesse comune fra i partecipanti (reportistica di sostenibilità, ricarica delle auto elettriche, standard ambientali, ecc)

Riconoscimenti e benchmark internazionali

Il percorso orientato alla sostenibilità di IGD ha ottenuto nell'anno, alcuni significativi risultati:

"EPRA sBPR Gold Award 2018" per il bilancio di sostenibilità 2017, confermando il premio ricevuto i tre anni precedenti. Si tratta di un riconoscimento che la European Public Real Estate Association assegna alle società immobiliari che più hanno rispettato le Sustainability Best Practice Recommendations (sBPR) nei bilanci di sostenibilità.

A livello nazionale, inoltre, IGD ha preso parte, insieme ad Impronta Etica, ad un incontro laboratoriale con l'Università di Bologna, nel quale ha presentato il proprio percorso di integrazione della CSR all'interno della pianificazione industriale.

È stata inoltre invitata a relazionare in 4 convegni:

- Salone della CSR, tappa di Bologna, nella quale ha illustrato come la CSR sia, per IGD, uno degli elementi identificati per mitigare i propri impatti (#buildingimpact);
- E2Forum e Salone della CSR nazionale (entrambi a Milano), affrontando il tema dello "Smart Shopping Centre"
- "Il bilancio di sostenibilità in LEED v4", organizzato da Green Building Council a Milano, presentando il processo di rendicontazione di sostenibilità

IGD ha svolto attività di docenza in materia di "Strumenti per l'elaborazione di un Bilancio di Sostenibilità" nell'ambito del corso intitolato "La corporate social responsibility e la sostenibilità: best practices e strumenti di reporting aziendale" organizzato dall'Università degli Studi Milano Bicocca in collaborazione con Manageritalia e rivolto ad aziende nazionali interessate alla CSR.

Gli EPRA Sustainability Awards 2017 sono stati assegnati a seguito di un'attenta analisi dei bilanci di sostenibilità delle 139 società immobiliari europee. Allo stesso tempo, IGD ha anche ricevuto per la prima volta l' "EPRA BPR Gold Award" (Best Practice Recommendations), in merito al Bilancio Finanziario Consolidato 2017, migliorando così il risultato ottenuto lo scorso anno (Silver Award). Nell'analisi svolta EPRA ha preso in esame i bilanci di 155 società europee del settore.



Nel Carbon Disclosure Project 2018 IGD ha confermato il risultato del 2016, con una valutazione complessivamente ottenuta nell'anno di C (nel range da A a D-).

Ottenuta valutazione di 2 su Environment, 3 su Social e 5 su Governance, in una scala da 1 (valore più alto) a 10 dall' Institutional Shareholder Services (ISS)



Il Piano di sostenibilità

Il Piano di Sostenibilità 2015-2018 (confermato nell'aggiornamento del Piano Industriale 2016-2018) contiene tutti gli obiettivi su cui IGD sta operando. Vengono di seguito riportate le azioni svolte nel 2018

per realizzare tali obiettivi con il riferimento al paragrafo in cui tale informazione è contenuta nel presente Bilancio.

Obiettivi 2015-2018	Azioni svolte nel 2018
Aumentare il peso del Comitato di Sostenibilità	Non modificata la composizione del Comitato ma proseguito il percorso di progressivo maggior coinvolgimento del Consiglio di Amministrazione sulle tematiche ESG con l'approvazione del terzo Bilancio di Sostenibilità nel 2018 Vedi paragrafo 3.1.1
Rendere più visibili e fruibili i risultati dell'impegno di IGD sulla CSR	Partecipato al secondo Sustainability Day di Borsa italiana Vedi paragrafo 5.1
Incrementare gli strumenti per consentire un dialogo trasparente con gli investitori	Aggiornato il sito internet, incrementandone la fruibilità e garantendo la trasparenza delle informazioni Vedi paragrafo 4.5.2
Ottenere la massima valutazione possibile nel Rating di Legalità	Confermato il Rating di Legalità con il massimo della valutazione (3 stelle) Vedi paragrafo 3.1.3
Investire sulla multicanalità, adeguando, quando necessario, le strutture e modificando i layout, se necessario e compatibilmente con i costi	Nel corso dell'anno sono iniziati i lavori di restyling presso il Centro Casilino di Roma e Fonti del Corallo di Livorno Vedi paragrafo 4.2.1
Inserire nuovi marchi per generare traffico (con una particolare attenzione a nuove insegne internazionali oggi non presenti nei Centri IGD)	Inserite 27 nuove insegne (corrispondenti al 15,1% delle insegne contrattualizzate nel 2018), a seguito del lavoro di scouting svolto nell'anno Vedi paragrafo 4.3.1
Proseguire nell'obiettivo di rendere i Centri Commerciali IGD sempre più fruibili per tutti	<ul style="list-style-type: none"> - Terminato il progetto per favorire l'accessibilità per tutti nei Centri Commerciali IGD iniziato nel 2013. Le azioni previste dal progetto sono entrate nella routine operativa della società. - Inserito percorso per non vedenti nella progettazione dell'ampliamento del Centro ESP
Incrementare la presenza di servizi presso i centri Commerciali	A rete omogenea, il fatturato dei servizi è in aumento (+6,2%), a testimonianza del gradimento dei visitatori per questo servizio. Ad es. sono complessivamente 21 le cliniche dentistiche nelle Gallerie IGD.

Valutare oggettivamente i fattori gestionali del Centro, tramite indagini specifiche rivolte ai visitatori	Realizzate due survey sui totem dei Centri Katanè e Tiburtino per valutare odori, rumori e illuminazione delle Gallerie Vedi paragrafo 5.1.2
Arrivare a certificare ISO14001 il 90% del portafoglio aziendale (2013-2018)	Proseguito il progetto come da Piano di <i>roll out</i> Vedi paragrafo 1.2.1
Estendere il perimetro dei Centri Commerciali certificati BREEAM	Ottenuta certificazione BREEAM in use per i Centri Katanè e Tiburtino Vedi paragrafo 1.2.2
Ridurre ulteriormente i consumi energetici degli edifici (dopo il calo del 12% 2012-2014)	Consumi energetici in diminuzione rispetto al 2017 (-0,2%) Vedi paragrafo 1.1.1
Valutare l'opportunità di realizzare impianti fotovoltaici sui Centri Commerciali IGD	<ul style="list-style-type: none"> - Impianti fotovoltaici inseriti in 2 Gallerie Commerciali: Katanè e Gran Rondò - Sono 7, attualmente, le Gallerie con impianti fotovoltaici nei Centri IGD Vedi paragrafo 1.1
Migliorare l'efficienza degli impianti tramite valutazione del funzionamento del sistema di monitoraggio	Nel 2018 non sono stati realizzati check sui sistemi di telegestione
Estendere il progetto di energy management a tutti i Centri Commerciali Winmarkt	Progetto interrotto a causa dei risultati non particolarmente positivi emersi nel corso dell'implementazione
Inserire i cartelli sull'impegno ambientale di IGD in tutti i Centri Commerciali	Cartelli inseriti in tutti i Centri Commerciali certificati ISO14001 e riportati nei totem digitali Vedi paragrafo 1.1
Monitorare periodicamente la soddisfazione dei visitatori attraverso indagini specifiche	Svolte 13 indagini in 5 Centri Commerciali coinvolgendo 4.556 visitatori Vedi paragrafo 5.1.2
Proseguire nella valutazione del clima aziendale	Inserita nel Piano Strategico l'opportunità di ripetere l'indagine di clima (precedente: 2015)
Monitorare la soddisfazione dei tenant attraverso indagini specifiche	Interrotta dal 2017 la realizzazione di indagini di tenant satisfaction, con l'obiettivo di portare avanti azioni da realizzare per implementare quanto emerso negli anni precedenti
Incrementare il coinvolgimento degli operatori sulle tematiche ambientali	Realizzato fra il 2015 ed il 2016 il Decalogo "10 consigli per migliorare i nostri Centri Commerciali. Insieme", materiale ancora disponibile sia presso i Centri Commerciali che sul sito istituzionale di IGD Vedi paragrafo 1.1
Valutare l'opportunità di proseguire con le app dei Centri Commerciali	IGD ha deciso di limitare a 2 le <i>app</i> dei suoi Centri Commerciali, prevedendo nel "Progetto Innovazione" altre modalità di informazione/relazione con i visitatori delle sue strutture Vedi paragrafo 4.5.1
Individuare una strategia di presenza sui social network da parte sia dei Centri Commerciali che della sede (Romania)	Confermata la presenza di Winmarkt su Facebook con due pagine ufficiali: Winmarkt Romania e Ploiesti. Valutato non opportuno estendere in altri Centri Vedi paragrafo 4.5.3

Identificare gli ambiti di possibile innovazione e valutarne la realizzazione tramite un'analisi costi/benefici	Proseguito "Progetto innovazione" Vedi paragrafo 4.5.1
Offrire eventi fruibili, che coniughino le istanze sociali con quelle ludico sportive e commerciali	Svolta la seconda edizione di "Happy Hand in Tour" Vedi paragrafo 4.3
Caratterizzare la presenza di Winiland nei Centri Commerciali Winmarkt come elemento di attrazione con valenza educativa	Proseguita l'organizzazione di eventi educativi in tutti i Centri in cui Winiland è presente, caratterizzandosi come elemento di attrazione verso la città
Far ulteriormente sentire la presenza di IGD sul territorio di riferimento di ciascun Centro Commerciale tramite eventi	Il 26% degli eventi svolti nell'anno hanno carattere territoriale Vedi paragrafo 5.2
Portare a realizzazione un sistema di welfare aziendale	Secondo anno del Piano di Welfare aziendale Vedi paragrafo 2.3.1
Organizzare un viaggio formativo all'estero	Organizzato un viaggio di due giorni in occasione della convention aziendale (non all'estero) Vedi paragrafo 2.1.3
Comunicare alle persone di IGD i risultati di sostenibilità ottenuti	Diffusi i risultati presenti nel Bilancio di Sostenibilità tramite newsletter aziendale. Vedi paragrafo 2.1.3
Migliorare il processo di comunicazione interna	Confermato il processo di comunicazione interna, con l'organizzazione di incontri trimestrali per tutti i dipendenti Vedi paragrafo 2.1.2
Valutare le opportunità offerte dalle nuove normative italiane sul lavoro in relazione alle esigenze organizzative	Effettuate 6 assunzioni nel corso del 2018 Vedi paragrafo 2.1.1

Forlì_Puntadiferro



Il presente Bilancio rendiconta, inoltre, sul livello di raggiungimento dei singoli obiettivi al termine del triennio del Piano di Sostenibilità. Viene e di seguito riportata una sintesi di tale livello, ottenuta dando un valore da

1 (non raggiunto) a 4 (pienamente raggiunto) a ciascuno degli obiettivi. Il livello complessivo di raggiungimento degli obiettivi è del 90%.

Obiettivi 2015-2018	Grado di raggiungimento nel triennio
Aumentare il peso del Comitato di Sostenibilità	
Rendere più visibili e fruibili i risultati dell'impegno di IGD sulla CSR	
Incrementare gli strumenti per consentire un dialogo trasparente con gli investitori	
Ottenere la massima valutazione possibile nel Rating di Legalità	
Investire sulla multicanalità, adeguando, quando necessario, le strutture e modificando i layout, se necessario e compatibilmente con i costi	
Inserire nuovi marchi per generare traffico (con una particolare attenzione a nuove insegne internazionali oggi non presenti nei Centri IGD)	
Proseguire nell'obiettivo di rendere i Centri Commerciali IGD sempre più fruibili per tutti	
Incrementare la presenza di servizi presso i Centri Commerciali	
Valutare oggettivamente i fattori gestionali del Centro, tramite indagini specifiche rivolte ai visitatori	
Arrivare a certificare ISO14001 il 90% del portafoglio aziendale (2013-2018)	
Estendere il perimetro dei Centri Commerciali certificati BREEAM	
Ridurre ulteriormente i consumi energetici degli edifici (dopo il calo del 12% 2012-2014)	
Valutare l'opportunità di realizzare impianti fotovoltaici sui Centri Commerciali IGD	
Migliorare l'efficienza degli impianti tramite valutazione del funzionamento del sistema di monitoraggio	
Estendere il progetto di energy management a tutti i Centri Commerciali Winmarkt (Romania)	Progetto non ritenuto realizzabile
Inserire i cartelli sull'impegno ambientale di IGD in tutti i Centri Commerciali	
Monitorare periodicamente la soddisfazione dei visitatori attraverso indagini specifiche	

Proseguire nella valutazione del clima aziendale	
Monitorare la soddisfazione dei tenant attraverso indagini specifiche	
Incrementare il coinvolgimento degli operatori sulle tematiche ambientali	
Valutare l'opportunità di proseguire con le app dei Centri Commerciali	Valutata l'opportunità di non proseguire con la realizzazione delle app
Individuare una strategia di presenza sui social network da parte sia dei Centri Commerciali che della sede (Romania)	
Identificare gli ambiti di possibile innovazione e valutarne la realizzazione tramite un'analisi costi/benefici	
Offrire eventi fruibili, che coniughino le istanze sociali con quelle ludico sportive e commerciali	
Caratterizzare la presenza di Winiland nei Centro Commerciali Winmarkt come elemento di attrazione con valenza educativa (Romania)	
Far ulteriormente sentire la presenza di IGD sul territorio di riferimento di ciascun Centro Commerciale tramite eventi	
Portare a realizzazione un sistema di welfare aziendale	
Organizzare un viaggio formativo all'estero	
Comunicare alle persone di IGD i risultati di sostenibilità ottenuti	
Migliorare il processo di comunicazione interna	
Valutare le opportunità offerte dalle nuove normative italiane sul lavoro in relazione alle esigenze organizzative	

LEGENDA

le moon indicano il livello di raggiungimento di ciascun obiettivo.



1/4
—
non
raggiunto

2/4
—
raggiunto in
piccola parte

3/4
—
raggiunto in parte
significativa

4/4
—
pienamente
raggiunto

The image features a vibrant green background with a complex, organic pattern of thin, white, wavy lines that resemble topographical contours or a wood grain. In the center, there is a large white circle with a thick border. Inside this circle, the word "GREEN" is written in a clean, white, uppercase, sans-serif font.

GREEN

Becoming
g.r.e.a.t.

_Temi material

Climate Change

Accessibilità e mobilità

_Highlights 2018

-1,1%

CONSUMI ELETTRICI
2018 su 2017



Asset con
NUOVI IMPIANTI FOTOVOLTAICI

2



3

Asset certificati
UNI EN ISO 14001

**ISO
14001**

Asset certificati
BREEM IN USE

2

**BREEM
IN USE**



becoming
g.r.e.a.t.

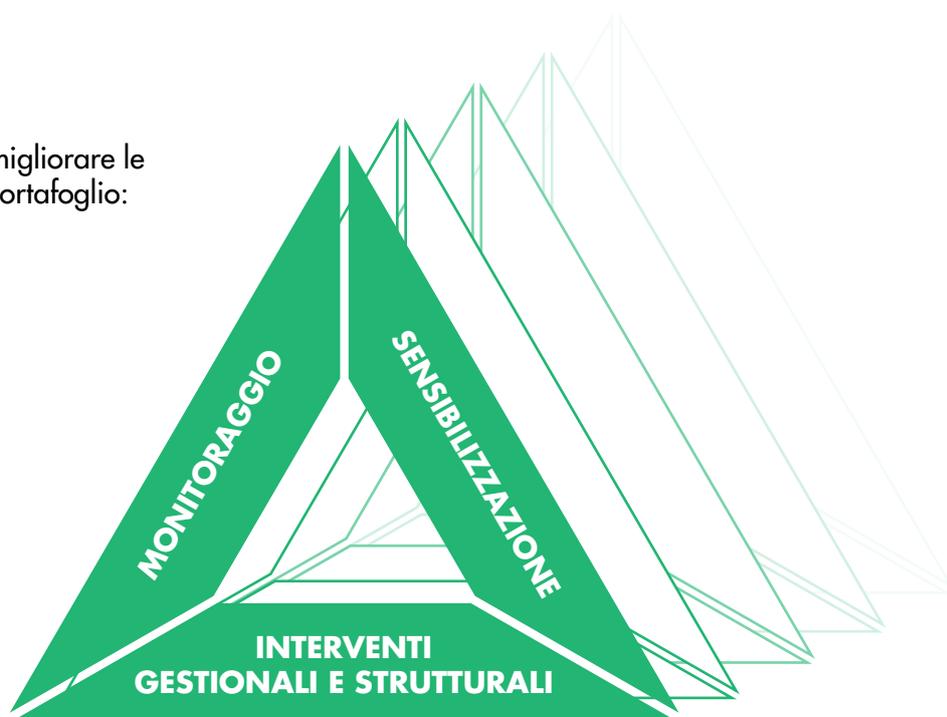


I Centri Commerciali sono strutture ad elevato impatto ambientale, sia perché fortemente energivore, sia per il traffico veicolare che generano i loro visitatori. IGD si impegna a valutare questi impatti e ad adottare soluzioni in grado di minimizzarli a partire dalle fasi di progettazione e costruzione ma anche in sede di restyling e nella loro gestione ordinaria.

1. Climate Change

1.1 IMPATTO AMBIENTALE DELLE STRUTTURE¹

IGD lavora su tre leve strategiche per migliorare le performance energetiche del proprio portafoglio:



Il Monitoraggio

Le attività svolte

IGD ha implementato e rafforzato nel corso degli anni un sistema di monitoraggio, focalizzato soprattutto sui consumi elettrici, che garantisce un controllo continuo dando così la possibilità di intervenire tempestivamente in caso di eventuali anomalie.

Il Safety and Facility Manager monitora in tempo reale i dati di tutti i Centri Commerciali del portafoglio e in master lease avvalendosi della collaborazione del Consorzio Esperienza Energia (CEE)². Al costante monitoraggio si accompagna la rendicontazione alla Direzione Commerciale, con cadenza mensile, del trend dei consumi dei singoli Centri Commerciali. In questa sede, vista la presenza diretta dei Responsabili di Rete, vengono definiti eventuali ambiti di miglioramento e interventi gestionali da attuare.

Il monitoraggio continuo dei consumi elettrici è possibile grazie all'impegno profuso da IGD nel corso degli anni, che ha portato all'installazione di un sistema di contatori divisionali, i cui dati sono visualizzabili in un unico portale. Nel 2018 sono stati installati 19 contatori divisionali e sono attualmente 17 le strutture dotate di questo sistema.

Per i Centri Commerciali certificati UNI EN ISO 14001 sono inoltre previste ulteriori azioni di monitoraggio sui principali consumi, al fine del mantenimento della certificazione. Sulla base delle evidenze rilevate, ogni anno vengono identificati piani di miglioramento dalla rete dei Centri Commerciali certificati, in collaborazione con l'ente certificatore.

¹La metodologia specifica per la parte ambientale viene riportata all'interno della Nota Metodologica.

²Il Consorzio Esperienza Energia, nato nel 1999, opera nel settore nell'energia elettrica e del gas naturale; si occupa anche di efficienza energetica. IGD ne fa parte.

I risultati emersi

Nel 2018 i consumi energetici complessivi dei Centri Commerciali IGD sono stati leggermente inferiori rispetto al 2017, con una contrazione del -0,2% a perimetro omogeneo. Il decremento è determinato dalla diminuzione dei consumi elettrici (-1,1% Lfl) e

del teleriscaldamento (-2,9% Lfl) a cui si contrappone la crescita dei consumi di combustibile (+4,8%). L'andamento dei consumi elettrici risulta migliore rispetto al trend nazionale, che ha visto nel 2018 l'incremento della richiesta di energia elettrica di +0,4 p.p.³.

1.1.1 I CONSUMI ENERGETICI

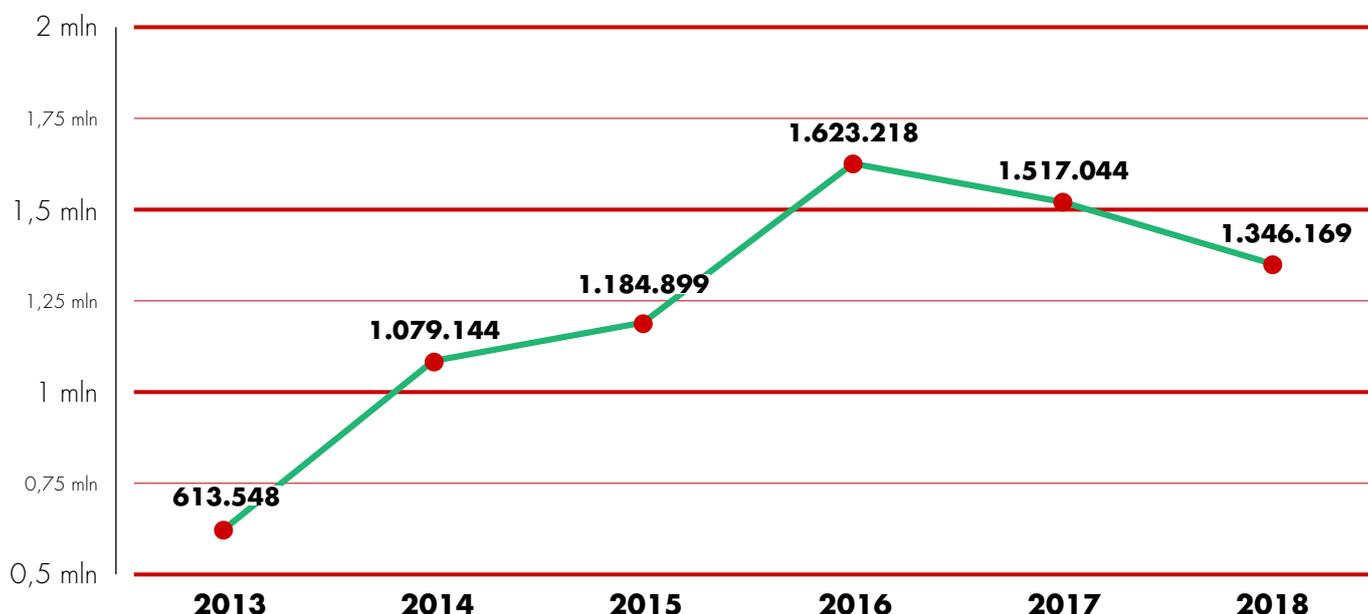
I consumi energetici comprendono quelli elettrici, teleriscaldamento e teleraffreddamento ed i combustibili. In questo paragrafo sono riportati i dati delle performance di ciascuna fonte di energia e le valutazioni su quanto avvenuto di rilevante nel corso dell'anno di rendicontazione.

Nonostante l'attenzione al contenimento dei consumi, l'incremento del costo dell'energia elettrica nel 2018 (+2,1% rispetto al 2017) ha comportato un aumento delle spese sostenute dagli operatori dei Centri Com-

merciali legate ai consumi elettrici. L'aumento delle spese complessive per i consumi elettrici nel 2018 ha risentito, inoltre, dell'incremento delle spese dei Centri più energivori, dovute sia all'incremento dei consumi elettrici che all'aumento più che proporzionale del costo dell'energia. Grazie agli investimenti per l'efficiamento degli impianti e al lavoro svolto da IGD per l'acquisto di energia a prezzi convenienti, negli ultimi 6 anni gli operatori di tutti i Centri IGD hanno comunque conseguito un risparmio cumulato di oltre €1.300.000.

Grafico 1

Risparmi economici annuali dei tenant sui consumi elettrici dal 2012 (€)



³Fonte: Rapporto Terna Dicembre 2018

Sono di seguito riportati i dati riferiti ai consumi dei Centri Commerciali in Italia, Romania e della Sede di Bologna degli ultimi 3 anni.

Tabella 1

Consumi elettrici (GRI 302-1)

Consumi elettrici (kwh)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia - Absolute	40.351.936	40.232.786	36.881.600	+0,3%	+9,1%
Italia - Like for like	34.033.348	34.411.090		-1,1%	
Romania	20.796.000	20.939.000	20.343.000	-0,7%	+2,9%
Sede (inclusi spazi comuni)	309.838	307.898	319.986	+0,6%	-3,8%
Uffici Sede	109.598	103.200	104.151	+6,2%	-0,9%

La diminuzione dei consumi elettrici Like for like in Italia è dovuta a due fattori principali:

1. impatto positivo dei consumi delle strutture dotate di impianti fotovoltaici. I Centri Commerciali che utilizzano questa tecnologia sono i più performanti nell'anno (approfondimento nel paragrafo "Gli interventi gestionali e strutturali");
2. temperature estive nella media, più miti rispetto all'anno precedente in cui la richiesta di energia elettrica per il condizionamento era stata molto elevata.

Tabella 2

Consumi da teleriscaldamento e teleraffreddamento (GRI 302-1)

Teleriscaldamento (kwh)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia - Absolute	9.854.866	10.152.693	8.034.860	-2,9%	+26,4%
Italia - Like for like	9.854.866	10.152.693		-2,9%	
Romania	986.122	960.196	820.529	+2,7%	+17,0%
Sede	325.932	318.562	308.760	+2,3%	+3,2%

La diminuzione dei consumi da teleriscaldamento in Italia è dovuta alle temperature invernali più calde rispetto alla media, in particolare nei primi mesi dell'anno.

Tabella 3

Consumi da combustibile (GRI 302-1)

Combustibile (kwh)	Unità di misura	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia - Absolute	kwh	15.215.897	14.685.395	12.697.734	+3,6%	+15,7%
Italia - Like for like	kwh	12.760.703	12.174.141		+4,8%	
Romania	kwh	4.595.201	4.151.291	4.464.493	+10,7%	-7,0%
Italia - Absolute	Gj	54.777	52.867	45.712	+3,6%	+15,7%
Italia - Like for like	Gj	45.939	43.827		+4,8%	
Romania	Gj	16.543	14.945	16.072	+10,7%	-7,0%
Sede	No consumi di combustibile					

Sulla crescita dei consumi di combustibile in Italia incidono particolarmente i Centri Commerciali dell'Italia centro-meridionale, vista la temperatura invernale più rigida delle regioni in cui sono collocati.

Tabella 4

Consumi energetici complessivi (elettricità, teleriscaldamento, combustibile)

Consumi energetici (kwh)	Unità di misura	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia - Absolute	kwh	65.422.699	65.070.874	57.614.194	+0,5%	+12,9%
Italia - Like for like	kwh	56.648.917	56.737.924		-0,2%	
Romania	kwh	26.377.323	26.050.487	25.628.022	+1,3%	+1,6%
Uffici Sede	kwh	435.530	421.762	412.911	+3,3%	+2,1%
Italia - Absolute	Gj	235.522	234.255	207.411	+0,5%	+12,9%
Italia - Like for like	Gj	203.936	204.257		-0,2%	
Romania	Gj	94.958	93.782	92.261	+1,3%	+1,6%
Uffici Sede	Gj	1.568	1.518	1.486	+3,3%	+2,1%

Tabella 5

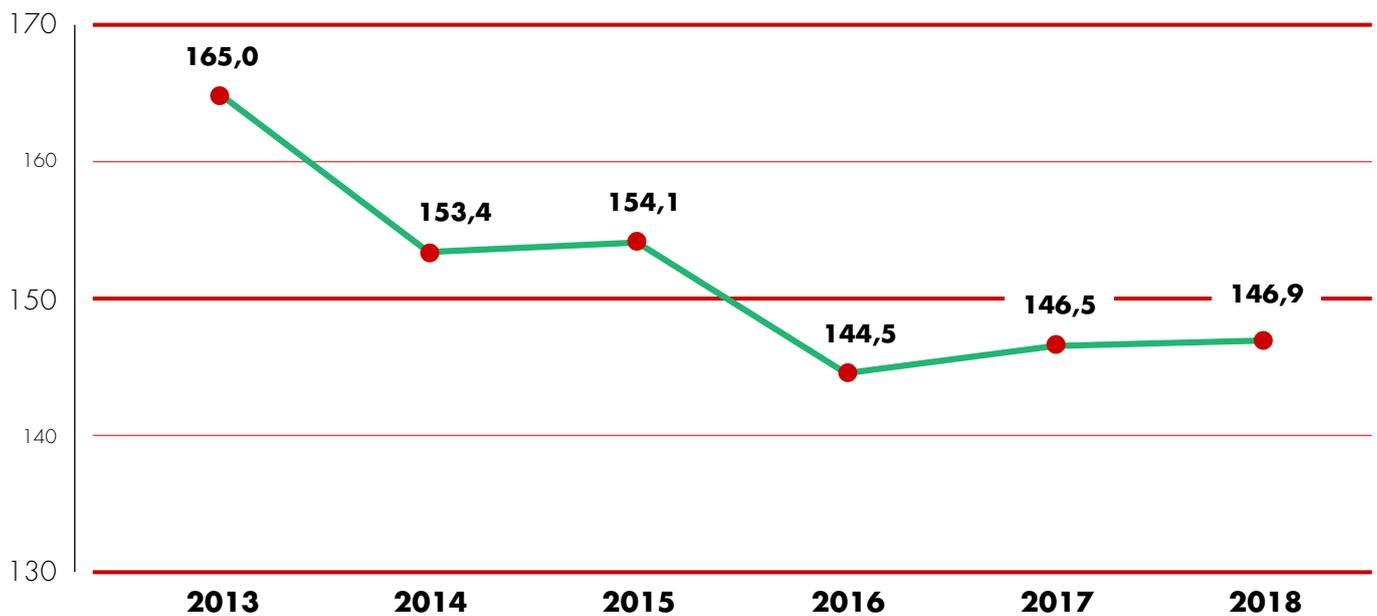
Intensità energetica degli edifici (GRI 302-3; CRE1)

Intensità energetica (kwh/mq)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia	146,95	146,52	144,45	+0,3%	+1,4%
Romania	298,96	295,26	290,47	+1,3%	+1,6%
Uffici Sede	39,78	37,50	37,80	+6,1%	-0,8%

Nota: l'intensità dei consumi energetici degli uffici della Sede è calcolata sui consumi elettrici.

Grafico 2

Intensità energetica Italia dal 2013 (kw/mq)



L'intensità energetica degli edifici si stabilizza sui livelli 2016-2017: in questo biennio sono entrati nel perimetro di rendicontazione nuovi asset molto performanti sotto il profilo energetico (Maremà, Punta-

diferro, ampliamento di Centro ESP) che hanno contribuito ad una significativa riduzione dell'intensità complessiva del perimetro IGD.

Forlì_Puntadiferro





Grosseto_Maremà

1.1.2 LE EMISSIONI DI GAS SERRA

Tabella 6

Emissioni di gas serra (GRI 305-1; 305-2)

Emissioni GHG (Ton Co2e)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia emissioni dirette (Scope 1) - Absolute	2.740	2.645	2.287	+3,6%	+15,7%
Italia emissioni indirette (Scope2) - Absolute	18.492	18.535	16.610	-0,2%	+11,6%
Italia totale emissioni GHG - Absolute	21.232	21.180	18.897	+0,2%	+12,1%
Italia emissioni dirette (Scope 1) - Like for like	2.298	2.193		+4,8%	
Italia emissioni indirette (Scope2) - Like for like	16.059	16.294		-1,4%	
Italia totale emissioni GHG - Like for like	18.357	18.487		-0,7%	
Romania emissioni dirette (Scope1) GHG	828	748	804	+10,7%	-7,0%
Romania emissioni indirette (Scope2) GHG	10.220	10.283	9.965	-0,6%	+3,2%
Romania totale emissioni GHG	11.047	11.031	10.770	+0,2%	+2,4%
Sede - totale emissioni GHG	42,20	39,73	40,10	+6,2%	-0,9%

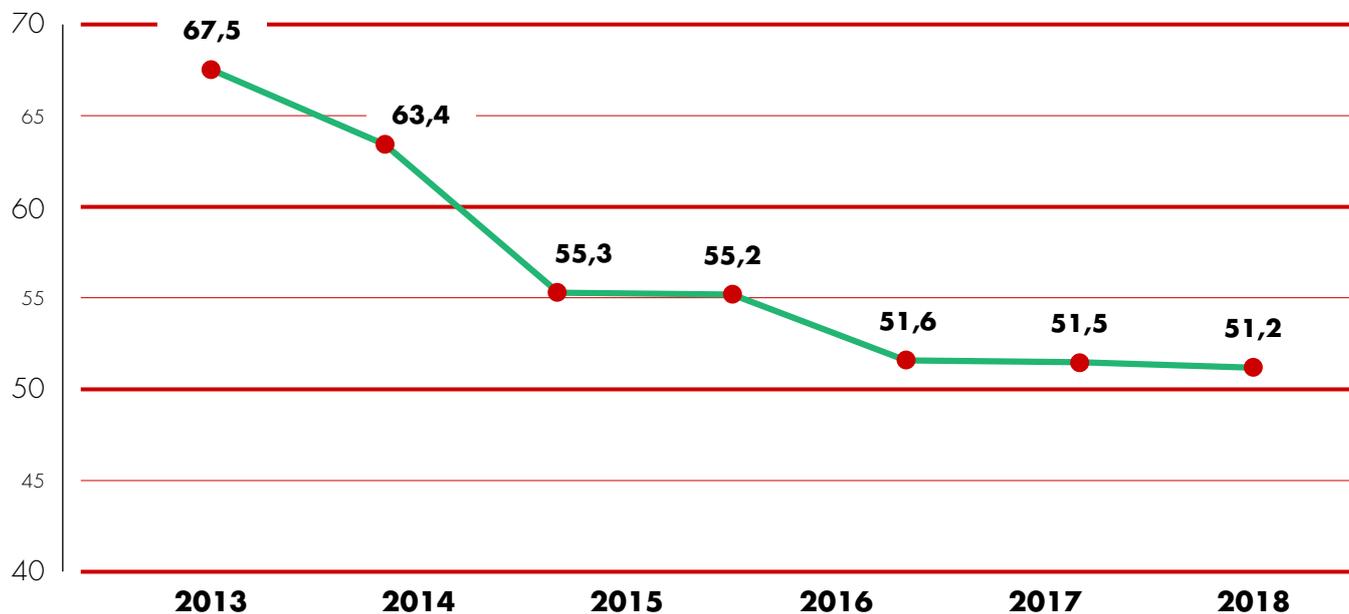
Tabella 7

Intensità delle emissioni di gas serra (GHG) dal consumo energetico degli edifici (GRI 305-4; CRE3)

Intensità emissioni GHG (Kg Co2e/mq aree comuni + GLA)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia intensità GHG diretti	6,61	6,43	6,24	+2,9%	+3,0%
Italia intensità GHG indiretti	44,63	45,04	45,31	-0,9%	-0,6%
Italia intensità GHG totale	51,25	51,47	51,55	-0,4%	-0,2%
Romania intensità GHG diretti	9,38	8,47	9,11	+10,7%	-7,0%
Romania intensità GHG indiretti	115,83	116,55	112,95	-0,6%	+3,2%
Romania intensità GHG	125,21	125,02	122,06	+0,2%	+2,4%
Sede intensità GHG indiretti	15,32	14,42	14,55	+6,2%	-0,9%

Grafico 3

Riduzione intensità emissioni di gas serra (GHG)



Così come rilevato per l'intensità energetica degli edifici, anche l'intensità di GHG si stabilizza sui livelli del biennio 2016-2017.

1.1.3 I CONSUMI IDRICI

I consumi idrici, pur non rappresentando un prioritario ambito di intervento sia per la ridotta quantità utilizzata dalle strutture che per il contesto geografico

in cui queste si trovano, sono monitorati da IGD, che si impegna a minimizzare gli sprechi di acqua anche sensibilizzando visitatori e tenant su queste tematiche.

Tabella 8

Consumi idrici (GRI 303-1)

Consumi idrici (mc)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia consumi idrici- Absolute	526.904	644.053	523.496	-18,2%	+23,0%
Di cui da acquedotto	515.158	637.509	518.039	-19,2%	+23,1%
Di cui da acque sotterranee	11.746	6.544	5.457	+79,5%	+19,9%
Italia consumi idrici - Like for like	458.261	481.636		-4,9%	
Di cui da acquedotto	458.261	475.092		-3,5%	
Di cui da acque sotterranee	11.746	6.544		+79,5%	
Romania consumi idrici	64.964	59.620	59.167	+9,0%	+0,8%
Di cui da acquedotto	64.964	59.620	59.167	+9,0%	+0,8%
Sede consumi idrici	3.047	2.125	1.657	+43,4%	+28,2%
Di cui da acquedotto	3.047	2.125	1.657	+43,4%	+28,2%

Ravenna_ESP



Tabella 9**Ripartizione consumi idrici per uso**

	Consumi idrici (mc)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia - Absolute	Acqua potabile	434.983	476.088	359.338	-8,6%	+32,5%
	Irrigazione	38.497	44.800	35.986	-14,1%	+24,5%
	Antincendio	13.105	112.399	61.413	-88,3%	+83,0%
	Altri usi	42.354	19.365	69.758	+118,7%	-72,2%
Italia - Like for like	Acqua potabile	376.476	403.901		-6,8%	
	Irrigazione	36.555	42.326		-13,6%	
	Antincendio	4.911	26.728		-81,6%	
	Altri usi	42.354	17.280		+145,1%	

La differenza significativa nei consumi idrici antincendio è collegata ad un dato particolarmente alto di un Centro Commerciale riferito ai consumi 2017.

Tabella 10**Intensità dei consumi idrici degli edifici (GRI CRE2)**

Intensità consumi idrici (mc/mq)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Italia - Intensità dei consumi idrici	1,27	1,57	1,43	-18,7%	+9,6%
Romania - Intensità dei consumi idrici	0,74	0,68	0,67	+8,3%	+1,5%
Sede - Intensità dei consumi idrici	1,11	0,77	0,60	+43,6%	+28,3%

Tabella 11**Intensità dei consumi idrici della Sede (mc/persona)**

Intensità dei consumi idrici Sede (mc/persona)	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
Sede - intensità dei consumi idrici	19,2	13,8	13,6	+39,1%	+1,2%

1.1.4 SMALTIMENTO DEI RIFIUTI ED ECONOMIA CIRCOLARE

Il servizio di raccolta e smaltimento dei rifiuti dei Centri Commerciali è fornito da aziende municipalizzate o private (in alcuni casi da entrambe, in relazione ai rifiuti da smaltire). Poiché le Municipalizzate non comunicano la quantità di rifiuti raccolti, il dato non è disponibile nel caso degli 8 Centri Commerciali che si avvalgono di questo servizio.

Le quantità di rifiuti presentati nelle tabelle seguenti corrispondono alle informazioni che è possibile reperire: nel 2018 sono state prodotte 2.586 tonnellate di rifiuti, di cui il 74% è stato avviato a riciclo.

Nel 2018 non sono stati prodotti rifiuti pericolosi.

Tabella 12

Rifiuti e modalità di smaltimento (GRI 306-2) (t)

Area	Modalità di smaltimento	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016	Peso 2018	Peso 2017	Peso 2016
Italia - Absolute	Riciclo	1.908	1.966	1.925	-3,0%	2,1%	74%	74%	74%
	Inceneritore	42	42	35	0,4%	20,0%	2%	2%	1%
	Discarica	636	632	625	0,7%	1,1%	25%	24%	24%
	Totali	2.586	2.640	2.586	-2,0%	2,1%			
Italia - Like for like	Riciclo	1.908	1.966		-3,0%				
	Inceneritore	42	42		0,4%				
	Discarica	636	632		0,7%				
	Totali	2.586	2.640		-2,0%				
Romania	Riciclo	144	155	68	-6,9%	128,5%	7%	7%	3%
	Discarica	2001	2.134	2.150	-6,2%	-0,7%	93%	93%	97%
	Totali	2.145	2.289	2.218	-6,3%	3,2%			
Sede	Riciclo	3,86	3,66		5,6%		54%	53%	
	Discarica	3,33	3,27		2,0%		46%	47%	
	Totali	7,19	6,92		3,9%				

Nota: i dati Absolute e Like for Like coincidono perché i rifiuti di Centro ESP e Città delle Stelle sono smaltiti da un'azienda municipalizzata che non fornisce il dato

Tabella 13**Raccolta differenziata (t)**

Area	Tipologia	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016	Peso 2018	Peso 2017	Peso 2016
Italia - Absolute e Like for like	Carta e cartone	851	852	807	-0,1%	5,6%	32,8%	32,3%	31%
	Plastica	56	66	33	-14,7%	98,0%	2,2%	2,5%	1%
	Umido	64	74	21	-13,0%	247,2%	2,5%	2,8%	1%
	Indifferenziato	420	352	424	19,4%	-16,9%	16,3%	13,3%	16%
	Misti	999	1.128	1.196	-11,4%	-5,7%	38,7%	42,7%	46%
	Vetro	53	52	48	2,2%	8,5%	2,1%	2,0%	2%
	Legno	12	7	10	83,3%	-30,9%	0,5%	0,2%	0%
	Altro	130	110	47	18,5%	134,1%	5,0%	4,2%	2%
	Totale	2.586	2.640	2.586	-2,0%	2,1%			
Romania	Carta e cartone	133	143	63	-7,1%	127,9%	6,2%	6,3%	3%
	Plastica	11	8	5	32,4%	70,3%	0,5%	0,4%	0%
	Alluminio	-	3	-	-	-	-	0,1%	0%
	Indifferenziato	2.001	2.134	2.150	-6,2%	-0,7%	93,3%	93,2%	97%
	Totale	2.145	2.289	2.218	-6,3%	3,2%			
Sede	Carta e cartone	3,60	3,34		7,7%		50,1%	48,3%	
	Plastica	0,26	0,31		-17,2%		3,6%	4,5%	
	Indifferenziato	3,33	3,27		2,0%		46,3%	47,2%	
	Totale	7,19	6,92		3,9%				

Tabella 14**Consumi di carta Sede Bologna**

Consumi di carta Sede di Bologna	2018	2017	2016	Delta 2018/2017	Delta 2017/2016
N. fogli di carta stampati	728.358	729.483	727.370	-0,2%	+0,3%

Anche nel 2018 è stata utilizzata solo carta riciclata o certificata FSC per il materiale istituzionale.



Garantire modelli sostenibili di produzione e di consumo

Le aziende devono favorire progressivamente l'impiego di materiali riciclabili e biodegradabili nei propri processi produttivi, investire in tecnologie sostenibili che migliorino i modelli di produzione e consumo e partecipare a workshop e giornate per diffondere buone pratiche sui temi dell'economia circolare

12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION



Dal 2017 IGD è parte attiva nello sviluppo di un modello innovativo di economia circolare: con il coordinamento di Impronta Etica ed insieme a Coop Alleanza 3.0 e a Camst - La Ristorazione Italiana, è stata fra i promotori del progetto "Waste2Value" (<http://wastetovalue.it/>). L'obiettivo è la creazione di un modello per il recupero dei rifiuti alimentari all'interno di un Centro Commerciale attraverso la loro riconversione in "second products" da reintrodurre nel Centro stesso.

Il Centro pilota è stato Centro Nova di Villanova di Castenaso (Bo), scelto per le sue caratteristiche strutturali ed il suo posizionamento; gli scarti presi in considerazione per la riconversione sono stati i fondi del caffè e le bucce d'arancia.

Dopo una prima fase di definizione del progetto attraverso più momenti di coinvolgimento della comunità (studenti universitari e liceali, soci Camst e socia Coop Alleanza 3.0, oltre allo staff delle tre aziende aderenti al progetto), nel 2018 è stata avviata la fase di prototipazione e testing di Repod, una capsula biodegradabile per la fertilizzazione delle piante domestiche, ottenuta dai materiali di scarto sopra riportati.

Nel corso del 2019 verrà sperimentata la prototipazione su larga scala e definito il modello per la sua commercializzazione all'interno di Centro Nova, che determinerà l'effettiva circolarità del processo.



Gli interventi gestionali e strutturali



Assicurare a tutti l'accesso a sistemi di energia economici, affidabili, sostenibili e moderni

Il settore privato ha un ruolo centrale nel perseguimento di questo obiettivo, soprattutto per quanto riguarda il settore energetico.

Le aziende possono investire in fonti energetiche pulite, come quelle solari, eoliche o termiche, puntare sulle tecnologie che riducano il consumo di elettricità negli edifici e nelle industrie.

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



Promuovere azioni, a tutti i livelli, per combattere il cambiamento climatico

Il settore privato può definire strategie per ridurre le proprie emissioni di gas serra, attraverso l'impiego di energie rinnovabili al posto dei combustibili fossili.

13 CLIMATE ACTION



Negli ultimi anni, IGD ha investito per rendere più efficiente la gestione ordinaria degli impianti a livello strutturale ma anche con azioni formative dirette ai Responsabili dei Centri Commerciali.

A livello strutturale nel 2018 sono stati realizzati i seguenti interventi:

➤ **Illuminazione:** in occasione dei lavori di restyling della Galleria del Centro Commerciale Casilino sono stati inseriti impianti di illuminazione con tecnologia led. Complessivamente nel 2018 sono 16

le strutture dotate di illuminazione led in Galleria o nei parcheggi, di cui 14 in Centri Commerciali di proprietà e 2 in master lease. Significativo il contributo apportato da questa tecnologia alla riduzione dei consumi elettrici collegati all'illuminazione: è possibile calcolare che se nel corso degli anni non fossero stati installati questi impianti, i Centri attualmente dotati di questa tecnologia avrebbero consumato nel 2018 complessivamente 1,76 milioni di kwh⁴ in più, equivalenti al consumo elettrico annuo di un Centro Commerciale di medie dimensioni (ad es. Centro d'Abruzzo).

➤ **Misuratori di energia per TEE (Titoli di Efficienza Energetica):** nel 2017 IGD ha ottenuto i certificati bianchi TEE per il risparmio generato dall'impianto di illuminazione a LED di Centro Sarca. Il beneficio economico generato dal riconoscimento di questi titoli ha durata quinquennale, per cui IGD ne ha usufruito anche nel 2018. Nel biennio il guadagno economico è ammontato a €50.200.

➤ **Fotovoltaico:** IGD ha mantenuto il proprio impegno ad utilizzare energia da fonti rinnovabili anche nel 2018, installando due impianti fotovoltaici presso il Centro Commerciale Katanè (CT) e Gran Rondò (CR). Attualmente sono 7 le strutture dotate di questa tipologia di impianto (fra parentesi la data di installazione):

- Puntadiferro (2011)
- Clodì (2015)
- Maremà (2016)
- Esp (2017)
- La Torre (2017)
- Katanè (2018)
- Gran Rondò (2018)

È in programma l'installazione di un ulteriore impianto a copertura del parcheggio esterno presso il Centro Commerciale ESP.

I consumi elettrici al metro quadro dei Centri Commerciali i cui impianti erano a pieno regime nel 2018 (Puntadiferro, Clodì, Maremà, ESP e La Torre), sono risultati inferiori del -41,2% rispetto a quelli dei restanti Centri del portafoglio.

Catania_Katanè_impianto fotovoltaico



Energia da fonti rinnovabili: nel 2016 tutti i Centri Commerciali IGD hanno sottoscritto un accordo con il fornitore di energia elettrica per l'acquisto di certificati verdi (G.O. Garanzia di Origine). Dal

2017 l'approvvigionamento di energia elettrica di tutti i Centri Commerciali proviene esclusivamente da fonti di energia rinnovabile, in linea con i target determinati dall'Onu con l'Agenda al 2030 per lo sviluppo sostenibile. Grazie all'utilizzo di sola energia "pulita", nel 2018 non sono stati immessi in atmosfera oltre 20.000 tonnellate di CO₂, l'equivalente del consumo annuo di energia elettrica di 17.000 famiglie. Anche negli uffici della Sede IGD, nel 2018, l'approvvigionamento di energia elettrica è derivato esclusivamente da fonti rinnovabili.



Indice Ambientale: fra il 2017 ed il 2018 IGD ha lavorato alla creazione di un Indice Ambientale, strumento di raccolta ed analisi dei dati sulla sostenibilità ambientale degli edifici, di supporto per le valutazioni sugli interventi ordinari e straordinari. Gli obiettivi alla base della sua realizzazione sono quelli di:

- mappare gli interventi attuati o da attuare;
- identificare le strutture con i maggiori margini di miglioramento;
- prioritizzare e programmare gli interventi necessari;
- disporre di benchmark sui consumi, costi e manutenzione programmata dei Centri, utili anche in ambito gestionale.

Operativamente, a ciascun Centro è attribuito un punteggio sulla base di due fattori ponderati: "Performance ambientali dell'Edificio" e "Fair Value". Nel 2018 è stato effettuato un test su 14 Gallerie, per ciascuna delle quali sono stati individuati gli ambiti di miglioramento prospettici e simulati gli interventi che concorrerebbero all'incremento del punteggio delle strutture. L'Indice verrà aggiornato e diventerà operativo nel corso del 2019 e in sede consuntiva costituirà anche uno strumento per il controllo degli andamenti e l'efficacia degli interventi.

4_Nel 2017 IGD ha commissionato uno studio ad una società esterna per la quantificazione della riduzione dei consumi collegati all'illuminazione nei Centri Commerciali in cui sono stati installati impianti led

La sensibilizzazione

IGD da anni si impegna a sensibilizzare gli oltre 200.000 visitatori giornalieri che transitano nei suoi Centri Commerciali su tematiche di sostenibilità ambientale comunicando loro le buone pratiche adottate e invitandoli ad adottare comportamenti sostenibili nella vita di tutti i giorni.

In tutti i Centri Commerciali in cui sono presenti i totem digitali vengono inserite informazioni riguardanti la certificazione UNI EN ISO 14001, gli impegni assunti e i risultati raggiunti in merito al contenimento dei consumi energetici e idrici. Viene inoltre fatto riferimento agli SDGs su cui il Centro si impegna. Contestualmente a questo tipo di informazione, viene effettuata una call to action rivolta ai visitatori che sono invitati ad adottare comportamenti orientati alla sostenibilità ambientale.

Oltre a questo, anche in virtù della certificazione UNI EN ISO 14001, si è attivata per il coinvolgimento dei propri fornitori, invitati a contribuire, con il loro comportamento, al miglioramento delle performance ambientali dei singoli Centri Commerciali.

IGD indirizza la propria attività di sensibilizzazione anche verso i tenant: nel 2015 è stato redatto un decalogo di buone pratiche per una gestione più sostenibile dei punti vendita "10 consigli per migliorare i nostri Centri Commerciali. Insieme", che è stato inizialmente presentato a tutti gli operatori durante le assemblee consortili e che rimane nel tempo a disposizione degli interessati sia presso i singoli Centri che nel sito istituzionale IGD (<https://www.youtube.com/watch?v=dNy82ATDq4Y>).



1.2 CERTIFICAZIONI



Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.

Le imprese devono adottare processi produttivi che tengano conto della protezione del patrimonio culturale e naturale del luogo dove operano.

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



IGD si avvicina alla sostenibilità ambientale in una logica di lungo periodo. Per questa ragione ha ravvisato la necessità di intraprendere un processo di certificazione che ha ricadute positive sia sulla gestione dell'immobile

che sul miglioramento delle sue performance. Due le certificazioni su cui sta lavorando: UNI EN ISO 14001 e BREEAM.

Afragola (NA)_ Le Porte di Napoli



1.2.1 LA CERTIFICAZIONE ISO14001 (GRI CRE8)

Da sei anni IGD ha avviato un percorso di certificazione ambientale UNI EN ISO 14001 dei propri asset, al fine di identificare modalità univoche di monitoraggio e gestione delle performance ambientali.

Nel 2018, dopo l'ottenimento della certificazione del Sistema Gestione Ambientale (SGA) nei Centri Commerciali ESP (a Ravenna), Puntadiferro (a Forlì) e Le Porte di Napoli (ad Afragola, Napoli) sono 17 i Centri certificati, corrispondenti al 74% del portafoglio che IGD ha deciso di certificare.

L'impegno dell'azienda, nel corso dell'anno, è stato orientato a:

- dare seguito alle osservazioni emerse in sede di certificazione da parte dell'ente certificatore realizzando le opportune azioni di miglioramento;
- giungere alla certificazione dei 3 Centri previsti per il febbraio 2019:

- Città delle Stelle (ad Ascoli Piceno)
- Leonardo (Imola, Bologna)
- Maremà (a Grosseto)

In caso di conclusione positiva di questo iter, risulteranno 20 i Centri certificati (oltre alla Sede IGD), corrispondenti al 90% del numero di Centri Commerciali del portafoglio che IGD ha scelto di certificare.

IGD si impegna non solo ad ampliare il perimetro dei propri Centri certificati, ma anche a stabilire rapporti con fornitori che rispettino i criteri di sostenibilità adottati dall'azienda: il 20% dei fornitori con cui viene stipulato un contratto è a sua volta certificato UNI EN ISO 14001.

Scheda impatto

Certificazione UNI EN ISO 14001

CAMBIAMENTO ATTESO

- Trovare un metodo riconosciuto di gestione efficiente degli immobili dal punto di vista ambientale
- Migliorare le performance ambientali dei Centri Commerciali
- Accrescere la reputazione aziendale

Stakeholder coinvolti

- IGD
- DIPENDENTI COINVOLTI NEL PROCESSO
- ENTI COINVOLTI NEL PROCESSO DI CERTIFICAZIONE
- FORNITORI DEI CENTRI COMMERCIALI
- VISITATORI DEI CENTRI
- TENANT
- DIPENDENTI DI SEDE

	IGD	DIPENDENTI COINVOLTI NEL PROCESSO	ENTI COINVOLTI NEL PROCESSO DI CERTIFICAZIONE	FORNITORI DEI CENTRI COMMERCIALI	VISITATORI DEI CENTRI	TENANT	DIPENDENTI DI SEDE
IMPATTO DIRETTO	x	x		x		x	
IMPATTO INDIRETTO			x		x		x
IMPATTO ECONOMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Contributo al mantenimento di un COR sostenibile negli anni <p>R Q</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incremento degli investimenti su IGD da investitori interessati al tema <p>R NR</p>	-	<ul style="list-style-type: none"> • Nuovi clienti prospect/acquisiti a seguito del progetto <p>R Q</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ottenimento del contratto di fornitura per i fornitori che hanno scelto di certificarsi • Costo da sostenere per la certificazione <p>R Q</p>	-	<ul style="list-style-type: none"> • Riduzione degli oneri consortili legati ai consumi energetici <p>R Q</p>	-
IMPATTO NON ECONOMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Creazione di una cultura in merito alla sostenibilità aziendale dei Centri 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del carico di lavoro negli anni; • Incremento della consapevolezza sulle tematiche ambientali 	<ul style="list-style-type: none"> • Maggiore esperienza dei propri collaboratori sul settore retail real estate 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzazione e incentivo a intraprendere il processo di certificazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzazione ad adottare comportamenti orientati alla sostenibilità ambientale 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzazione ad adottare comportamenti orientati alla sostenibilità ambientale nella gestione del punto vendita in virtù delle clausole ambientali nel contratto 	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizzazione ad adottare comportamenti orientati alla sostenibilità ambientale sia sul posto di lavoro che a casa

LEGENDA

R	NR	Q	NQ
Rilevante	Non Rilevante	Quantificabile	Non Quantificabile

1.2.2 LA CERTIFICAZIONE BREEAM (GRI CRE8)

In seguito all'ottenimento della certificazione BREEAM per Centro Sarca (MI) nel 2016, IGD ha deciso di certificare Breeam "protocollo in use" 4 key asset: Katanè a Catania, Tiburtino a Roma, ESP a Ravenna e Puntadiferro a Forlì.

La scelta di utilizzare questo protocollo è collegata alla possibilità di:

- Integrare la certificazione UNI EN ISO14001, ampliandone le aree di applicazione (come, ad esempio, i trasporti, la salute, il benessere nei locali, la sicurezza e l'innovazione, non considerati nella ISO14001)
- Fornire un sistema informatico di supporto dei dati raccolti, permettendone il confronto con gli anni precedenti e con un benchmark qualificato per ogni singolo asset
- Ricepire i miglioramenti delle prestazioni degli asset con un incremento del "grade" di certificazione (acceptable, pass, good, very good, excellent, outstanding).

In seguito all'analisi di fattibilità svolta nel corso del 2017, nel 2018 IGD ha avviato l'iter che ha condotto al riconoscimento della certificazione per Tiburtino e Katanè valutati entrambi "very good" in Asset performance e "good" in Building management, in linea con gli obiettivi prefissati. Questi risultati sono stati ottenuti anche a seguito di alcuni significativi interventi sul centro Commerciale e relativi alle *policies* ambientali seguite da IGD.

Nel 2018 sono state avviate anche le attività necessarie alla certificazione di Puntadiferro ed ESP nel 2019.

Guidonia Montecelio (Roma)_Tiburtino Shopping Center



2. Accessibilità e mobilità



Rendere le città e gli insediamenti umani inclusivi, sicuri, duraturi e sostenibili.

Le imprese devono promuovere una mobilità green al proprio interno ed all'esterno.

11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES



In virtù del coinvolgimento dei visitatori svolto periodicamente da IGD (v. cap. 4.1), è stato possibile analizzarne il comportamento ed individuare le nuove tendenze e necessità nella scelta del trasporto urbano: si riduce l'utilizzo dell'auto tradizionale (sostituita da auto a minore impatto ambientale o da forme di sharing) e aumenta l'uso delle biciclette e dei mezzi

di trasporto pubblico, dove le infrastrutture locali lo permettono.

IGD, partendo da queste informazioni, lavora per offrire a tutti i suoi visitatori la possibilità di recarsi presso i Centri Commerciali utilizzando il mezzo di trasporto più in linea con le proprie scelte e possibilità.

2.1 LE AZIONI SVOLTE ED I PROGETTI FUTURI

Per definire gli interventi inerenti la mobilità sostenibile, IGD opera su due fronti:

1. analisi della situazione esistente
2. implementazione nuovi progetti

Fase 1: analisi

Al fine di comprendere la raggiungibilità dei propri Centri Commerciali ed operare per incentivare la mobilità sostenibile laddove necessario, IGD ha realizzato una mappatura dei mezzi di trasporto (esclusa l'auto) attraverso cui sono raggiungibili i propri Centri Commerciali. Da questa emerge che:

- a) la grande maggioranza dei Centri Commerciali è raggiungibile con i mezzi pubblici. L'80% ha una fermata entro i 200 metri dall'ingresso;
- b) poco più della metà delle strutture è raggiungibile in bicicletta (56%);

Fase 2: implementazione nuovi progetti

A fronte dei risultati dell'analisi, sono state definite alcune azioni specifiche per ciascun mezzo di trasporto.

TRASPORTO PUBBLICO LOCALE

Nel corso del 2019 sarà realizzata una nuova fermata adiacente al Centro Commerciale Maremà di Grosseto. L'esigenza di una fermata presso questo Centro è emersa come ambito di miglioramento da un'indagine realizzata nel corso del 2017 sui visitatori del Centro.

IGD si è fatta portavoce della richiesta della comunità alle autorità locali e ha promosso la realizzazione di questo servizio, contribuendo alla sua realizzazione con un investimento di circa 30 mila euro.



Ravenna_ESP_Colonnina ricarica auto elettriche

BICICLETTA

Sono stati definiti interventi su 2 filoni:

1. Servizi: 17 Centri Commerciali sono dotati di sistemi per la ricarica delle batterie delle bici elettriche all'interno della Galleria. Nel 2018 sono terminati, negli ultimi due Centri Commerciali, gli interventi di sostituzione del precedente sistema con un modello più innovativo. Nel Parco Commerciale Clodi a Chioggia (VE), inoltre, sono in corso i lavori per l'inserimento di una stazione di ricarica bici elettriche alimentato tramite impianto fotovoltaico
2. Eventi: anche nel 2018 sono state organizzate iniziative di informazione sul corretto utilizzo del mezzo, in collaborazione con le associazioni locali e con le scuole (ad esempio a Bologna).

AUTO ELETTRICHE

IGD si impegna a fornire un servizio adeguato per i visitatori che necessitano della ricarica dell'auto elettrica. In seguito all'avvio del "Progetto ricarica elettrica" iniziato nel 2017, sono attualmente 2 i Centri Commerciali dotati di colonnine per la ricarica delle auto elettriche (ESP a Ravenna e Maremà a Grosseto) ed è prossima l'installazione di una colonnina presso il Centro Conè di Conegliano (TV).

È inoltre in via di definizione un accordo con EnerHub⁵ per l'installazione di 33 colonnine per la ricarica elettrica in 19 Centri Commerciali fra il 2019 ed il 2020. Oltre a questo, è stato definito un accordo con Tesla che inserirà 2 stazioni «Supercharger» presso i Centri Commerciali Maremà a Grosseto e Puntadiferro a Forlì.

⁵Newco costituita da CEE (Consorzio Esperienza Energia) e ALG (Accendi Luce e Gas)



RESPONSIBLE

Becoming
g.r.e.a.t.

_Temi material

**Buona
occupazione**

Parità di genere

**Benessere
e sicurezza**

_Highlights 2018

96,6%



**% CONTRATTI A TEMPO
INDETERMINATO** (ITA e ROM)

**% DIPENDENTI CHE HANNO
USUFRUITO DEL WELFARE AZIENDALE** (ITA)

99%



**4,9
mln€**



Investimento in
**DISSUASORI
E ADEGUAMENTO SISMICO**
[2017-2018]



**becoming
g.r.e.a.t.**



IGD intende comportarsi responsabilmente verso le persone. Ai propri dipendenti si impegna a garantire una “buona occupazione”, promuovendo una tendenza alla stabilità e favorendo programmi di formazione che mirino ad uno sviluppo costante delle competenze. Ai visitatori dei propri Centri Commerciali e a chi vi lavora all’interno, IGD dedica un particolare riguardo, ponendo attenzione sulla loro salute e sul loro benessere, implementando, oltre a quanto previsto dalla legge, anche iniziative volontarie.

1. Buona occupazione



Incentivare un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

Le imprese sono lo strumento principale per creare posti di lavoro, ed esse devono garantire condizioni di lavoro dignitose di fornitura, e favorendo la legalità nei paesi in cui opera.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



1.1 ORGANICO

Prosegue la crescita nell'organico di IGD, che negli ultimi 15 anni ha portato la società da 27 dipendenti nel 2004 a 131 nel 2018, con un incremento continuo anno dopo anno (con l'unico lieve stop registrato nel 2012). Nel corso del 2018, in particolare, si è operato per:

- Rispondere alle nuove esigenze emerse a seguito dell'acquisizione dei nuovi asset avvenuta dal mese di Aprile. In questo ambito è stato ampliato l'organico dell'Ufficio Commerciale tramite spostamento di una risorsa interna;
- Consolidare l'organizzazione, in modo da garantire una sempre più efficace copertura delle attività della sede.

L'acquisizione dei nuovi Centri Commerciali non ha invece provocato cambiamenti dal punto di vista dell'organico: due dei 4 acquisiti, infatti, erano già gestiti da IGD, gli altri due sono rimasti sotto la gestione della precedente società per l'intero anno. Un aumento dell'organico in tal senso sarà registrabile a partire dal 2019.

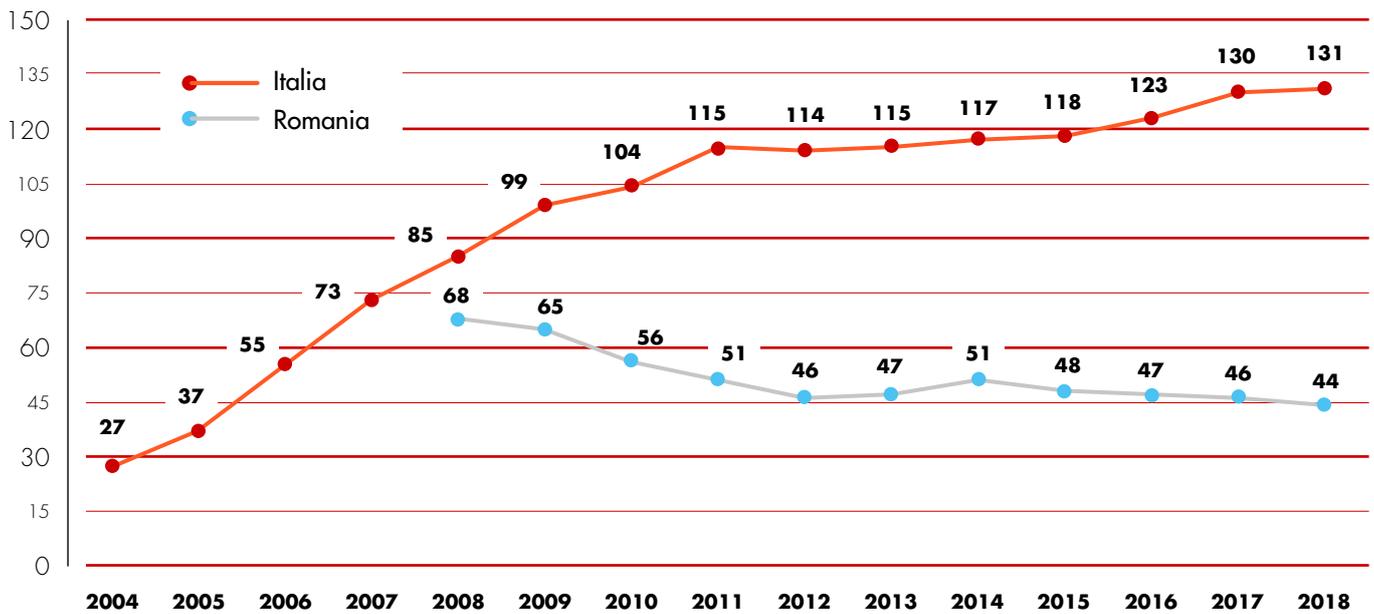
Nel gruppo Winmarkt, invece, l'organico risulta essere leggermente in calo, con un aumento del turnover pur mantenendo sostanzialmente invariata la struttura. Nell'ottica di aumentare il presidio a livello territoriale, inoltre, è stato assunto un terzo Area Manager.

IGD_uffici sede



Grafico 1

Andamento popolazione aziendale (2004-2018) (GRI 102-8)



Nota: il grafico riporta il numero dei dipendenti degli ultimi 15 anni di IGD e dall'acquisizione di Winmarkt.

Coerentemente con l'impegno di IGD a garantire ai propri dipendenti una occupazione stabile, è cresciuta al 96,6% la quota di contratti a tempo indeterminato attivi tra Italia e Romania. In Italia è aumentato il numero di contratti a tempo indeterminato (da 123 del

2017 a 125 del 2018) ma, in rapporto all'aumento dell'organico, la percentuale sul totale si è stabilizzata al 95%. In Romania, la conversione dell'unico contratto a tempo determinato del 2017 in indeterminato nel 2018 porta al 100% i contratti a tempo indeterminato.

Grafico 2

Percentuale dipendenti con contratto a tempo indeterminato (Italia e Romania)

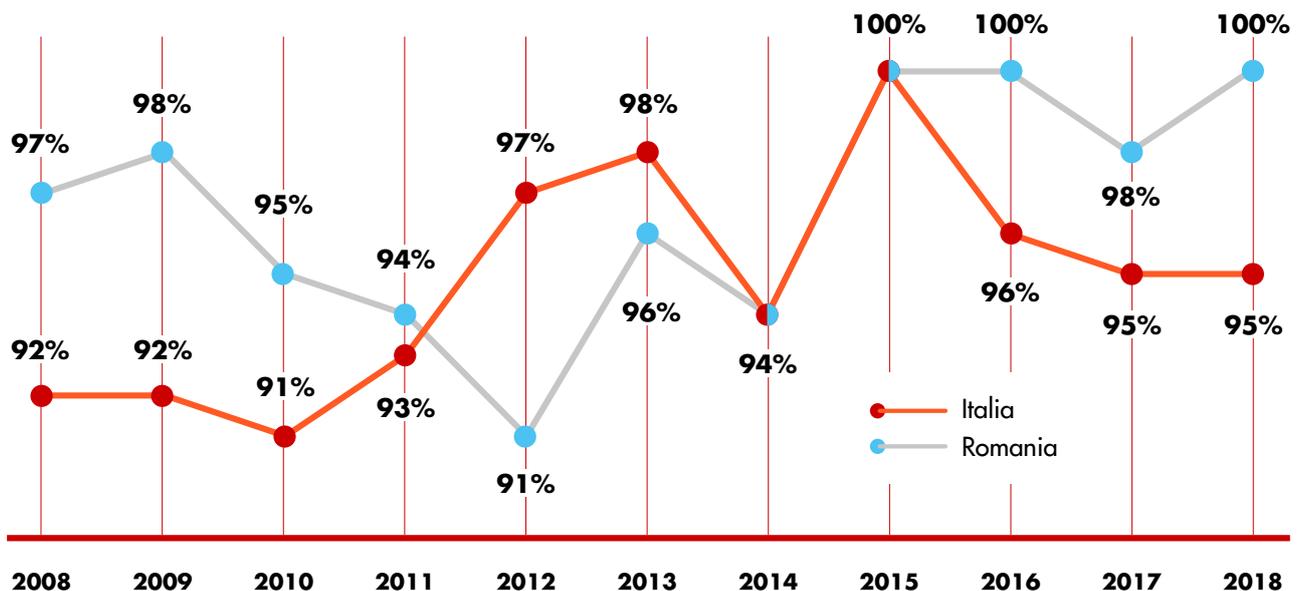


Tabella 1

Dipendenti per tipologia di contratto (Italia e Romania) (GRI 102-8)

	2018 (n)	2017 (n)	2016(n)
Contratto a tempo determinato Italia	6	7	5
Di cui donne	4	5	2
Di cui uomini	2	2	3
Contratto a tempo indeterminato Italia	125	123	118
Di cui donne	68	67	65
Di cui uomini	57	56	53
Contratto a tempo determinato Romania	-	1	-
Di cui donne	-	1	-
Di cui uomini	-	-	-
Contratto a tempo indeterminato Romania	44	45	47
Di cui donne	27	28	28
Di cui uomini	17	17	19

Il numero dei contratti part time, in Italia, cresce ma resta limitato: si passa da 8 nel 2017 a 9 nel 2018, di cui 7 donne e 2 uomini. Il 55% è stato concesso dall'azienda previa richiesta del dipendente stesso; il restante, invece, risponde ad esigenze organizzative interne.

IGD_uffici sede



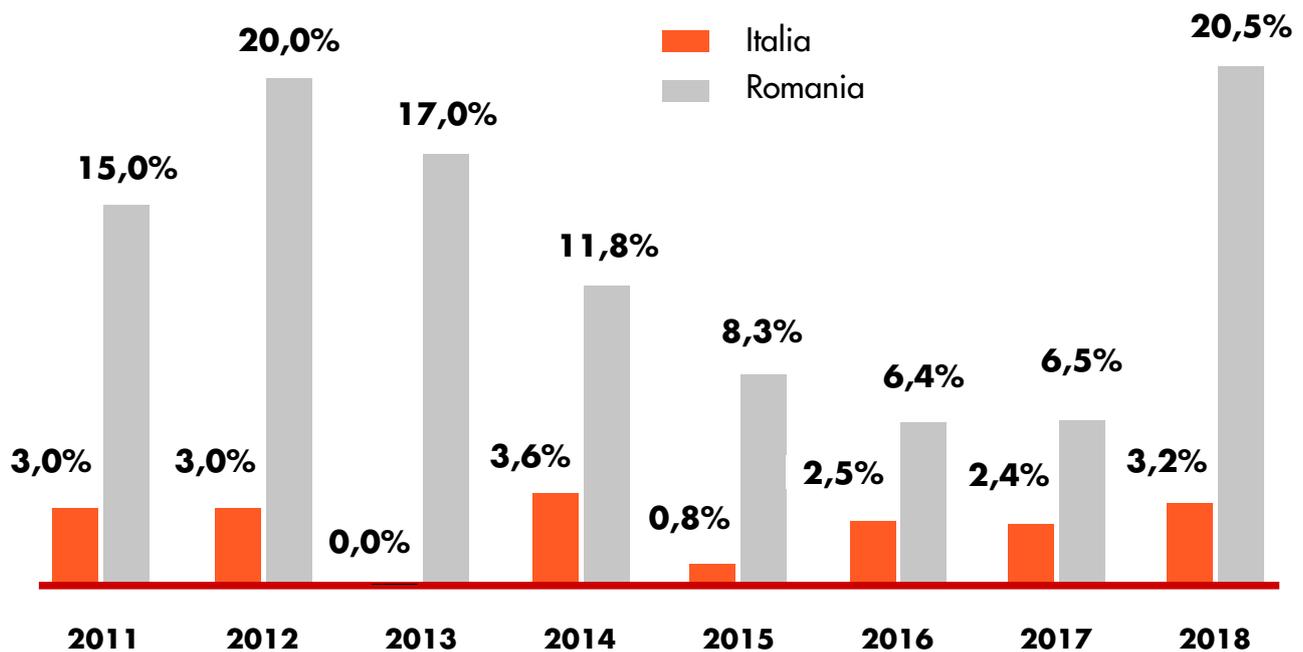
Risulta leggermente in crescita il tasso di turnover IGD (+0,8 p.p.), collegato all'aumento delle cessazioni occupazionali (da 4 a 5, 2 delle quali sono pensionamenti). In Romania, dopo anni di stabilità ed un tasso di turnover in decrescita, il 2018 registra un significativo incremento (+14 p.p.) dovuto ad un ambiente economico e un mercato del lavoro attraente e dinamico, con tassi di crescita rapidi anche nel settore edilizio ed immobiliare.

Winmarkt_uffici sede



Grafico 3

Turnover in uscita (Italia e Romania)* (GRI 401-1; EPRA EMP-TURNOVER)



*Nota: il turnover è calcolato come numero cessazioni (esclusi i tempi determinati)/totale dipendenti (esclusi i tempi determinati) al 31.12 dell'esercizio precedente.

Tabella 2

Assunzioni e dimissioni (Italia e Romania) (GRI 401-1; EPRA EMP-TURNOVER)

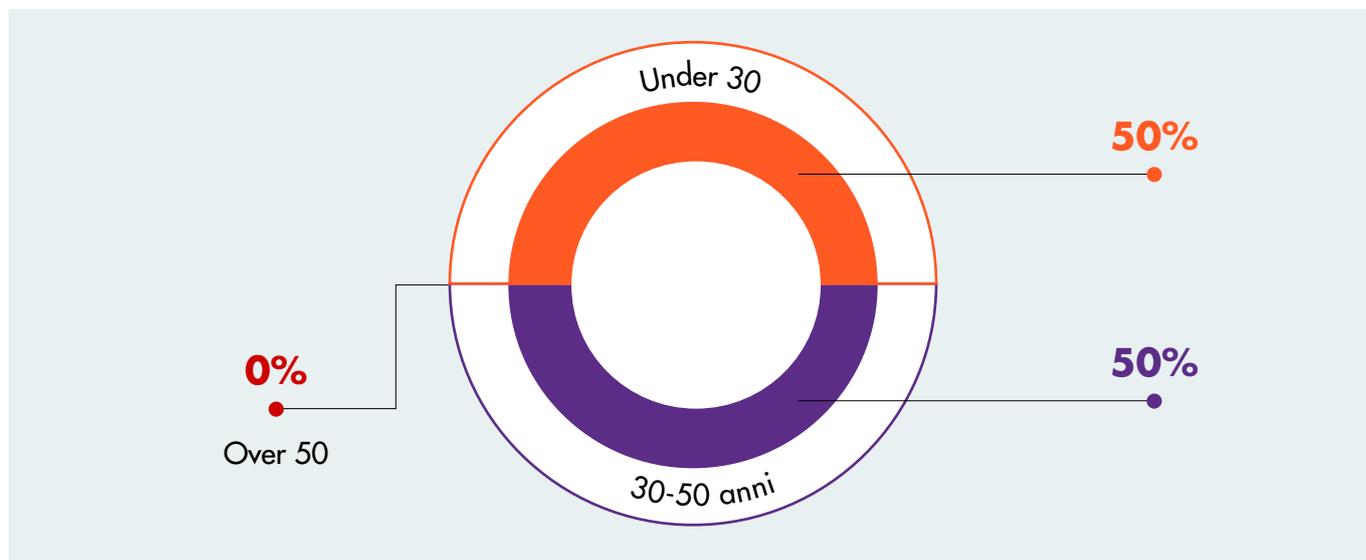
	2018 (n)	2017 (n)	2016 (n)
Assunzioni Italia	6	11	10
Tasso assunzioni Italia	4,6%	8,5%	8,1%
Dimissioni Italia	5	4	5
Tasso dimissioni Italia	3,8%	3,1%	4,1%
Assunzioni Romania	7	2	2
Tasso assunzioni Romania	16%	4,3%	4,3%
Dimissioni Romania	9	3	3
Tasso dimissioni Romania	20,5%	6,5%	6,4%

Nota: i tassi sono calcolati sul totale dei dipendenti al 31/12 di ciascun anno.

I nuovi assunti, in Italia, sono per il 67% uomini e appartengono alle seguenti fasce d'età:

Grafico 4

Nuovi assunti per fascia d'età (Italia) (GRI 405-1; EPRA DIVERSITY-EMP)



Le 5 cessazioni riguardano 3 uomini e 2 donne, 3 nella fascia d'età 30-50 e 2 nella fascia over 50 (pensionamenti). In Romania le 9 cessazioni riguardano 5 uomini e 4 donne, tutti di età compresa tra i 30 e i 50; le assunzioni sono 5 uomini e due donne, di età compresa tra 30 e 50, ad eccezione di un over 50. Sia in Italia che in Romania tutti i rapporti di lavoro sono regolati dalla contrattazione collettiva nazionale.

In Italia, in particolare, il Contratto Nazionale di lavoro di riferimento per i dipendenti IGD è quello della distribuzione cooperativa. Ad inizio del 2019, è stato siglato un accordo di rinnovo per la parte economica, con un adeguamento salariale a decorrere dal mese di febbraio e la previsione di un investimento sul welfare aziendale.

Tabella 3

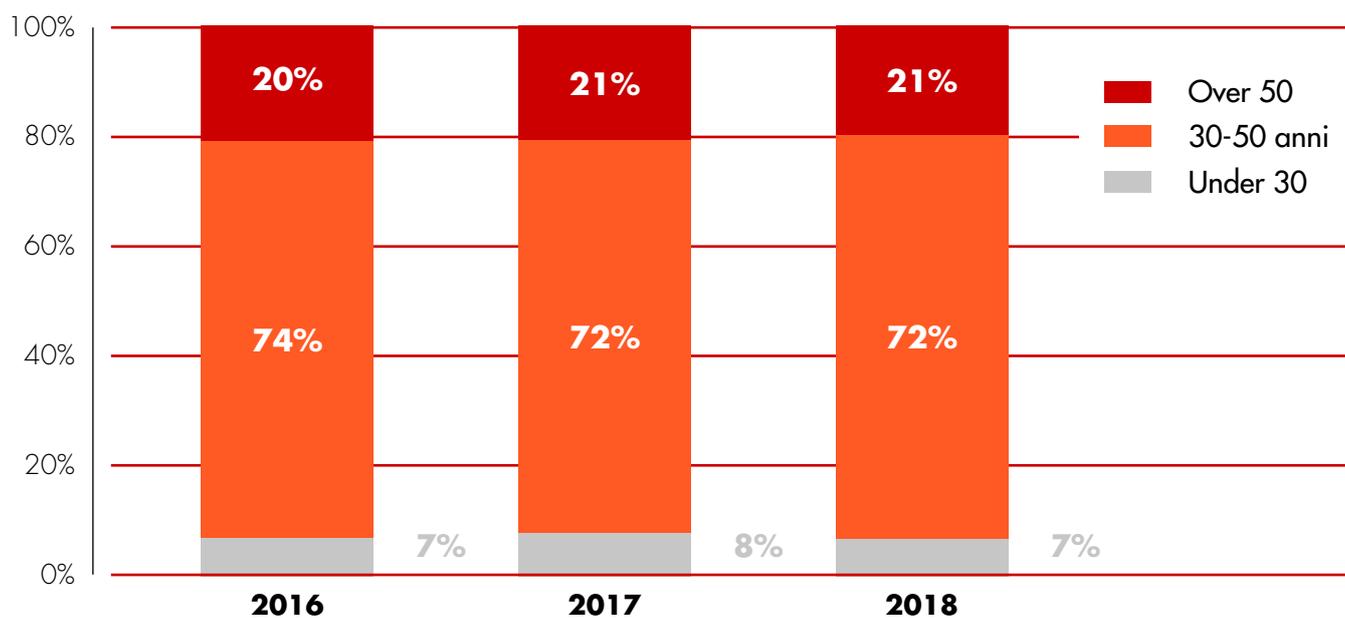
Contratti collettivi di lavoro (Italia e Romania) (GRI 102-41)

	2018 (%)	2017 (%)	2016 (%)
Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro_Italia	100%	100%	100%
Dipendenti coperti da contratti collettivi di lavoro_Romania	100%	100%	100%

La popolazione aziendale, in Italia, ha un'età media di 43 anni, dato in linea con i due anni precedenti. Si conferma stabile anche la ripartizione per fasce d'età.

Grafico 5

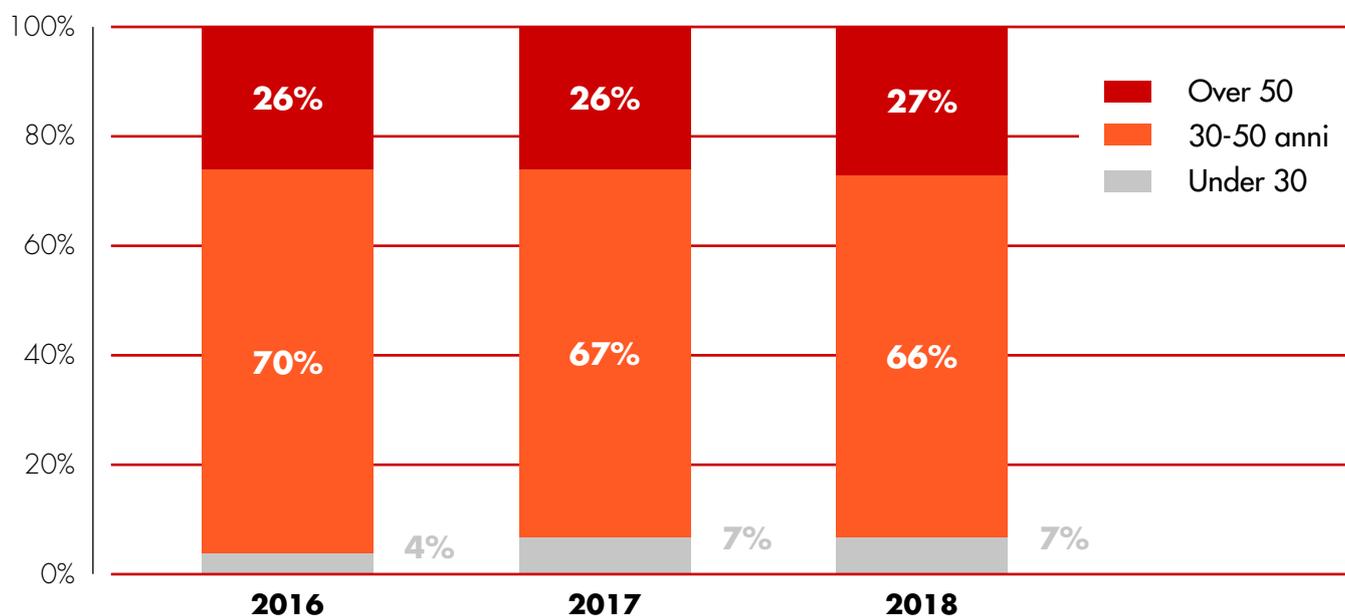
Popolazione per fasce d'età (Italia) (GRI 405-1)



In Romania l'età media, come per il 2017, è di 44 anni con una progressiva crescita degli over 50.

Grafico 6

Popolazione per fasce d'età (Romania) (GRI 405-1)



1.2 FORMAZIONE



Fornire un'educazione di qualità, equa ed inclusiva, e opportunità di apprendimento per tutti.

Le imprese giocano un ruolo chiave promuovendo e investendo nell'educazione e nella formazione. Gli investimenti in formazione del proprio personale aumentano le opportunità imprenditoriali per un'azienda, creando nuovi mercati e nuove clientele, e favorendo una maggiore qualificazione e produttività dei lavoratori.

4 QUALITY EDUCATION



Secondo quanto definito dal Global Compact, alla luce dell'elaborazione dei contenuti dell'SDGs 4 "Istruzione di qualità", le imprese possono ampiamente contribuire al raggiungimento del suddetto goal, sia internamente che esternamente ad esse. Internamente, possono introdurre un modello di gestione delle risorse

umane che prevede opportunità di apprendimento continuo per accrescere le competenze dei propri dipendenti. Attraverso la promozione dell'educazione rivolta a tutta la popolazione aziendale, è possibile garantire una crescita economica sostenibile.

ITALIA

IGD, che da sempre investe per valorizzare il potenziale di ciascuno e si impegna per favorire le condizioni per un ambiente di lavoro stimolante, pone una particolare attenzione all'attivazione di processi formativi utili allo sviluppo delle professionalità. Nel 2018, in particolare, l'attività si è focalizzata sia sull'adempimento di obblighi formativi per gran parte della popolazione aziendale, sia sul proseguimento di aggiornamenti tecnici tesi a sviluppare e qualificare le singole competenze. Questi, in particolari, i temi trattati che hanno interessato trasversalmente i dipendenti:

- **Sicurezza** (v. paragrafo 3.1.1 in questo Capitolo)
- **Privacy**: tutti i dipendenti, compresi i dirigenti, sono stati formati in sede di Convention aziendale sul nuovo Regolamento Generale sulla Protezione dei Dati (GDPR), entrato in vigore il 25 maggio 2018 in tutti gli Stati dell'Unione Europea. Nell'occasione

sono stati condivisi anche i provvedimenti che l'azienda sta prendendo in tema di cyber security

- **Lingua inglese**: i corsi, che hanno interessato 9 figure aziendali, sono stati definiti per supportare i ruoli che, nelle quotidiane attività, sempre di più richiedono tale competenza

Alcuni dipendenti del Servizio Marketing e Responsabilità Sociale hanno inoltre partecipato ad un seminario di approfondimento organizzato da Impronta Etica. Nello specifico si è trattato di 5 incontri del Gruppo di lavoro tra Soci sul tema degli "Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e le opportunità per le imprese". Rispetto all'anno precedente, il monte ore 2018 dedicato alla formazione è diminuito a causa di un minor numero di occasioni formative che hanno riguardato la totalità, o buona parte, della popolazione aziendale.

Tabella 4

Attività formative (Italia) (GRI 404-1; EPRA EMP-TRAINING)

	2018	2017	2016
Persone che hanno svolto attività formative (N)	125 (95,4% del totale)	125 (96,2% del totale)	99 (80% del totale)
Spese sostenute per la formazione - interna e/o esterna (€)	37.225	44.451	36.516
Ore di formazione	1.733	1.861	1.787
Ore medie di formazione per dipendente	13,2	14,3*	14,5
Percentuale del fatturato investito in formazione (€)	0,03%	0,03%	0,03%

*il dato 2017 è stato oggetto di restatement: è stato ricalcolato su tutti i dipendenti, in linea con gli anni precedenti

Winmarkt_team



Tabella 5

Approfondimento ore medie di formazione (Italia e Romania) (GRI 404-1; EPRA EMP-TRAINING)

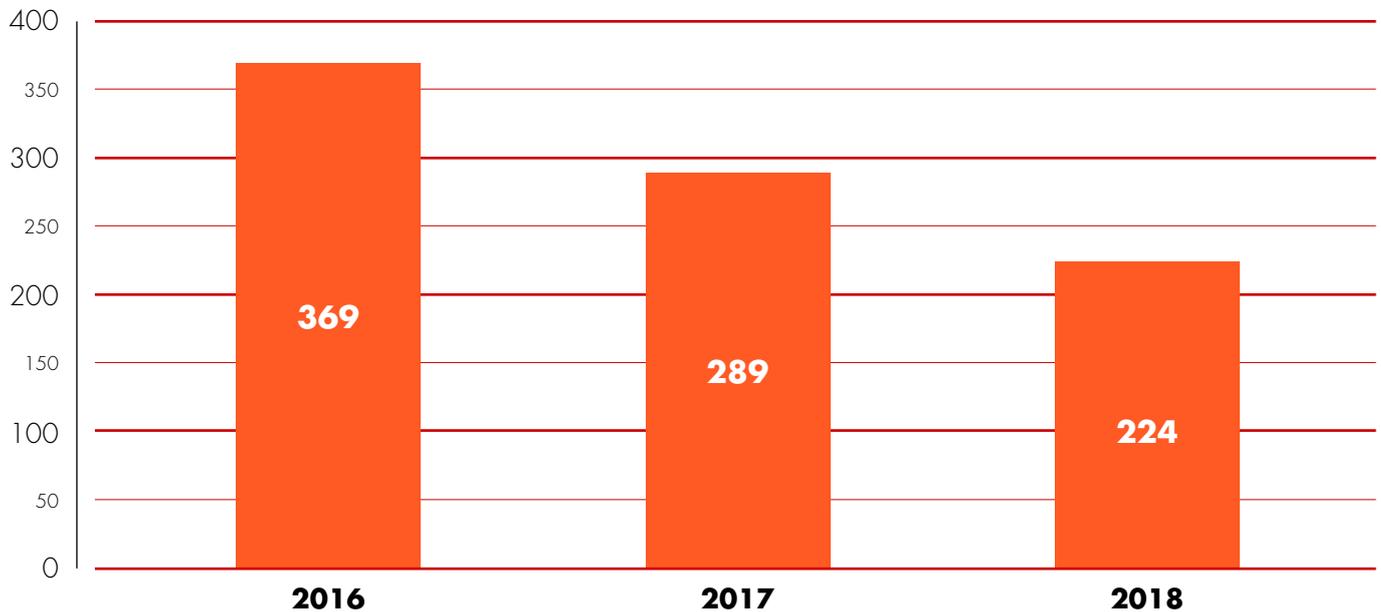
	2018 (Italia)	2017 (Italia)	2018 (Romania)	2017 (Romania)
Ore medie formazione dipendente_donne	12,9	13,0	3,9	20,3
Ore medie formazione dipendente_uomini	13,7	17,2	11,8	23,2
Ore medie formazione complessive	13,2	14,3*	7	21,3
Ore medie formazione dipendente_dirigenti	26,8	42,4	-	-
Ore medie formazione dipendente_quadri	18,4	12,2	15	24
Ore medie formazione dipendente_impiegati direttivi	13,0	16,6	13	24,1
Ore medie formazione dipendente_impiegati	9,5	9,1	1	18,6

*il dato 2017 è stato oggetto di restatement: è stato ricalcolato su tutti i dipendenti, in linea con gli anni precedenti

Questo ha avuto un riflesso anche sul dato degli investimenti pro-capite (in diminuzione).

Grafico 7

Investimento pro-capite in formazione (in euro)



ROMANIA

Winmarkt ha programmato ed effettuato le seguenti attività formative:

- Workshop commerciale/tecnico/amministrativo
- Corsi e attività di formazione per l'accrescimento delle competenze professionali dei dipendenti in relazione al settore aziendale di appartenenza

Diminuiscono complessivamente le ore di formazione: diversamente agli anni passati, nel corso del 2018 non si sono tenute attività di team building rivolte all'intera popolazione aziendale (generalmente organizzate in contemporanea alla convention annuale, che verrà organizzata nel 2019).

Tabella 6

Attività formative (Romania) (GRI 404-1)

	2018	2017	2016
Ore di formazione erogate (N)	304	982	1202
Numero di persone formate (N)	23	46	47
Ore medie di formazione per dipendente	7	21,3	25,6
Spese sostenute per la formazione (€)	2.903	23.000	20.000

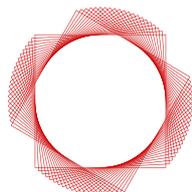
1.3 COMUNICAZIONE INTERNA

Gli strumenti di cui l'azienda si serve per mettere in circolo le informazioni e diffonderle tra tutti i dipendenti sono 4, ciascuno con finalità, tempi e contenuti differenti:

CONVENTION AZIENDALE

Annuale

A metà dicembre si è svolta, in Emilia-Romagna, la convention annuale IGD, pianificata su due giornate così organizzate:



GIORNO 1:

- Formazione a tutti i dipendenti sul tema Privacy
- Presentazione del Piano Strategico 2019-2021 da parte del CEO

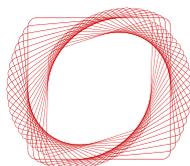
GIORNO 2

- Visita alla Comunità di recupero per dipendenze di San Patrignano. L'intero team IGD è stato coinvolto in un tour guidato presso la suddetta comunità, durante il quale, oltre alla condivisione di racconti e storie di vita, sono stati presentati modelli di produzione e consumo sostenibili e di economia circolare.

NEWSLETTER

Trimestrale

Newsletter digitale, fruibile dal sito web IGD; i dipendenti ricevono trimestralmente via mail il link che rimanda direttamente al sito. Le sezioni principali in cui è strutturata la Newsletter sono:



- Andamenti e risultati economico-finanziari
- Breaking news sostenibilità ed innovazione
- Interviste rilasciate dal top management su specifici argomenti

COMUNICATI STAMPA

Ad hoc

Nel 2018, a tutti i dipendenti sono stati inviati 15 comunicati stampa riguardanti gli eventi del Gruppo. I principali hanno trattato:

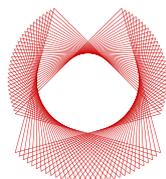


- Elezione nuovo CdA
- Nuovo Piano Industriale
- Nuove acquisizioni Centri Commerciali
- Certificazioni ambientali e riconoscimenti internazionali
- Andamenti finanziari e commerciali

INTRANET AZIENDALE

Continua

A novembre del 2018 è stata implementata la nuova piattaforma con un rinnovato layout. La nuova versione adottata permette anche un maggiore utilizzo e facilita lo scambio di contributi multimediali.



1.4 VALUTAZIONE E VALORIZZAZIONE

Dal 2011, sia IGD che Winmarkt si sono dotate di un sistema incentivante, il "Management By Objectives". L' MBO assegna obiettivi comuni all'azienda oppure specifici per ufficio o singolo dipendente con contratto a tempo indeterminato. Il raggiungimento di tali obiettivi è una componente della retribuzione variabile. Nel 2018, in Italia, 118 dipendenti hanno ricevuto obiettivi: di questi, 81 hanno avuto obiettivi individuali e 37 d'ufficio. Il variabile erogato ha superato il 70% dell'erogabile.

In Romania è attivo un sistema premiante uguale a quello italiano: il variabile erogato ha raggiunto il 100% del massimo erogabile.

In Italia, inoltre, tutti i Quadri ed Impiegati Direttivi giunti a regime per la copertura di ruolo vengono valutati tramite un sistema di valutazione delle competenze espresse. Nel 2018 questo sistema ha interessato 69 dipendenti (53% del totale, in linea con gli anni precedenti).

Nel 2018 sono inoltre terminati 7 percorsi di crescita, di cui 3 avviati nel 2016 e 4 avviati nel 2017. Sono stati inoltre avviati 7 nuovi percorsi con attribuzione di livello superiore nel corso dell'anno.

I dipendenti che, nel 2018, hanno ricevuto aumenti retributivi a fronte di una valutazione particolarmente positiva sono stati 13 (il 10% del totale), 3 in più rispetto all'anno precedente.

Nel gruppo Winmarkt, in una logica di crescita e sviluppo delle risorse interne, nel 2018 sono stati concessi 12 aumenti di merito.

In Romania, inoltre, dal 2018 è in vigore il sistema di indicizzazione dei salari, strumento volontario, aggiuntivo rispetto al sistema delle retribuzioni, volto ad incentivare la fidelizzazione all'azienda ed a premiare l'anzianità di servizio.

Tabella 7

Valutazione rispetto alle competenze (Italia) (GRI 404-3; EPRA EMP-DEV)

	2018	2018	2018	2018	2018	2017	2017	2017	2017	2017
	(% uomini su tot dipendenti)	(% donne su tot dipendenti)	(% quadri su tot dipendenti)	(% impiegati direttivi su tot dipendenti)	(% su totale dipendenti (N))	(% uomini su tot dipendenti)	(% donne su tot dipendenti)	(% quadri su tot dipendenti)	(% impiegati direttivi su tot dipendenti)	(% su totale dipendenti (N))
Dipendenti che ricevono regolarmente valutazioni delle competenze	29%	24%	15%	37%	53%	29%	23%	15%	37%	52%

2. Parità di genere



Raggiungere l'uguaglianza di genere ed emancipare tutte le donne e le ragazze.

Le aziende sono chiamate ad adottare politiche interne e procedimenti che garantiscano gli stessi diritti ed opportunità lavorative alle donne rispetto alla componente maschile.

5 GENDER EQUALITY



La principale azione che un'azienda può implementare internamente per favorire la parità di genere nel Paese in cui opera è quella di definire politiche aziendali che includano la dimensione di genere e promuovano l'uguaglianza e l'integrazione come valori della cultura

aziendale. Nell'accogliere tale principio, il Codice Etico di IGD sancisce l'imparzialità nei confronti dei dipendenti e la garanzia del rispetto delle pari opportunità. Sia in Italia che in Romania più della metà dei dipendenti sono donne, rispettivamente 53% e 61%.

2.1 ANAGRAFICA

Tabella 8

**Ripartizione dei dipendenti per sesso e qualifica (Italia)
(GRI 102-8; 405-1; EPRA DIVERSITY-EMP)**

Qualifica	Genere	2018	% per qualifica 2018	2017	% per qualifica 2017	2016	% per qualifica 2016
Dirigenti	Uomini	5	83%	5	83%	5	83%
Dirigenti	Donne	1	17%	1	17%	1	17%
Quadri	Uomini	13	62%	13	65%	13	65%
Quadri	Donne	8	38%	7	35%	7	35%
Impiegati Direttivi	Uomini	29	53%	30	57%	26	52%
Impiegati Direttivi	Donne	26	47%	27	43%	24	48%
Impiegati	Uomini	12	24%	10	21%	12	26%
Impiegati	Donne	37	76%	37	79%	35	74%
Totale	Uomini	59	45%	58	45%	56	46%
Totale	Donne	72	55%	72	55%	67	54%
Totale		131		130		123	

Tabella 9**Ripartizione dei dipendenti per sesso e qualifica (Romania)
(GRI 102-8; 405-1; EPRA DIVERSITY-EMP)**

Qualifica	Genere	2018	% per qualifica 2018	2017	% per qualifica 2017	2016	% per qualifica 2016
Dirigenti	Uomini	-	-	-	-	-	-
Dirigenti	Donne	-	-	-	-	-	-
Quadri	Uomini	2	33%	3	60%	3	60%
Quadri	Donne	4	67%	2	40%	2	40%
Impiegati Direttivi	Uomini	11	73%	12	67%	14	70%
Impiegati Direttivi	Donne	4	27%	6	33%	6	30%
Impiegati	Uomini	4	17%	2	9%	2	9%
Impiegati	Donne	19	83%	21	91%	20	91%
Totale	Uomini	17	39%	17	37%	19	40%
Totale	Donne	27	61%	29	63%	28	60%
Totale		44		46		47	



IGD_uffici sede

Tabella 10**Donne in ruolo di guida nei Centri Commerciali IGD**

	2018	2017	2016
Donne in ruolo guida dei CC	12	12	11

2.2 RETRIBUZIONE

La retribuzione spettante ai dipendenti, sia in IGD che in Winmarkt, viene identificata sulla base dei criteri di parità di trattamento e di correttezza; viene calcolata sulla base di fattori oggettivi come livello di responsabilità, ruolo e anzianità aziendale, senza tenere con-

to di aspetti correlati al genere (come si evince dalle tabelle sottostanti). Nel corso nel 2018 nessuna segnalazione circa episodi di discriminazione è giunta all'Organismo di Vigilanza (GRI 406-1).

Tabella 11

Rapporto tra stipendio base + indennità di funzione femminile rispetto a quella maschile (Italia) (GRI 405-2 – EPRA DIVERSITY-PAY)

Categoria di dipendenti	2018	2017*	2016*
Dirigenti	1,11	1,13	1,13
Quadri	0,97	0,97	0,97
Impiegati direttivi	1	0,99	1,01
Impiegati	0,98	1,03	1,01

Nota: il rapporto è calcolato come media dei salari base + indennità di funzione per ciascuna categoria di dipendenti femminile su quella maschile.

*I dati del 2017 e del 2016 sono stati ricalcolati e correttamente riportati in questa tabella in quanto oggetto di refuso nel precedente bilancio.

Tabella 12

Rapporto tra stipendio base + indennità di funzione femminile rispetto a quella maschile (Romania) (GRI 405-2 – EPRA DIVERSITY-PAY)

Categoria di dipendenti	2018	2017*	2016*
Dirigenti	n/a	n/a	n/a
Quadri	0,67	0,88	0,96
Impiegati direttivi	1,33	1,32	1,03
Impiegati	0,91	0,95	0,87

Nota: il rapporto è calcolato come media dei salari base + indennità di funzione per ciascuna categoria di dipendenti femminile su quella maschile.

*I dati del 2017 e del 2016 sono stati ricalcolati e correttamente riportati in questa tabella in quanto oggetto di refuso nel precedente bilancio.

3. Benessere e sicurezza



Assicurare la salute e il benessere per tutti e per tutte le età.

Le aziende hanno un ruolo attivo nel mettere in pratica azioni che garantiscano la salute e la sicurezza sul lavoro per tutti i dipendenti, assicurando anche che le operazioni di business non impattino negativamente sul diritto alla salute e massimizzando i contributi positivi sul benessere della società nel suo insieme.

3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING



IGD intende garantire e promuovere i principi di salute e benessere all'interno della società e delle sue strutture, adottando misure, sia obbligatorie per legge che volontarie, che permettano ai dipendenti (propri e dei tenant)

di lavorare nelle migliori condizioni possibili. Si impegna inoltre a mettere in atto tutti i presidi per garantire ai visitatori delle Gallerie di frequentare luoghi sicuri ed in regola con le più aggiornate normative in materia.

3.1 POLITICHE RIVOLTE AI DIPENDENTI

IGD opera sia in termini di sicurezza che di benessere dei propri dipendenti.

1. SICUREZZA

La società ha adottato un Sistema di Gestione della Sicurezza sul Lavoro (SGSL), in conformità a quanto previsto dall'articolo 30 del Testo Unico sulla Sicurezza 81/2008, sistema che circostringe tutte le attività che la Società è tenuta a svolgere.

Così come sottolineato anche nell'Agenda 2030, un ruolo fondamentale in questo ambito è assunto dalla formazione del personale: nel 2018, in Italia, il 75% dei dipendenti è stato coinvolto in attività formative inerenti la sicurezza.

Nello specifico, le attività hanno riguardato:

1. Formazione generale per i neo assunti
2. Aggiornamento quinquennale preposti
3. Aggiornamento quinquennale lavoratori
4. Aggiornamento per i Rappresentanti dei Lavoratori per la Sicurezza
5. Corso antincendio

Le ore di formazione sulla sicurezza hanno rappresentato il 40% del monte ore complessivo dedicato alla formazione in azienda, a testimonianza dell'importanza del tema per il 2018.

Tabella 13**Attività formative su salute e sicurezza (Italia)**

	2018	2017
Ore di formazione sulla sicurezza erogate (N)	704	324
Numero di persone coinvolte (N)	98	35
Spese sostenute per la formazione (€)	9.283	8.327

Il monitoraggio degli indicatori collegati ad infortuni, malattie ed assenze permette all'Azienda di valutare costantemente l'andamento delle proprie politiche in

materia di sicurezza e salute. I dati del 2018, in complessivo ulteriore miglioramento rispetto al biennio precedente, non evidenziano particolari criticità.

Tabella 14**Cause di assenteismo (Italia) (GRI 403-2 e EPRA H&S-EMP)**

	2018 uomini	2018 donne	2018 totale	2017 uomini	2017 donne	2017 totale	2016 uomini	2016 donne	2016 totale	Modalità di calcolo dell'indicatore
infortuni	1	0	1*	1	1	2*	1	2	3*	
Tasso di infortunio	10,8	0	4,86	10,45	9,86	9,83	11,43	19,72	15,89	(numero infortuni/ore lavorate totali nell'anno)* 1.000.000 (Fonte: UNI 7249:2007 "Statistiche degli infortuni sul lavoro")1
Tasso giorni persi	0,16	0	0,07	0,010	0,20	0,11	1,21	0,16	0,64	(numero giorni persi per infortunio o malattia/numero totale di ore lavorate)* 1000
Tasso di assenteismo	1%	2,5%	1,8%	1,1%	2,4%	1,8%	2,2%	2,1%	2,1%	(numero totale di giorni persi/numero totale di giorni programmati per lo stesso periodo)* 100
Numero di morti correlati al lavoro			0			0			0	

Note: * tutti gli infortuni sono in itinere

Annualmente, come previsto dal D.Lgs. 81/2008, IGD aggiorna la Valutazione del Rischio Stress Lavoro-Correlato. Il giudizio, espresso in seguito alle valutazioni eseguite nel corso del 2018, ha collocato l'azienda in

“fascia verde”. Ciò significa che non si sono evidenziati particolari condizioni organizzative che possono determinare la presenza di stress correlato al lavoro.

Aumenta leggermente, in Romania, il tasso di assenteismo, collegato ad una malattia che si è protratta nel tempo.

Tabella 15

Cause di assenteismo (Romania) (GRI 403-2 e EPRA H&S-EMP)

	2018 uomini	2018 donne	2018 totale	2017 uomini	2017 donne	2017 totale	2016 uomini	2016 donne	2016 totale	Modalità di calcolo dell'indicatore
infortuni	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Tasso di infortunio	0	0	0	0	0	0	0	0	0	(numero infortuni/ore lavorate totali nell'anno)* 1.000.000 (Fonte: UNI 7249:2007 "Statistiche degli infortuni sul lavoro")
Tasso giorni persi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	(numero giorni persi per infortunio o malattia/numero totale di ore lavorate)* 1000
Tasso di assenteismo	4,1%	3,0%	3,4%	0%	2,6%	1,6%	1%	4,3%	2,9%	(numero giorni persi per infortunio o malattia/numero totale di ore lavorate)* 1000
Numero di morti correlati al lavoro			0			0			0	

Note: * tutti gli infortuni sono in itinere

2. BENESSERE: IL WELFARE AZIENDALE

Il 2018 rappresenta il secondo anno di vita del Piano di Welfare Aziendale IGD. Inserito all'interno del Piano industriale 2015-2018, questo strumento mette a sistema quanto di già esistente nel Protocollo delle Azioni Positive e inserisce numerose novità che diffondono e incrementano i benefit e i servizi forniti dall'azienda ai propri dipendenti. Il risultato è un Portale, attivo online dal mese di Aprile 2017, a cui accedere tramite password personale, contenente pacchetti di rimborsi e voucher in materia di educazione e istruzione, ricreazione, previdenza pensionistica comple-

mentare, assistenza sociale e sanitaria. Con l'esclusione dei dirigenti, il welfare aziendale interessa tutti i dipendenti con contratto a tempo indeterminato, per i quali IGD stanziava annualmente un budget fisso, uguale per tutti e proporzionato fra full time e part time. L'obiettivo è quello di aumentare il benessere individuale dei dipendenti e del loro nucleo familiare nel territorio di riferimento ed influire positivamente sull'assetto organizzativo e sul clima aziendale. Più nello specifico, l'offerta riguarda:

Asili nido

Viaggi

Campi estivi e doposcuola

Corsi e formazione

Rette universitarie

Salute e benessere

Libri e materiale scolastico

Cultura e spettacoli

Assistenza a domicilio

News e magazine

Scuola materna, primaria e secondaria

Polizza sanitaria

Acquisti e shopping

Previdenza integrativa

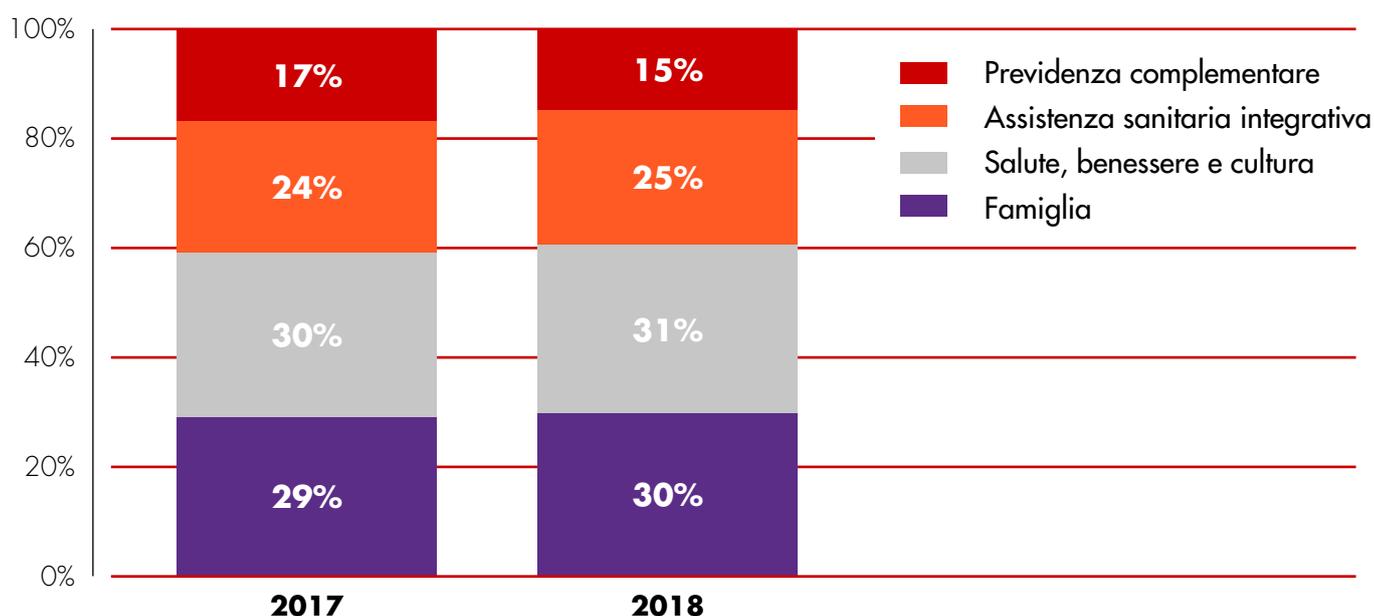
Sport e palestre

All'interno di queste categorie, durante il 2018, l'offerta del Portale è stata aggiornata, aumentando le opportunità di scelta per i dipendenti. Altro punto di forza del Portale è la possibilità di monitorare costantemente il livello di soddisfazione in merito alla proposta complessiva. Questo permette all'azienda di identificare le eventuali azioni correttive, specialmente

in chiave di comunicazione e sensibilizzazione all'uso dello strumento. Dal monitoraggio del 2018 è emerso che il 99% dei dipendenti ha utilizzato il proprio budget. Fra i servizi offerti, quelli appartenenti alle categorie "Famiglia" e "Salute, benessere e Cultura" sono i più apprezzati (dato in linea con quanto emerso nel 2017).

Grafico 7

Servizi di Welfare utilizzati





Sesto San Giovanni (MI)_Centro Sarca

Tabella 16

Welfare aziendale (Italia)

	2018	2017
Numero dipendenti coinvolti	122	118
Tasso di utilizzo	99%	99%

Scheda impatto

Il welfare aziendale

CAMBIAMENTO ATTESO

- Migliore clima aziendale e maggiore produttività
- Incremento del benessere individuale del dipendente e del suo nucleo familiare
- Impatto positivo sul tessuto sociale in cui il dipendente vive

Stakeholder coinvolti

- DIPENDENTI
- CONTESTO PRODUTTIVO LOCALE E NON
- SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE
- IGD

	DIPENDENTI	CONTESTO PRODUTTIVO LOCALE E NON	SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE	IGD
IMPATTO DIRETTO	x			
IMPATTO INDIRETTO		x	x	x
IMPATTO ECONOMICO	<p>Aumento del potere d'acquisto per un ammontare complessivo di €57.298</p> <p>R Q</p>	<p>Incasso per i beni e servizi inseriti nel Portale, acquistati dai dipendenti con il budget a loro disposizione</p> <p>NR Q</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Riduzione costi per i servizi di competenza (visite, esami, ecc) che gli utenti scelgono di fare privatamente <p>NR NG</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incasso per prestazioni effettuate <p>NR Q</p>	
IMPATTO NON ECONOMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilità di avere risposte ai propri bisogni • Incentivo a far crescere il benessere personale 	<p>Portale Welfare come elemento di pubblicità dei beni/servizi offerti</p>	<p>Possibile minore impegno richiesto grazie alle maggiori coperture complementari date ai dipendenti</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento della reputazione • Impatto sul clima aziendale (da verificare)



3.2 POLITICHE NEI CENTRI COMMERCIALI

La sicurezza delle proprie strutture, sia in Italia che in Romania, è per la Società un prerequisito fondamentale, a partire dalla fase di realizzazione delle stesse. Tutti i Centri Commerciali infatti sono realizzati nel pieno rispetto delle normative di sicurezza (D. Lgs 81/2008 e il DM 10/03/199 – criteri generali per la sicurezza antincendio e la gestione delle emergenze sui luoghi di lavoro). Internamente al Centro Commerciale, l'attività e la gestione della sicurezza è suddivisa e condivisa tra diverse figure incaricate: IGD è responsabile delle parti comuni in galleria; gli operatori dei propri esercizi commerciali. A garanzia e tutela delle

norme di sicurezza è preposto il personale addetto, che sorveglia l'edificio durante tutto l'orario di apertura, vigilando sui visitatori a prevenzione di furti o altri atti illeciti. Il personale di sicurezza e dell'antincendio è anche abilitato, nella grande maggioranza dei casi, al primo soccorso in caso di incidenti o malori di clienti o lavoratori. A ulteriore garanzia, ogni anno il Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione (RSPP) effettua, in ogni Centro Commerciale, un sopralluogo al fine di valutare i presidi di sicurezza presenti, al termine del quale redige un report che evidenzia le conformità/non conformità.

Tabella 17

Controlli su salute e sicurezza nei Centri Commerciali (Italia)
(416-1/416-2 e EPRA H&S-ASSET/H&S-COMP)

	2018 Totale	2017 Totale	2016 Totale
Percentuale di asset (Centri Commerciali) per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati o rivisti per conformità o miglioramento nel corso dell'anno.	100%	100%	100%
Numero incidenti per non conformità a regolamenti o a standard volontari su salute e sicurezza	0	0	0

Tabella 18

Controlli su salute e sicurezza nei Centri Commerciali (Romania)
(GRI 416-1/416-2 e EPRA H&S-ASSET/H&S-COMP)

	2018 Totale	2017 Totale	2016 Totale
Percentuale di asset (Centri Commerciali) per i quali gli impatti sulla salute e sicurezza sono valutati o rivisti per conformità o miglioramento nel corso dell'anno.	0	0	0
Numero casi di non conformità a regolamenti o a standard volontari su salute e sicurezza	0	0	0

Progetti specifici

Nel 2018 sono proseguiti, sia in Italia che in Romania, i progetti iniziati negli anni precedenti con l'obiettivo di incrementare volontariamente la sicurezza delle strutture.

Interventi realizzati/ITALIA

Linee vita: iniziato nel 2015, il progetto per la realizzazione di percorsi di sicurezza e di sistemi di protezione anticaduta in copertura dei Centri Commerciali è terminato nel corso del 2018 con la chiusura dei lavori a Puntadiferro (Forlì) e Darsena City (Ferrara).

Dissuasori: proseguito l'inserimento di colonnine antisfondamento, fisse o a scomparsa, collocati in punti strategici dei Centri Commerciali per impedire la violazione della Galleria con mezzi pesanti. Nel 2018, con la messa in opera dei dissuasori a Città delle Stelle (Ascoli Piceno), sono 15 i Centri Commerciali di proprietà su cui IGD è intervenuta. I lavori proseguiranno nel 2019 presso il Centro Casilino (Roma), in concomitanza con i lavori di restyling. L'ammontare complessivo speso per questo intervento ammonta ad € 880.000.

Antisismica: intrapreso un progetto di miglioramento sismico delle strutture successivamente al sisma del 2012 in Emilia Romagna e del 2016/17 nel Centro Italia. IGD ha definito un'azione volontaria, anche con la sperimentazione di tecnologie innovative che risultano essere sempre più efficaci. Nel 2018 sono terminati i lavori nel Centro Casilino, al piano terra e nell'interrato, mentre sono in corso i lavori al Centro d'Abruzzo (Chieti). Sono stati calendarizzati al 2019 i lavori al Centro Portogrande (San Benedetto del Tronto, AP) e, successivamente, alla parte più vecchia che compone il Centro ESP (Ravenna). A Darsena City, invece, è in corso un lavoro di adeguamento sismico. L'ammontare complessivo investito da IGD per questo intervento nell'ultimo biennio è stato di € 1,5 milioni per l'adeguamento sismico e di € 2,5 milioni per il ripristino ed il miglioramento delle strutture dopo il sisma che ha colpito il Centro Italia nel 2016.

Interventi realizzati/ROMANIA

Antisismica: nel 2018 sono iniziati i lavori per il consolidamento alla struttura del Centro Ploiesti Big, il cui termine è previsto entro il primo trimestre 2019.

Antincendio: adeguamento continuo del sistema antincendio, valido per tutta la rete di Centri Commerciali. Gli interventi vengono effettuati nei casi in cui vi siano modifiche al layout interno.

Ravenna_ESP_Dissuasori





ETHICAL

Becoming
g.r.e.a.t.

_Temi material

Governance, etica e corruzione

_Highlights 2018



Confermato **MASSIMO PUNTEGGIO**
per il **RATING DI LEGALITÀ**



**% DI GENERE MENO RAPPRESENTATO
NEL CDA (ITA)**

36%



ISO

Ottenuta certificazione anticorruzione
UNI EN ISO 37001 IN ROMANIA



Becoming
g.r.e.a.t.



IGD si è dotata di un sistema di governance allineato alle best practices delle società quotate, in linea con quanto contenuto nel Codice di Autodisciplina delle società quotate elaborato dal Comitato per la Corporate Governance di Borsa Italiana. La Società si pone inoltre l'obiettivo di agire eticamente e porre in atto tutti i presidi necessari per il rispetto della legge sia nei suoi comportamenti che influenzando positivamente il contesto in cui opera.

1. Governance, etica e corruzione



Pace, giustizia e istituzioni forti.

Il settore privato ha un ruolo importante nel raggiungimento di questo SDG, incorporando i principi di trasparenza nell'organizzazione, scongiurando qualsiasi episodio di violenza all'interno della propria catena di fornitura, e favorendo la legalità nei paesi in cui opera.

16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS



1.1 GOVERNANCE

LE STRUTTURE DI GOVERNANCE E LA LORO COMPOSIZIONE **(GRI 102-18; 102-22; 102-23; 102-32; 405-1 EPRA GOV-SELECT)**

La struttura di governance di IGD, fondata sul modello tradizionale, si compone dei seguenti organi: Assemblea dei soci, Consiglio di Amministrazione e Collegio Sindacale. Il controllo contabile è affidato ad una società di revisione.

L'Assemblea degli Azionisti, ovvero l'organo che, con le sue deliberazioni, esprime la volontà dei soci, in data 1 giugno 2018 ha nominato il Consiglio di Amministrazione in carica, determinando in 11 il numero dei relativi componenti, rispetto ai 13 del precedente mandato, con durata in carica per tre esercizi e scadenza alla data dell'Assemblea convocata per l'approvazione del bilancio di esercizio al 31 dicembre 2020.

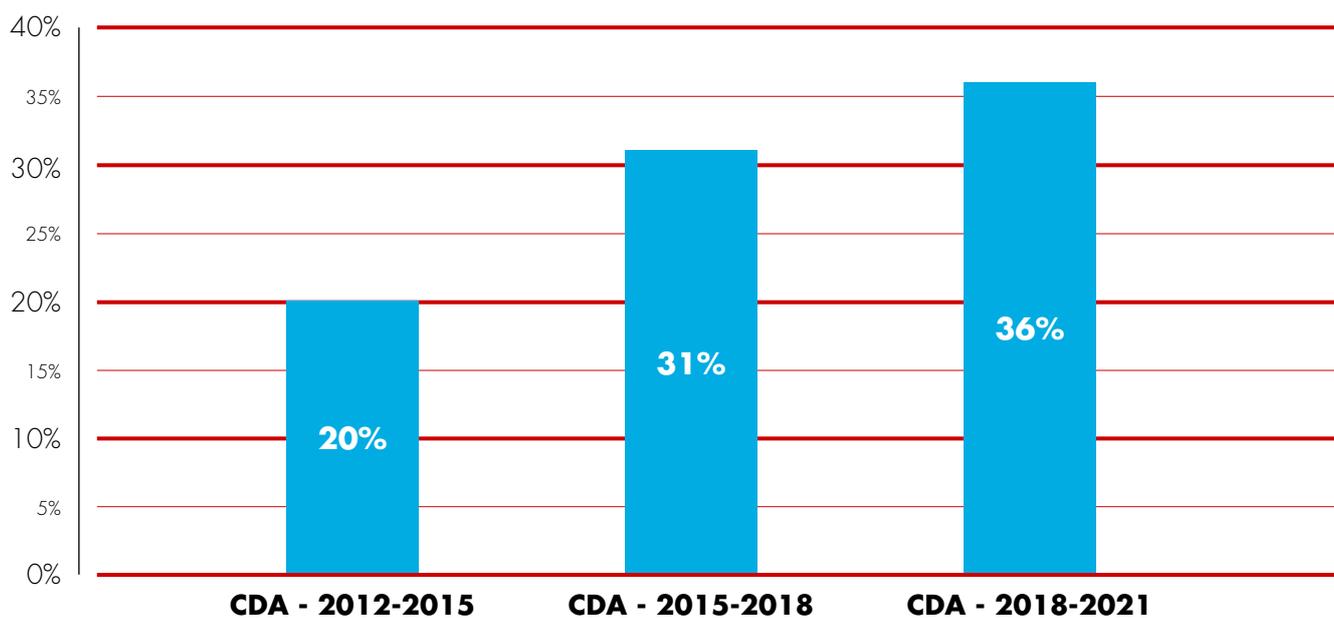
Il Consiglio presenta le seguenti caratteristiche:

- 11 Consiglieri;
- 7 Consiglieri indipendenti, che rappresentano il 64% del totale (erano il 54% nel precedente mandato);

- 2 Consiglieri esecutivi (Presidente ed Amministratore Delegato). Il Consiglio di Amministrazione ha confermato un ruolo esecutivo al Presidente avendo qualificato Amministratore Incaricato del Sistema di Controllo e di Gestione dei Rischi;
- 36% (4 su 11) appartenenti al genere meno rappresentato. A partire dal 2012, gli azionisti di maggioranza avevano indicato un numero di candidati appartenenti al genere meno rappresentato, con ciò adeguandosi volontariamente e anticipatamente alla normativa introdotta dalla legge 120 del 2011 che prevedeva un principio di gradualità nell'applicazione delle c.d. quote di genere, stabilendo la quota di almeno un quinto degli amministratori e dei sindaci eletti con riferimento al primo mandato successivo all'entrata in vigore della normativa stessa. La composizione dei due Consigli successivi ha visto incrementare questo trend.

Grafico 1

Genere meno rappresentato in Consiglio di Amministrazione (% su totale)



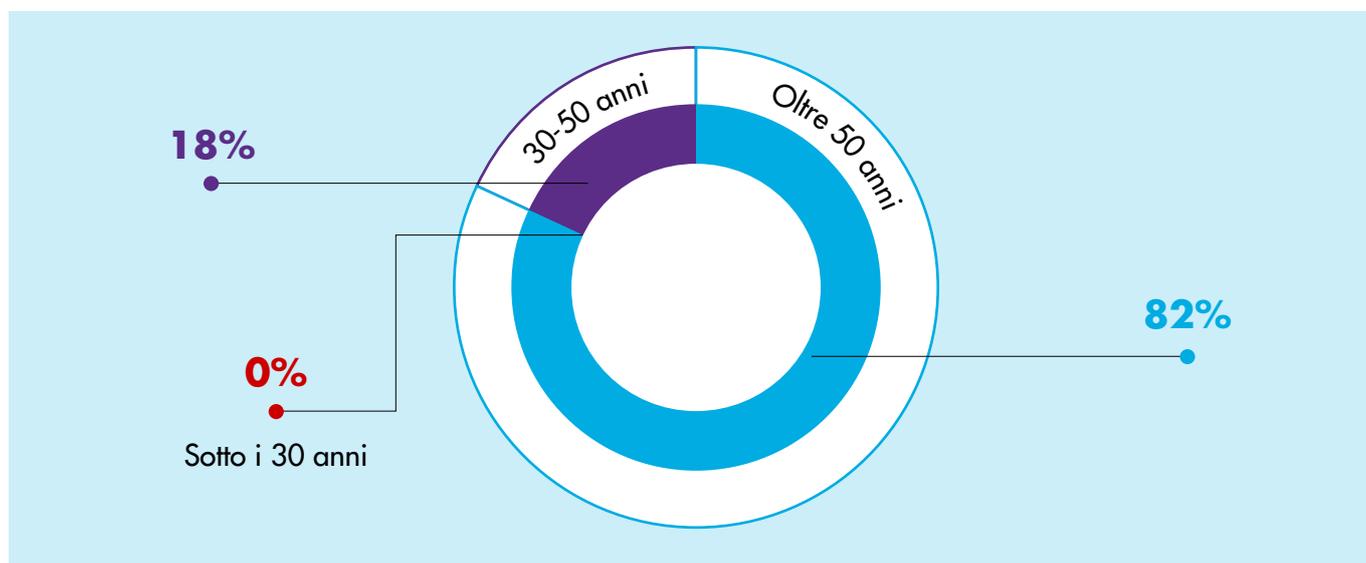
IGD_Top Management



57 anni l'età media (al 31/12/2018), con una diminuzione di 2 anni rispetto al precedente Consiglio di Amministrazione e con la seguente suddivisione per fasce d'età:

Grafico 2

Suddivisione consiglieri di amministrazione per fasce d'età



Il Consiglio di Amministrazione risulta composto da profili professionali diversificati, quali professori universitari, liberi professionisti, imprenditori, nonché dirigenti di azienda, ha competenze trasversali rispetto al business di IGD e specifiche esperienze nel real estate.

Conformemente a quanto previsto dal Codice di Autodisciplina, dallo Statuto e dal TUF, il Consiglio di Amministrazione e il Collegio Sindacale, ciascuno nell'ambito delle rispettive funzioni, sono informati sull'attività svolta, sul generale andamento della gestione, sulla sua prevedibile evoluzione e sulle operazioni di maggior rilievo economico, finanziario e patrimoniale effettuate dalla Società. In particolare l'Amministratore Delegato riferisce al Consiglio di Amministrazione e al Collegio Sindacale sul generale andamento della gestione e sulla sua prevedibile evoluzione nonché sulle operazioni di maggior rilievo in occasione delle riunioni trimestrali indette per l'approvazione dei risultati infrannuali.

Il Consiglio di Amministrazione, in piena conformità rispetto a quanto raccomandato dal Codice di Autodisciplina, ha previsto al suo interno, con funzioni consultive e propositive, i seguenti Comitati:

1. Comitato di Presidenza
2. Comitato Controllo e Rischi (ai sensi del Codice di Autodisciplina)

3. Comitato per le Nomine e la Remunerazione (ai sensi del Codice di Autodisciplina)
4. Comitato per le Operazioni con Parti Correlate (ai sensi del Regolamento Consob OPC).

I Comitati sono composti esclusivamente da Consiglieri Indipendenti.

A seguito dell'ultimo rinnovo degli organi sociali, il Consiglio di Amministrazione ha ritenuto di non ravvisare la necessità di costituire un Comitato di Presidenza per il mandato in corso, tenuto conto degli assetti proprietari e di governance della Società.

A sensi del DLGS 231/2001, IGD ha adottato il Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo dei Rischi ("MOG"), approvato dal Consiglio di Amministrazione già nel maggio 2006, ed ha nominato l'Organismo di Vigilanza, quale organo deputato a svolgere funzioni di vigilanza e controllo in ordine al funzionamento, all'efficacia, all'adeguatezza e all'osservanza del MOG. Per ulteriori informazioni sul Consiglio di Amministrazione e sulla *corporate governan-*

ce di IGD, si rinvia al sito internet aziendale <http://www.gruppoigd.it/Governance>

Con specifico riferimento ai temi sociali ed ambientali, il 22 febbraio 2018 il Consiglio di Amministrazione ha approvato per la seconda volta il Bilancio di Sostenibilità nella stessa seduta in cui ha approvato anche il Bilancio Finanziario Consolidato.

Nell'occasione sono state presentate e discusse le performance di sostenibilità realizzate dalla Società nell'anno precedente, con riferimento anche al livello di raggiungimento degli obiettivi specifici contenuti nel *Business Plan* aziendale.

RUOLI E COMPETENZE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE **(GRI 102-26; 102-27; 102-28)**

Il Consiglio di Amministrazione ha facoltà di compiere tutti gli atti che ritenga opportuni per l'attuazione e il raggiungimento dell'oggetto sociale, ad esclusione degli atti riservati, dalla legge o dallo Statuto, all'Assemblea. Ha, nello specifico, un ruolo determinante nella definizione, approvazione ed aggiornamento dei valori, della mission, delle strategie, delle politiche e degli obiettivi della Società. Il Consiglio di Amministrazione, inter alia:

- esamina e approva i piani strategici, industriali e finanziari della Società, fra cui rientrano anche gli obiettivi di sostenibilità inseriti nel *Business Plan*;
- definisce la natura e il livello di rischio compatibile con gli obiettivi strategici dell'emittente nell'ottica della sostenibilità nel medio-lungo periodo dell'attività della società;

- valuta il generale andamento della gestione, tenendo in considerazione, in particolare, le informazioni ricevute dagli organi delegati, nonché confrontando i risultati conseguiti con quelli programmati.

La Società ha, nel corso del tempo, promosso incontri seminariali con la partecipazione dei Consiglieri e dei Sindaci per approfondire tematiche legate allo scenario macro economico, con focus sulle peculiarità del core business della Società.

Nel corso del 2018, con il rinnovo del Consiglio di Amministrazione, sono state organizzate due apposite sessioni di induction per i membri degli organi sociali. In particolare il 16 luglio è stato organizzato un "Board Members Induction Day" nel corso del quale

IGD_Consiglio di Amministrazione



il management ha effettuato una presentazione della Società ai nuovi organi societari. Il 30 ottobre, poi, l'Amministratore Delegato ha presentato preliminarmente al Consiglio di Amministrazione il Piano Strategico della Società 2019-2021, che è stato successivamente approvato nel corso della successiva riunione consiliare. Dal 2007, inoltre, IGD affida alla società di consulenza indipendente Egon Zehnder la "Board

review", un processo di autovalutazione delle performance da parte dei Consiglieri di Amministrazione. Svolto nei mesi di gennaio e febbraio 2019, i risultati sono riportati nella "Relazione sul governo societario e gli assetti proprietari" (disponibile alla pagina <http://www.gruppoigd.it/Governance> del sito web aziendale).

LA GESTIONE DEI RISCHI (GRI 102-29; 102-30; 102-31)

IGD si è dotata di un sistema di controllo interno e di gestione dei rischi che si integra nei più generali assetti organizzativi e di governo societario. L'adozione del sistema di controllo dei rischi concorre ad assicurare la salvaguardia del patrimonio sociale, l'efficienza e l'efficacia dei processi aziendali, l'affidabilità delle informazioni fornite agli organi sociali ed al mercato, il rispetto di leggi e regolamenti nonché dello Statuto e delle procedure interne. In questo ambito, pertanto, il sistema di controllo interno definito con l'obiettivo di garantire l'attendibilità, l'accuratezza, l'affidabilità e la tempestività dell'informativa finanziaria, deve essere considerato come elemento integrato e non distinto rispetto al generale sistema di gestione dei rischi adottato dalla Società. Gli attori aziendali coinvolti nel sistema di controllo interno sono il Consiglio di Amministrazione, il Comitato Controllo e Rischi, il Collegio Sindacale, il Presidente in qualità di Amministratore incaricato dell'istituzione e del mantenimento di un efficace sistema di controllo interno e di gestione dei rischi, l'Organismo di Vigilanza, il Dirigente Preposto alla redazione dei documenti contabili e societari, l'Internal Audit ed il management della Società. Dal 2010, in particolare, IGD ha definito e implementato un processo di gestione dei rischi integrato, che si ispira a standard riconosciuti a livello internazionale in ambito Enterprise Risk Management (ERM). È inoltre in linea con le raccomandazioni del Codice di Autodisciplina in materia. Il Modello ERM adottato supporta l'Alta Direzione nell'individuazione

dei principali rischi aziendali e delle relative modalità di gestione, nonché nella definizione del sistema dei presidi a tutela dei suddetti rischi. Per maggiori informazioni sul Sistema di controllo interno e gestione dei rischi si rimanda al sito internet aziendale: <http://www.gruppoigd.it/Governance/Sistema-di-controllo-interno-e-gestione-dei-rischi>

Sono attualmente oggetto di monitoraggio 40 rischi, individuati con un processo di revisione annuale, sulla base del quale la Società definisce un piano di lavoro che comprende sia l'aggiornamento dei rischi stessi che il monitoraggio di aree specifiche. Nel 2018 si conferma un sostanziale mantenimento e rafforzamento dei presidi di controllo in essere, confermati dalle attività di monitoring svolte negli anni passati.

Gli approfondimenti specifici hanno riguardato (fra gli altri temi) il rischio e-commerce. Annualmente il Consiglio di Amministrazione analizza l'intero processo e valuta l'andamento dei rischi. La sostenibilità è parte integrante di questo sistema: 5 fra i primi 15 rischi, infatti, hanno una valenza ESG (Environmental, Social and Governance). Inseriti nel Modello ERM, sono oggetto di un controllo costante tramite il supporto di modelli di gestione del rischio evoluti ed efficaci.

Nella valutazione del 2018, in 4 casi su 5 l'andamento di questi rischi è stabile rispetto all'anno precedente, in un caso è in peggioramento.

Tabella 1

Andamento rischi con valenza ESG nei top 15

RANK	CATEGORIA	AMBITO MATERIAL	DESCRIZIONE RISCHIO	TREND 2017-2018
2	STRATEGICO	Analisi dei trend	Variazioni di scenario macroeconomico o degli stili di consumo (inflazione, calo dei consumi, ecc.)	stabile
4	STRATEGICO	Valorizzazione del portafoglio	Perdita di valore degli asset	stabile
6	OPERATIVO	Salute e sicurezza	Eventi naturali catastrofici (terremoti, allagamenti, contaminazioni di diossina) - Danni al patrimonio provocati da terzi - Risarcimento danno a terzi	stabile
9	OPERATIVO	Stakeholder engagement	Non ottimale gestione del rapporto contrattuale e delle rinegoziazioni con i clienti (operatori presso i centri commerciali)	stabile
11	OPERATIVO	Offerta	Non ottimale pianificazione e realizzazione del posizionamento obiettivo/ mix commerciale / tenant mix nella collocazione degli spazi agli operatori	peggioramento

Remunerazione ed incentivi (GRI 102-35; 102-36)

La Politica di Remunerazione adottata da IGD è volta ad attrarre, trattenere e motivare un *management* dotato di elevate qualità professionali, in grado di gestire con successo la Società.

In particolare la remunerazione dell'Amministratore delegato, degli Amministratori investiti di particolari cariche, del Direttore Generale alla Gestione e dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche mira:

- a coinvolgere e incentivare il *management* la cui attività è ritenuta di fondamentale importanza per il raggiungimento degli obiettivi di IGD e del gruppo a essa facente capo;
- a promuovere la creazione di valore per gli azionisti nel medio-lungo periodo;
- a creare un forte legame tra remunerazione e *performance*, sia individuale che del Gruppo.

Per gli altri Amministratori, la Politica di Remunerazione tiene conto dell'impegno richiesto a ciascuno di essi e dell'eventuale partecipazione a uno o più comitati e non è legata ai risultati economici conseguiti da IGD.

L'Assemblea del 1 giugno 2018 ha approvato con voto favorevole la prima sezione della Politica di Remunerazione, già approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 22 febbraio 2018, avente ad oggetto la remunerazione dell'Amministratore Delegato, degli Amministratori investiti di particolari cariche, degli Amministratori non esecutivi, del Direttore Generale alla Gestione e dei Dirigenti con Responsabilità Strategiche per l'esercizio 2018.

Per ulteriori approfondimenti, visitare il sito: <http://www.gruppoigd.it/Governance/Remunerazione>

Valutazione del sistema di governance

Anche nel 2018 ISS (Institutional Shareholder Services) ha incluso IGD nell' "ISS QualityScore coverage universe", strumento sul rischio di governance che gli investitori usano per misurare il potenziale di tale rischio all'interno dei loro portafogli di investimento. Gli elementi presi in analisi sono: la struttura del Consiglio, la remunerazione, i diritti degli azionisti e gli audit. Al termine del 2018 IGD ha ottenuto la valutazione del rischio pari a 5 (era 4 nel 2017), in una sca-

la in cui al valore 1 è associato il rischio più basso, al 10 il più alto. La differenza nel risultato fra il 2017 ed il 2018 è dovuta alle differenti modalità di valutazione utilizzate quest'anno, che rendono non comparabile il dato. Dal 2018 ISS ha introdotto anche parametri socio ambientali nella sua valutazione. I risultati sono riportati nel capitolo "La responsabilità sociale e la materialità" nel paragrafo "Riconoscimenti e benchmark internazionali"

1.2 ETICA

La condotta etica di IGD si inserisce all'interno dei parametri rappresentati dai suoi valori e dai contenuti del Codice Etico.

I valori (GRI 102-16)

I valori in cui il Gruppo si riconosce sono:



IL CODICE ETICO (GRI 102-17)

Il Codice Etico raccoglie e determina i valori ed i principi che ispirano ed improntano l'agire di IGD nei rapporti con i suoi stakeholder; è stato approvato dal Consiglio di Amministrazione nel marzo 2006 e modificato nel corso degli anni a seguito dei mutamenti legislativi. È diffuso al personale ed ai soggetti che operano per suo conto ed è scaricabile dal sito internet aziendale all'indirizzo: <http://www.gruppoigd.it/governance/etica-dimpresa/codice-etico/>

Il Codice Etico:

- ▶ è il primo elemento su cui si fonda il Modello di Organizzazione Gestione e Controllo adottato da IGD in base al D.Lgs. 231/2001
- ▶ è parte integrante del rapporto di lavoro con i dipendenti, inserito nel Contratto di lavoro sottoscritto al momento dell'assunzione
- ▶ è il punto di riferimento nel rapporto con i fornitori, visto che IGD richiede loro di sottoscriverlo negli appalti e nei mandati
- ▶ dà la possibilità a chiunque venga a conoscenza di violazioni ai principi del Codice stesso e/o alle procedure operative che compongono il Modello, di segnalarle (c.d. whistleblowing) all'Organismo di Vigilanza, l'organo interno ad IGD deputato a questo tipo di controllo. Nel corso del 2018 nessuna segnalazione in merito è stata ricevuta dall'Organismo di Vigilanza.

IGD_Sede



FOCUS // WHISTLEBLOWING

La Legge n. 179 del 30 novembre 2017 ha l'obiettivo di tutelare il soggetto, il "whistleblower", che effettua la segnalazione di un illecito di cui sia venuto a conoscenza nell'ambito di un rapporto di lavoro pubblico o privato. In particolare la norma:

- impone di garantire l'anonimato del segnalante prevedendo almeno un canale alternativo di segnalazione idoneo a garantire, con modalità informatiche, la riservatezza dell'identità del segnalante;
- vieta forme di ritorsione o discriminatorie contro il segnalante;
- Impone sanzioni nei confronti di chi viola le misure di tutela del segnalante nonché nei confronti di chi effettua con dolo o colpa grave segnalazioni che si rivelano infondate.

IGD nel 2018 si è attivata per adeguarsi a quanto richiesto dalla nuova normativa realizzando uno strumento applicativo informatico che garantisce l'anonimato delle segnalazioni. L'accesso a tale strumento, avverrà tramite il collegamento al portale www.gruppoigd.it. Le segnalazioni, con tale sistema, vengono ricevute in forma anonima e la loro consultazione è riservata ai soli componenti dell'Organismo di Vigilanza. Tutte le unità/posizioni organizzative di IGD e delle relative società controllate interessate dalla ricezione e trattamento delle se-

gnalazioni, garantiscono l'assoluta riservatezza e anonimato delle persone segnalanti. Per rafforzare tale tutela sono espressamente vietati, da parte del datore di lavoro, atti di ritorsione o discriminatori nei confronti del segnalante in buona fede. Infine, per evitare un uso strumentale delle segnalazioni, possono essere applicate sanzioni disciplinari a carico di chi effettui in mala fede, o con dolo o colpa grave, segnalazioni che si rivelino prive di fondamento.

La piattaforma di IGD si concretizza in un questionario guidato formato da 3 sezioni che prevede domande relative a:

- rapporto del segnalante con la società
- tipo di violazione e grado di coinvolgimento del segnalante
- soggetti coinvolti
- descrizione dei fatti
- eventuali documenti allegati

Nell'ultima sezione è possibile, ma non obbligatorio, inserire i propri dati identificativi.

Il Protocollo di Sostenibilità in Winmarkt

Nel 2012 Winmarkt si è dotata di un "Protocollo per promuovere la sostenibilità del business", un documento allegato al contratto che impegna i nuovi fornitori firmatari a comportarsi in modo coerente con i principi etici definiti nel documento stesso; il mancato rispetto di tali principi costituisce una violazione del contratto.

Il Protocollo funziona secondo un sistema a due fasi: la prima riguarda il management del Centro Commerciale, che identifica potenziali criticità e le segnala al fornitore (che è chiamato a trovare le opportune soluzioni); la seconda interessa il Comitato di Vigilanza che supervisiona gli appalti / acquisti e si esprime su:

- Aspetti formali (controllo iniziale): completezza e validità della documentazione fornita dai potenziali fornitori su richiesta preventiva dell'azienda;

- Aspetti sostanziali (controllo successivo all'inizio della collaborazione): corrispondenza tra progetto e avanzamento del lavoro/conclusione, anche in termini di organizzazione e tutela della forza lavoro impiegata.

Anche per il 2018 viene confermata la funzionalità e l'utilità dello strumento.

Nessuna società è entrata nella black list Winmarkt, ovvero l'elenco di nominativi dei fornitori risultanti non conformi al processo e che dunque verranno esclusi da gare e/o cantieri.

Tabella 2

Andamento Protocollo di sostenibilità (Romania)

	2018	2017	2016
Numero di Protocolli di sostenibilità siglati	9	32	15

1.3 ANTICORRUZIONE ED ALTRI INTERVENTI A PRESIDIO DELLA LEGALITÀ



Incentivare un'occupazione piena e produttiva ed un lavoro dignitoso per tutti.

Le imprese sono lo strumento principale per creare posti di lavoro, ed esse devono garantire condizioni di lavoro dignitose, tanto per i dipendenti diretti quanto a quelli impiegati nella catena di fornitura.

8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



L'impegno di IGD sulla legalità riguarda tanto il suo operare nella gestione delle proprie attività, quanto la scelta di farsi promotrice del rispetto della legge pres-

so i propri stakeholder. Di seguito sono riportati gli ambiti di azione maggiormente presidiati e le azioni introdotte.

NORME SUL LAVORO

- Prevista una clausola risolutiva nei contratti con i tenants qualora si riscontrino problemi collegati al non rispetto delle condizioni di lavoro imposte dalla legge;
- Definito l'obbligo di rilasciare una fidejussione nei contratti di fornitura servizi (pulizie e vigilanza) a garanzia dell'utilizzo di forme legali di occupazione;
- Garantito l'obbligo di presentare apposita documentazione circa il rispetto degli obblighi di legge (con particolare attenzione alle normative sul lavoro) al momento della pre-qualifica negli appalti d'opera.

PROFILO DEGLI INTERLOCUTORI

- Prevista una generale logica di rotazione dei contratti, in modo da favorire un continuo controllo dei requisiti;
- Inserite clausole risolutive espresse nei contratti d'appalto nel caso di non rispetto della procedura relativa alla tracciabilità dei flussi finanziari.

CRIMINALITÀ ORGANIZZATA

- Inserita una clausola risolutiva per quei fornitori che nei contratti d'appalto non rispettano l'obbligo di presentare ed aggiornare ogni 6 mesi la certificazione antimafia rilasciata dalla Prefettura competente;
- Presenti clausole risolutive nei contratti d'appalto in caso di sentenza di condanna, anche non passata in giudicato, per reati di associazione mafiosa a carico dell'impresa contraente o dei vertici aziendali;
- Nel nuovo standard contrattuale che entrerà in uso da inizio 2019 sarà prevista la possibilità da parte di IGD di recedere dal contratto in caso di omessa consegna della certificazione antimafia, ove richiesta per iscritto.

ANTICORRUZIONE E CERTIFICAZIONE UNI ISO 37001 (GRI 102-25 e EPRA GOV-COL)

IGD si impegna in un'attività costante di monitoraggio di strumenti e presidi volti a contrastare la corruzione. Garantisce, inoltre, il rispetto delle normative vigenti, sia nei rapporti fra privati che nei confronti della Pubblica Amministrazione, osservando i presidi contenuti nel Modello Organizzativo ex Dlgs 231/01. Si tratta, nello specifico, di:

1. Reportistica all'Organismo di Vigilanza di contratti, incarichi e consulenza, operazioni finanziarie e appalti stipulati dalla società per l'azienda;
2. Dichiarazione annuale dei conflitti di interesse da parte del Management;
3. Richiesta di certificazione antimafia per appalti e contratti attivi

Per rafforzare questo impegno, la Società ha ottenuto, per la propria controllata rumena Win Magazin SA, la certificazione UNI ISO 37001 – Anti Bribery management Systems, pubblicata nel 2016. Si tratta dell'unico standard riconosciuto a livello internazionale che

certifica un sistema di gestione impegnato nella prevenzione e nella lotta alla corruzione in ambito aziendale e che specifica le misure e i controlli adottabili da un'organizzazione per monitorare le proprie attività aziendali ed incrementare l'efficacia di prevenzione del fenomeno. Nel corso del 2018 Win Magazin SA ha operato per definire le misure necessarie per l'applicazione dello standard, iniziando da una analisi delle procedure aziendali. È stato quindi compiuto un processo di revisione delle stesse, che ha portato a rivederne 6 esistenti ed a definirne 3 nuove (in merito ad elargizioni liberali, donazioni e sponsorship).

Al termine del processo, Win Magazin SA è stata la prima società in Romania ad aver ottenuto la certificazione di accreditamento UNI ISO 37001.

Per quanto riguarda l'Italia, IGD sta valutando gli eventuali step necessari per giungere alla certificazione.

Winmarkt_certificazione UNI EN ISO37001



RATING DI LEGALITÀ

Ottenuto da IGD nel mese di settembre 2016 con il massimo punteggio (3 stelle), il Rating di legalità è uno strumento premiante indicativo del rispetto della legalità da parte delle imprese, inteso come elemento che favorisce l'impegno ad aumentare la sicurezza e la concorrenzialità del mercato. Viene conferito

dall'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) e viene rinnovato ogni due anni.

Il rating, che è visibile anche nella visura della camera di commercio della Società, è stato rinnovato a seguito della prima scadenza, nel mese di agosto 2018, con la conferma del punteggio di tre stelle.

FOCUS // PRIVACY

A partire dal 25 maggio 2018 è direttamente applicabile in tutti gli Stati membri il Regolamento Ue 2016/679, noto come GDPR (General Data Protection Regulation) – relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento e alla libera circolazione dei dati personali. Tra le finalità principali del Regolamento c'è la volontà di rendere più efficaci o di istituire strumenti di protezione per l'interessato.

IGD ha avviato un processo di adeguamento per allinearsi al Regolamento GDPR, con il preciso obiettivo di garantire ai propri stakeholder la tutela dei dati che mettono a disposizione dell'azienda. L'adeguamento ha interessato le seguenti aree di intervento: (i) i Sistemi informativi, (ii) la Contrattualistica e (iii) il Modello organizzativo di gestione e documentazione obbligatoria.

Nella predisposizione dell'organigramma Privacy è stato individuato nel Responsabile del Servizio Legale il Data Protection Officer (DPO) per tutte le società del Gruppo IGD. Per i singoli Consorzi dei Centri Commerciali questa figura è rappresentata da società esterne specializzate.

Cyber security

Nell'ambito della prevenzione da possibili attacchi informatici, la Società ha avviato un processo per regolamentare la gestione e l'utilizzo degli strumenti informatici in dotazione ai dipendenti del gruppo, al fine di garantire una maggior sicurezza dei dati, prevedendo altresì la crittografia della memoria di tutti i dispositivi informatici. L'intera popolazione aziendale, in sede di convention annuale, è stata formata a riguardo.



IGD_Sede



ATTRACTIVE

becoming
g.r.e.a.t.

_ Temi material

Analisi trend

Valorizzazione del portafoglio

Offerta

Spazi da vivere

Innovazione

_ Highlights 2018

15,1%

% NUOVE INSEGNE CONTRATTUALIZZATE nel 2018 (ITA)



TOT. € SPESI dai Centri Commerciali per la **REALIZZAZIONE DI EVENTI**

3,29 mln€



134

N° ASSOCIAZIONI COINVOLTE nella seconda edizione di **HAPPY HAND**



**becoming
g.r.e.a.t.**



IGD si impegna a rendere costantemente più attrattivi i propri Centri Commerciali. Per questa ragione studia i trend in atto sia per quanto riguarda i consumi che, in generale, per le tendenze innovative che interessano la società. Da queste analisi emergono anche gli adeguamenti architettonici e merceologici realizzati nelle Gallerie e le scelte compiute per renderle sempre più "Spazi da vivere". Il tutto in una logica di innovazione continua, in linea con l'evoluzione delle tendenze che caratterizzano il commercio.

1. Analisi trend

L'analisi dei trend in atto rappresenta una delle attività principali che IGD compie per riuscire a rispondere nei tempi più rapidi possibili alle nuove esigenze dei visitatori. Per questa ragione la Società si è andata

strutturando internamente per attivare un monitoraggio in 4 fasi, così come riassunto nel grafico sottostante. L'esito di queste azioni ha ricadute operative, costituendo la base per le attività realizzate dalla Società.

Ravenna_ESP



IDENTIFICAZIONE FONTI PUBBLICHE E NUOVI STUDI

Fonti pubbliche (FMI, Commissione Europea, Istat)
Società di ricerca specializzate
Analisi del settore
Società comparabili



ANALISI INTERNA E DATI TREND

ANALISI CONSUMI
IDENTIFICAZIONE TEMI RILEVANTI (anche con focus di settore)



CONDIVISIONE DEI DATI

Diffusione ESTERNA
Diffusione INTERNA



View IGD su temi come i consumi nei CC, impatto e-commerce, evoluzione merchandising mix

INVESTOR RELATIONS E COMUNICAZIONE CORPORATE

SEMINARI, PRESENTAZIONI PERIODICHE, COMUNICAZIONE INTERNA

VALUTAZIONE AZIONI DA REALIZZARE

GOAL

1. Aumento consapevolezza su tematiche del settore

2. Approfondimenti con Alta Direzione e CDA



2. Valorizzazione del portafoglio

Nel corso del Piano Industriale 2016-2018 IGD ha complessivamente investito 332 milioni di euro per acquisire nuovi asset, ampliare il proprio portafoglio e per adeguare l'esistente in modo da renderlo fun-

zionale ai cambiamenti nelle esigenze dei visitatori. La sostenibilità si conferma driver rilevante nelle scelte impiantistiche e progettuali realizzate.

Imola_Centro Leonardo



2.1 LE AZIONI SVOLTE E I RISULTATI OTTENUTI - ITALIA

Nel 2018 i principali interventi svolti hanno riguardato il restyling di due Centri Commerciali, l'ampliamento di un Centro Commerciale tramite la costruzione di

una Media Superficie e la definizione di un Accordo Quadro con Coop Alleanza 3.0 per gli ipermercati.

I lavori di restyling

Nel corso dell'anno sono iniziati i lavori presso il Centro Casilino di Roma e Fonti del Corallo di Livorno. Di seguito vengono riportate le caratteristiche degli in-

terventi, con il focus su quanto previsto per migliorare la sostenibilità degli edifici.



Com'era



Come sarà

INIZIO LAVORI

Luglio 2018

OBIETTIVI

- Rendere più attrattiva la galleria (primo piano): lavori svolti
- Ridurre l'ipermercato (secondo piano): lavori programmati al 2019

INTERVENTI PER INCREMENTARE LA SOSTENIBILITÀ

- Illuminazione a led
- Nuovo impianto di condizionamento



Com'era



Come sarà

INIZIO LAVORI

Maggio 2018 lavori ipermercato

OBIETTIVI

- Aumentare l'attrattività di un Centro Commerciale riferimento per il territorio
- Aumentare la produttività dell'ipermercato

INTERVENTI PER INCREMENTARE LA SOSTENIBILITÀ

- Illuminazione a led

La costruzione di una nuova media superficie

Con l'obiettivo di completare il mix merceologico, il Centro Commerciale Gran Rondò di Crema (CR) ha aumentato le proprie dimensioni con l'aggiunta di una media superficie nel quale è stata inserita una rilevante insegna di elettronica di consumo. La realizzazione

dell'intervento, apprezzato dai visitatori del bacino (come dimostrato dai fatturati ottenuti dall'operatore), è stata accompagnata dall'installazione di un impianto fotovoltaico dalla capacità di 56 Kw, che entrerà in funzione nei primi mesi del 2019.

L'Accordo con Coop Alleanza 3.0

Per riqualificare ed adattare il ruolo dell'ipermercato, IGD e Coop Alleanza 3.0 (proprietaria del 40,92% dell'azionariato della società e principale ancora alimentare) hanno stipulato un accordo quadro per una revisione completa di 18 contratti (su un totale di 20) del portafoglio ipermercati locati alla stessa Coop Alleanza 3.0. L'accordo, oltre a prevedere una revisione dei termini contrattuali con un allungamento delle scadenze dei contratti ed un adeguamento di alcuni canoni per renderli ancora più stabili e sostenibili,

include anche una revisione in termini qualitativi degli asset, alla luce dei buoni risultati ottenuti con la rimodulazione dell'ipermercato e della galleria a Le Porte di Napoli ad Afragola (NA) e a Città delle Stelle (Ascoli Piceno). Sono quindi stati individuati 5 asset che necessitano di aumentare il numero di negozi/servizi in galleria attraverso la riduzione dell'ipermercato. I lavori verranno realizzati fra il 2019 ed il 2020.

2.2 LE AZIONI SVOLTE E I RISULTATI OTTENUTI - ROMANIA

Dopo che nel 2017 erano terminati i restyling esterni che hanno previsto il rifacimento delle facciate ed un rebranding complessivo di tutti i Centri Commerciali Winmarkt, nel 2018 sono proseguiti gli interventi per adeguare le strutture alle nuove tendenze del mercato ed alle esigenze dei visitatori. Sono stati di conseguenza realizzati interventi puntuali e specifici, specialmente sui piani alti degli edifici, per permettere l'inserimento di importanti operatori internazionali.

Winmarkt Ploiesti



Winmarkt Tulcea



FOCUS // Il Centro Commerciale ESP premiato ai "CNCC Design Award"

Il Centro ESP di Ravenna è stato premiato con il "CNCC Design Award" per la categoria "Refurbishment" nel corso del Convegno che si è tenuto a Milano in data 5 aprile 2018 dal titolo "Deep Renovation".

Obiettivo del riconoscimento: premiare, fra i Centri Commerciali associati al Consiglio Nazionale dei Centri Commerciali (CNCC), le nuove realizzazioni e ristrutturazioni che si sono contraddistinte per il valore architettonico, tecnico e della sostenibilità. Nello specifico la Giuria ha analizzato criteri quali architettura, tecnica (relativa agli impianti meccanici, elettrici, di trasporto, illuminotecnici, sonori) e sostenibilità economica, energetica e sociale.



3. L'offerta

3.1 L'ADEGUAMENTO DI MERCHANDISING E TENANT MIX – ITALIA

Nel corso del 2018 IGD ha proseguito l'impegno per adeguare costantemente il merchandising e tenant mix delle Gallerie attraverso:

1. la gestione del portafoglio tenant esistente
2. lo scouting per identificare nuove insegne

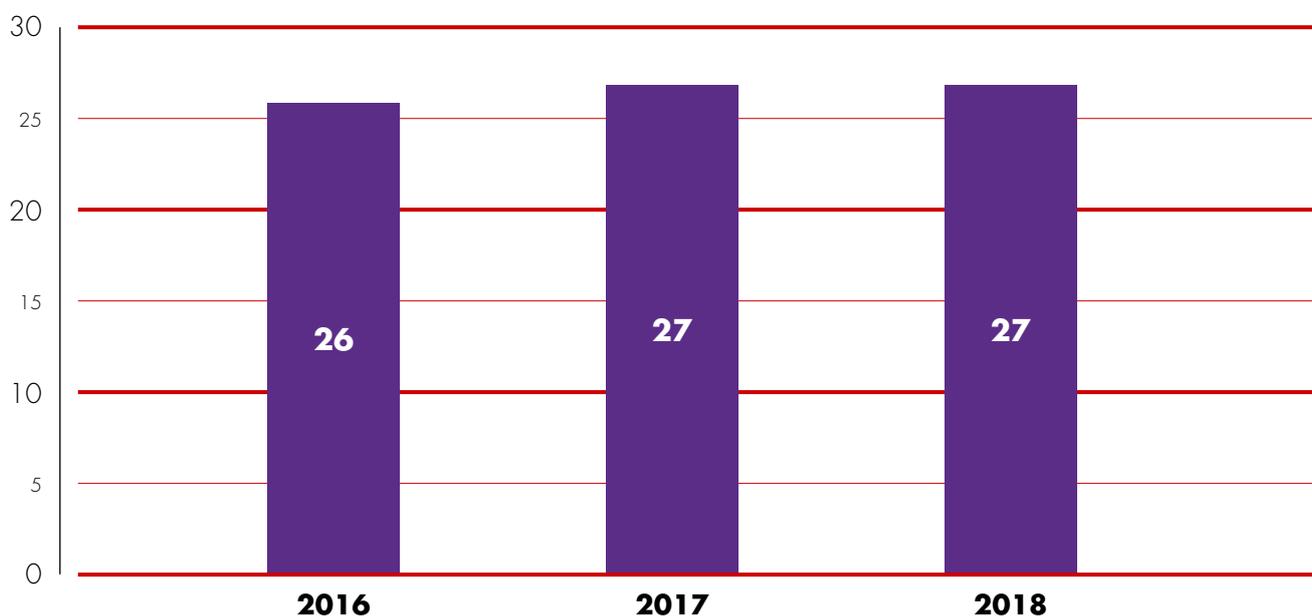
Questo ultimo lavoro ha permesso l'introduzione di 27 nuove insegne, numerica in linea con gli ultimi due anni. Sono 126 le nuove insegne che hanno aperto

propri negozi in Centri IGD negli ultimi 5 anni, a testimonianza dell'impegno ad adeguare costantemente l'offerta delle gallerie e dell'attrattività delle stesse nei confronti degli operatori.

Queste insegne rappresentano il 15,1% delle insegne contrattualizzate complessivamente nell'anno, in crescita rispetto al 14,5% del 2017.

Grafico 1

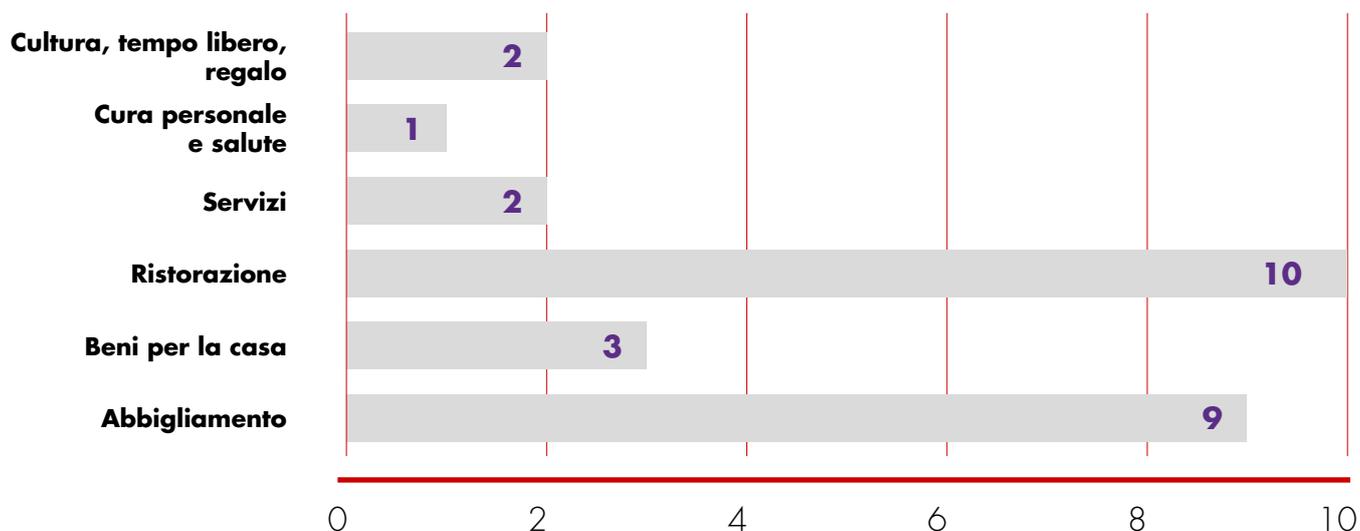
Nuove insegne introdotte ogni anno (Italia)



Circa il 40% dei nuovi operatori operano nella ristorazione, in linea con l'esigenza di tenere aggiornata continuamente questa tipologia di offerta al variare delle tendenze del settore.

Grafico 2

Nuove insegne per categoria merceologica (Italia)



Nel corso dell'anno, inoltre, IGD ha identificato le direttrici su cui si orienterà la commercializzazione nei prossimi anni (contributo inserito all'interno del Piano Strategico 2019-2021)

3.2 L'ADEGUAMENTO DI MERCHANDISING E TENANT MIX – ROMANIA

Prosegue anche nel 2018 la politica di adeguamento del merchandising e tenant mix da parte di Winmarkt.

Due i principali obiettivi raggiunti:

- Aumentare l'affidabilità e l'attrattiva dei tenant presenti in Galleria. Per questa ragione cresce ulteriormente il peso degli operatori internazionali sul totale portafoglio, che passa dal 33% del 2017 al 40% del 2018. Il dato è collegato anche con l'apertura di punti vendita di medie dimensioni di un importante operatore tedesco in 4 Centri Commerciali;

- Accrescere l'occupazione dei piani alti delle strutture con un'offerta collegata a servizi. Ne è un esempio la palestra inserita al terzo piano del Centro Commerciale Ploiesti Omnia ed il Cinema al terzo piano del Centro Commerciale di Alexandria.

Anche in virtù di questi lavori è cresciuta l'occupancy anno dopo anno, passando da 84,5% nel 2013 a 97,1% al termine del 2018.

4. Spazi da vivere

Italia

IGD intende i suoi Centri Commerciali come dei veri e propri "Spazi da vivere", in cui al visitatore viene offerta la possibilità di usufruire sia delle opportunità commerciali che dei momenti di aggregazione. In merito a questi ultimi, l'obiettivo che IGD si pone è l'individuazione di una pluralità di eventi in grado di interessare ed attrarre vari target della popolazione del bacino di riferimento. L'organizzazione del corretto mix di questi eventi è affidata al Piano Marketing, che ciascun Centro Commerciale definisce annualmente ed aggiorna costantemente in relazione alle varie esigenze ed alle opportunità che si delineano nel corso del tempo. La metodologia per la costruzione dei Piani Marketing è stata ripensata nel 2016, con ricadute concrete in termini di adeguatezza della pro-

grammazione alle caratteristiche di ciascuna struttura. Nel 2018 è stata aggiunta l'ultima fase del processo, quella relativa al monitoraggio e controllo semestrale sulla validità delle iniziative messe in atto. È stato così possibile, per ciascun Centro Commerciale, valutare la performance gestionale ed individuare il grado di soddisfazione rispetto ai risultati ottenuti, creando inoltre i presupposti per definire nel tempo un quadro storico utile per le scelte future.

Ogni Centro ha organizzato in media 21 eventi nel 2018 (sostanzialmente in linea rispetto al 2017). Complessivamente i Centri Commerciali IGD hanno investito oltre 3 milioni di euro per organizzare eventi gratuiti.

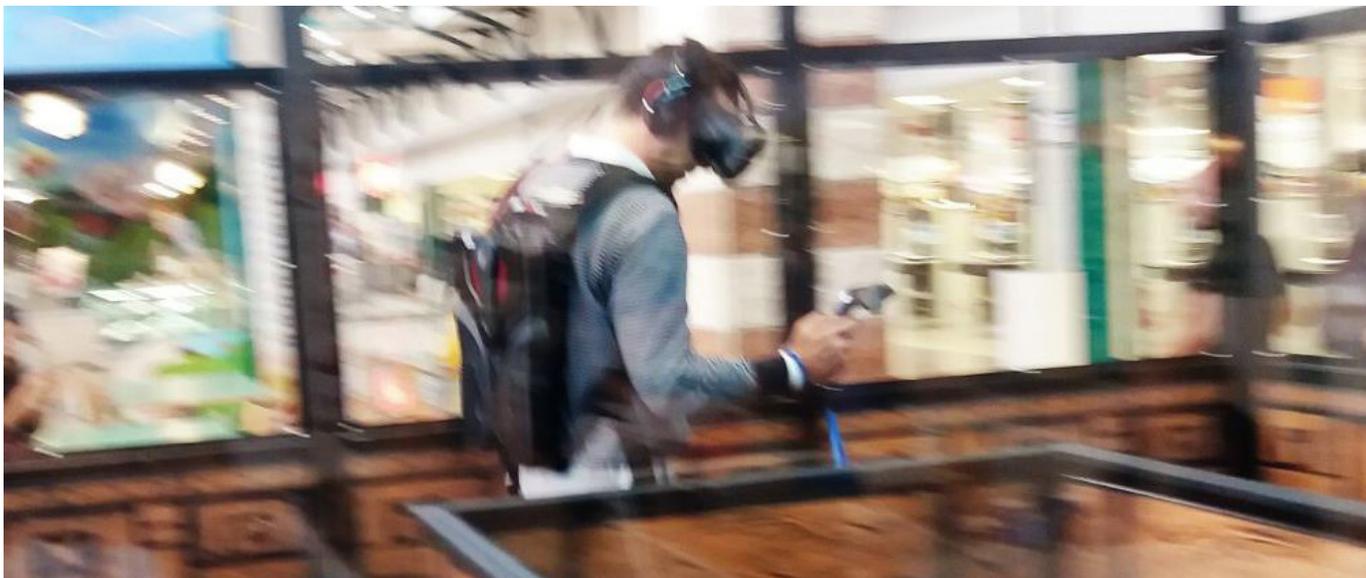
Tabella 1

Andamento Protocollo di sostenibilità (Romania)

Eventi realizzati nei Centri	2018	2017	2016
Numero eventi complessivi	530	540	488

€ 3.292.004

Totale € spesi per la realizzazione di eventi nel corso del 2018 (esclusa la comunicazione)

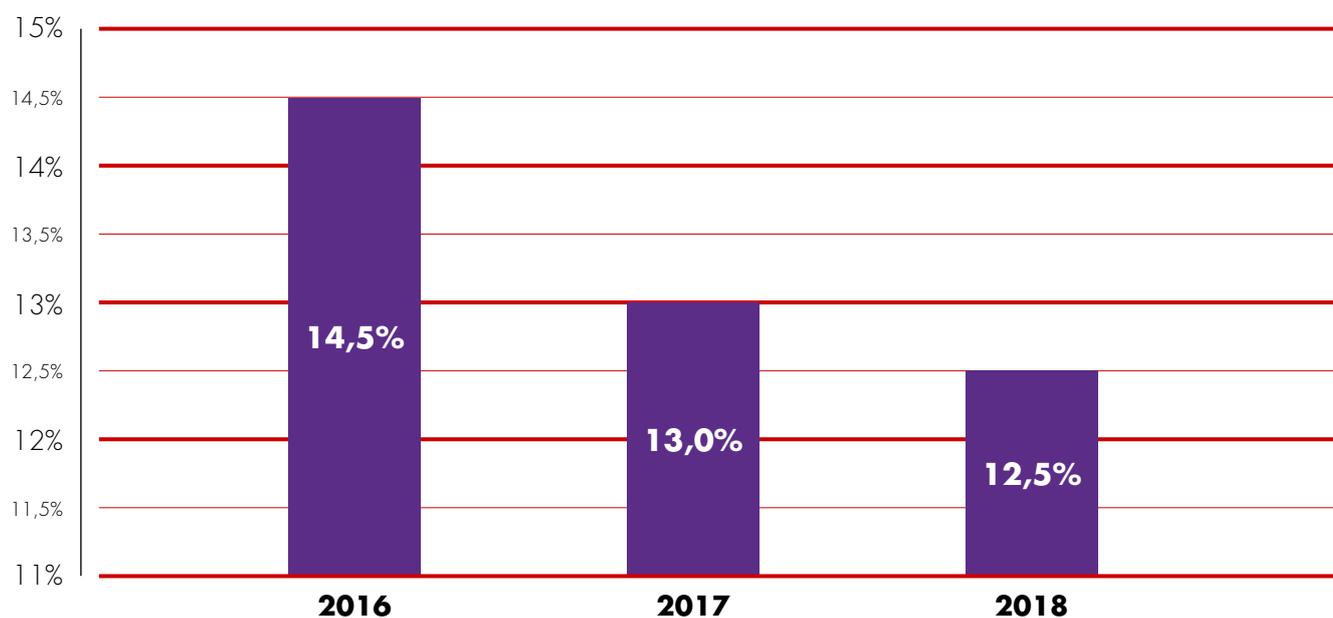


IGD_Realtà virtuale

Si conferma negli anni l'attenzione all'organizzazione di eventi dalla valenza socio-ambientale.

Grafico 3

Eventi a valenza socio-ambientale_% sul totale (Italia)



La declinazione del payoff "Spazi da vivere" è avvenuta, nel corso del 2018, attraverso alcune direttrici contenute nelle Linee Guida Marketing.

Fra queste, tre vengono di seguito approfondite:

- Sviluppare momenti di forte aggregazione all'interno dei Centri
- Definire i contenuti del progetto Experience
- Collaborare con realtà attive a livello nazionale su tematiche di rilevanza sociale

4.1 EVENTI DI FORTE AGGREGAZIONE

Negli ultimi anni il Centro Commerciale ha accresciuto il suo ruolo di location privilegiata per ospitare eventi fortemente attrattivi, basati sulla presenza di personaggi dal forte richiamo specialmente presenti sul web o resi famosi da trasmissioni televisive molto popolari. I visitatori apprezzano questa tipologia di eventi, sicuri e gratuiti, e partecipano attivamente alle iniziative organizzate. Nel corso del 2018 IGD ha lavorato per contestualizzare il più possibile questi eventi, con l'obiettivo di cogliere l'occasione dell'evento per condividere messaggi dalla valenza sociale, in linea con la mission di IGD.

Fra i vari esempi di questo tipo di eventi ve ne sono due che, accomunati dalla stessa finalità, hanno raggiunto l'obiettivo sopra riportato. Il primo riguarda il Centro Piave di San Donà di Piave (Ve), nel quale con l'occasione della presenza di due Youtuber molto

seguiti come Matt & Bise è stata affrontata la questione del bullismo e del cyberbullismo, scambiando con i giovani ed i genitori presenti opinioni ed idee in merito all'argomento. L'evento, che ha portato al Centro Commerciale un incremento del 34% degli ingressi¹, ha dedicato una attenzione particolare alle scuole: quella con il maggior numero di studenti presenti all'evento ha vinto l'opportunità di ospitare Matt & Bise all'interno del proprio Istituto per una mattinata formativa sui temi del "lavoro sul web" e del "cyberbullismo".

Stesso tema affrontato anche al Centro Commerciale ESP di Ravenna: in occasione della presenza di una muser² molto seguita come Samantha Frison, è stato organizzato un incontro sul bullismo e le sue derivazioni. Significativa la presenza di pubblico, con un incremento del 24% degli ingressi³.



Conegliano (TV)_Conè

1_Delta calcolato rispetto agli ingressi al Centro Commerciale nel pomeriggio della domenica equivalente nel 2017 (Fonte: Analisi marketing IGD)

2_Muser: utilizzatore del social network Musical.ly, che permette di condividere video in cui gli utenti mimano canzoni

3_Delta calcolato rispetto agli ingressi al Centro Commerciale nel pomeriggio della domenica equivalente nel 2017 (Fonte: Analisi marketing IGD)

4.2 IL PROGETTO EXPERIENCE

Il Centro Commerciale, nell'accezione di IGD, è un luogo in cui è possibile vivere esperienze non replicabili da altre parti, che interessano la sfera degli acquisti, dell'intrattenimento ed, in generale, dell'aggregazione. Per questa ragione nel 2018 ha strutturato un progetto specifico per dare risposta alle seguenti domande:

a) Cosa vuole dire "experience" per un Centro Commerciale?

Significa identificare un insieme di soluzioni per rendere più eccitante e coinvolgente la vendita al dettaglio fisica. Le gallerie devono offrire momenti di esperienza che vadano oltre il servizio commerciale, per sorprendere il visitatore e instaurare con esso un rapporto di empatia.

b) Quali aree possono essere impattate dall' "experience"?

Le aree maggiormente impattate sono quella degli eventi, della vendita dei beni e dei servizi da parte degli operatori presenti in Galleria e quella della comunicazione

c) Come ha deciso di operare IGD?

Nel corso del primo semestre l'Ufficio Marketing ha delineato i confini del progetto, con l'obiettivo di identificare soluzioni operative in grado di rendere esperienziale l'intera permanenza dei visitatori all'interno delle Gallerie. Ha quindi elaborato un documento contenente:

- le motivazioni per cui è opportuno lavorare sul tema
- una prima proposta operativa con sei possibili linee di azione
- l'identificazione del percorso per portare in attuazione queste idee in due Centri Commerciali pilota (Puntadiferro a Forlì e Città delle Stelle ad Ascoli Piceno) nel corso del secondo semestre dell'anno

d) Quali sono state, in concreto, le azioni realizzate?

Solo per fare alcuni esempi, i visitatori hanno vissuto in maniera coinvolgente la visita di una mostra sui

dinosauri attraverso attività di guerrilla⁴ ed intrattenimento interattivo; hanno inoltre avuto un ruolo attivo in un evento fashion, attraverso casting, per i ruoli di modelli, artisti ed organizzatori; hanno visto i negozi della Galleria sotto vesti diverse, con i tenant che sono usciti dai loro punti vendita per presentare prodotti e servizi, stabilendo un rapporto ancora più diretto con i clienti. Inoltre i visitatori sono stati coinvolti come influencer degli eventi, condividendo tramite i social pareri ed opinioni su quello che vivevano in Galleria.

e) Quali sono stati i risultati del progetto pilota?

I risultati sono stati soddisfacenti: vi è stata partecipazione da parte dei visitatori che, oltre ad apprezzare il diverso modo di vivere il Centro Commerciale, si sono distinti per proattività. Anche il personale del punto vendita coinvolto in prima persona come «attore» degli eventi si è dimostrato interessato al progetto. È aumentata l'interazione sui social, attraverso i racconti esperienziali di chi li ha vissuti e vi sono stati, infine, buoni riscontri per la partecipazione del territorio, grazie a talenti singoli ed associazioni locali che si sono proposti in occasione dei casting.

f) Quali saranno i prossimi passi?

Visti i buoni risultati ottenuti, IGD ha confermato la convinzione che questa sia una strada da perseguire per innovare il ruolo stesso del Centro Commerciale e differenziarlo dagli altri competitor fisici ed on line. Per questa ragione la società ha deciso di estendere il "progetto experience" a tutto il suo portafoglio, in modo da farlo diventare un elemento distintivo e qualificante di tutte le strutture sull'intero territorio nazionale. Operativamente tutti i Piani marketing 2019 seguiranno questa comune linea d'azione, che sarà comunicata esternamente anche attraverso una specifica campagna comunicativa.

4_Per Guerrilla marketing si intende una forma di promozione pubblicitaria non convenzionale e a basso costo ottenuta attraverso l'utilizzo creativo di mezzi e strumenti non tradizionalmente utilizzati per promuovere beni o servizi

4.3 COLLABORARE CON REALTÀ ATTIVE A LIVELLO NAZIONALE SU TEMATICHE DI RILEVANZA SOCIALE

Nel corso dell'anno sono proseguite due progettualità significative e caratterizzanti l'operato dei Centri Commerciali IGD sul territorio: "Happy Hand in Tour" e le visite di prevenzione gratuite in collaborazione con l'Associazione Nazionale Tumori.

HAPPY HAND IN TOUR

Terminata nel 2016 la prima edizione, a partire dalla metà del 2017 e fino al mese di maggio 2018 IGD si è fatta promotrice dell'organizzazione della seconda edizione di "Happy Hand in tour", per favorire l'incontro tra disabili e normodotati su terreni comuni, sportivi ed artistici, tra visitatori-fruitori normodotati e persone con disabilità. Questa seconda edizione ha confermato la collaborazione tra IGD, FISH, la Federazione Italiana per il Superamento dell'Handicap, che raggruppa associazioni di persone con disabilità e delle loro famiglie, e WTKG (Willy The King Group), l'associazione bolognese che da alcuni anni organizza la manifestazione "Happy Hand"; ha inoltre ottenuto il patrocinio del CIP, Comitato Italiano Paralimpico, di cui fanno parte le tante federazioni italiane dello sport praticato dalle persone con disabilità. Nuovi partner dell'evento sono state le due associazioni che maggiormente favoriscono la promozione dell'attività sportiva in Italia: CSI, Centro Sportivo Italiano e UISP, l'Unione Italiana Sport Per tutti.

Dopo la conferenza stampa di presentazione organizzata a Roma nel mese di maggio 2017, l'evento ha preso il via dal mese successivo, per un totale di 10 Centri Commerciali coinvolti nel 2017 e 9 nel 2018. L'organizzazione di "Happy Hand in tour" è stata possibile in virtù di una significativa collaborazione con il territorio: sono state complessivamente 138 le realtà coinvolte, comprendendo le associazioni che si occupano di disabilità, le società sportive, le federazioni locali del CONI, della UISP e del CIS ed i gruppi attivi in vari campi artistici. Sono state 124 le attività organizzate, il 70% delle quali ha riguardato lo sport ed il 30% varie espressioni delle arti. L'obiettivo è sempre stato quello dell'inclusione e della collaborazione, sia nella scelta delle attività da organizzare che nella concreta realizzazione dentro il Centro Commerciale. Per questa ragione sono state privilegiate iniziative come i laboratori di danceability, fatti provare sport inclusivi come il sitting volley o il simply soccer ed organizzati incontri con campioni paralimpici per condividere le esperienze vissute.

VISITE DI PREVENZIONE GRATUITE

La collaborazione tra IGD e ANT, l'Associazione Nazionale Tumori, è iniziata nel 2012, con il progetto "La prevenzione è una robina intelligente". L'obiettivo è stato sempre quello di offrire un servizio ad alto valore aggiunto che pone al centro il tema della salute, organizzando nelle Gallerie giornate dedicate alla prevenzione ed alla sensibilizzazione. Anche nel 2018 l'ambulatorio medico ANT ha raggiunto i visitatori di 11 Centri Commerciali, dando la possibilità di check gratuiti della salute con specialisti dermatologi (per la prevenzione del melanoma) o di esperti per i controlli alla tiroide. Quest'anno le persone che hanno usufruito del servizio sono state 735. Sono 7.805 le visite effettuate dall'inizio del progetto. Dopo i premi ricevuti in due edizioni precedenti, nel 2018 IGD ha ricevuto

una menzione nel Premio Eubiosia, che annualmente ANT attribuisce alle realtà che maggiormente hanno sostenuto l'associazione durante l'anno.

Nel corso dell'anno, inoltre, IGD ha partecipato all'iniziativa rivolta ai dipendenti "Dona un'ora di solidarietà alla Fondazione ANT" in occasione del 40° anno di attività dell'associazione. Gli interessati hanno potuto aderire autorizzando la trattenuta dalla busta paga dell'equivalente di un'ora di lavoro per uno o più mesi nel corso dell'anno. IGD ha poi devoluto un suo contributo equivalente all'importo complessivamente sottoscritto dai dipendenti per la medesima finalità. Sono stati complessivamente donati €1.770.

Scheda impatto

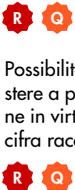
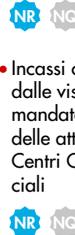
la prevenzione è una robina intelligente_ 2018

CAMBIAMENTO ATTESO

Stakeholder coinvolti

- Diffondere l'importanza della prevenzione sensibilizzando la comunità sui benefici che questo comporta
- Tramite una partnership attiva a livello nazionale, offrire un servizio gratuito rivolto alla vasta platea dei visitatori dei Centri Commerciali
- Migliorare la reputazione dei partner

- IGD
- ANT
- VISITATORI DEI CENTRI COMMERCIALI
- SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE
- MEDICI SPECIALISTI PRIVATI
- MALATI

	IGD	ANT	VISITATORI DEI CC	SERVIZIO SANITARIO NAZIONALE	MEDICI SPECIALISTI PRIVATI	MALATI
IMPATTO DIRETTO	x		x			x
IMPATTO INDIRETTO		x		x	x	
IMPATTO ECONOMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento tenant sales dovuto all'incremento frequenza di visita 	<ul style="list-style-type: none"> • Potenziale incremento delle donazioni grazie alla visibilità ottenuta nelle Gallerie Commerciali • Possibilità di assistere a più persone in virtù della cifra raccolta 	Spese non sostenute per la prevenzione 	<ul style="list-style-type: none"> • Minori spese su prestazioni mediche grazie alla prevenzione • Incassi ottenuti dalle visite raccomandate a seguito delle attività nei Centri Commerciali 	Incassi ottenuti dalle visite raccomandate a seguito delle attività nei Centri Commerciali 	Riduzione spese sostenute per assistenza in virtù del finanziamento erogato dal Centro Commerciale ad ANT 
IMPATTO NON ECONOMICO	<ul style="list-style-type: none"> • Crescita della reputazione • Fidelizzazione dei visitatori 	Crescita della reputazione	Possibilità di valutare lo stato di salute e ricevere consigli su come migliorarlo	Minore impegno in attività di prevenzione sulla salute	-	Miglioramento qualità della vita

LEGENDA



Rilevante Non Rilevante Quantificabile Non Quantificabile

Romania

Nel 2018 Winmarkt ha destinato al piano marketing un budget pari a € 100.000, realizzando 110 azioni tra eventi e campagne. Nello specifico:

- 37 campagne di co-marketing (19 campagne voucher e 18 campagne personalizzate in co-branding).
- Eventi di accompagnamento alle inaugurazioni delle nuove insegne più rilevanti, ad esempio KiK Store (4 aperture nell'anno: Piatra Neamt, Braila, Vaslui, Rm Valcea) e il primo cinema privato della città in Winmarkt Alexandria. Nel corso dell'anno, inoltre, presso il Centro Commerciale Winmarkt Bistrita è stato organizzato un fashion show per supportare i tenant nel lancio della collezione primavera-estate.
- Campagne sociali:
 1. Supporto a ONG internazionali come "Save the Children"
 2. Giornata europea contro l'obesità e Giornata mondiale della salute: due eventi organizzati presso Winmarkt Ploiesti per sensibilizzare la comunità locale, sostenere persone con problemi di salute ed educare alla prevenzione
 3. "ShoeBox" (Winmarkt Galati), campagna di raccolta regali per bambini svantaggiati
- Sponsorizzazione di eventi particolarmente rilevanti a livello locale in tema di sport, educazione e cultura (ad esempio BUZZ CEE, Festival Cinematografico Internazionale che promuove produzioni di alta qualità provenienti dall'Europa centrale e sud-orientale).

Tabella 2

Supporto a iniziative locali (Romania)

Supporto a iniziative locali	2018 (€)	2017 (€)	2016 (€)
Contributi per sponsorizzazioni o sostegno a iniziative locali	4.475	3.600	6.500

Per il terzo anno, Winmarkt si è servita dei canale di comunicazione via SMS e Facebook per comunicare ai clienti dei Centri offerte e promozioni in corso.

A sostegno dei propri tenants ha inoltre attuato campagne promozionali usufruendo di spot televisivi, pubblicità esterna, cartellonistica e canali social.

Galati_Romania



5. Innovazione



Promuovere l'innovazione.

Il settore privato è chiamato a promuovere l'espansione di tecnologie di comunicazione sostenibili e ad appoggiare l'innovazione e la ricerca nel proprio raggio di azione.

9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



5.1 INNOVAZIONE

Definiti a partire dal secondo semestre 2015 i primi interventi sul tema, IGD si è negli anni andata strutturando sempre più per affrontare questo tema. Ha

quindi definito un processo di lavoro continuo che interessa trasversalmente l'intera azienda, strutturato su 4 momenti:

Nel caso vi fosse necessità, vengono introdotti elementi correttivi per una maggiore efficacia degli interventi. Al termine di questa fase viene deciso se il progetto può proseguire o se è più opportuno fermarlo ed approfondire le analisi

FINE TUNING

PIANIFICAZIONE

PROCESSO INNOVAZIONE

Partendo dall'analisi dei trend, vengono identificati i nuovi progetti da implementare a seguito di una valutazione delle necessità e di una ricerca delle più opportune modalità operative per portarlo avanti.

MONITORAGGIO

REALIZZAZIONE

Identificate le metriche più opportune, vengono valutati i risultati dei progetti realizzati, sempre in una logica costi-benefici

I progetti vengono portati a compimento, talvolta utilizzando alcuni Centri Commerciali come test prima di giungere all'estensione su tutta la rete. Un'attenzione particolare, in questa fase, è alla definizione delle più opportune modalità di comunicazione verso i principali stakeholder coinvolti

Le direttrici su cui IGD ha lavorato nel 2018 sono state due:

- Incrementare le opportunità offerte dall'interazione on line-off line
- Migliorare la customer journey



Ravenna_ESP_totem digitale

Le **attività svolte** nel 2018 per ognuna delle **4 fasi** sopra riportate è sintetizzato nella tabella sottostante

PIANIFICAZIONE

01

- Identificati 2 nuovi progetti:
1_ Il chatbot, assistente virtuale attivo 24/7;
2_ Instagram come nuovo social che integra le opportunità offerte da Facebook
- Identificati gli obiettivi e le attività da implementare nel corso del triennio 2019-2021, inseriti nel Piano Strategico aziendale
- Definito accordo per inserimento Amazon Lockers in 27 Centri Commerciali

REALIZZAZIONE

02

Data concreta attuazione a 4 progetti:

- In chiave omnichannel, inseriti 2 lockers Poste Italiane presso il Centro Sarca e Tiburtino come progetto pilota nazionale
- Per migliorare la customer journey, inserite mappe interattive nei totem presenti in tutte le Gallerie
- Per rispondere alle esigenze dei visitatori, inseriti i chatbot attivi on line in 3 Centri Commerciali
- Per aumentare l'attrattività delle strutture, avviato l'utilizzo strutturato di Instagram. Definiti gli obiettivi ed identificati i fornitori nel corso del 2018, il progetto troverà concreta attuazione dal 2019

MONITORAGGIO

03

Proseguito il monitoraggio continuo sull'andamento dei progetti in corso con un rapporto sempre più strutturato con i fornitori interessati

FINE TUNING

04

- Svolta manutenzione continua sulle tecnologie e sui supporti inseriti nelle Gallerie a partire dal 2016 (Trolley Guard, Totem multimediali, carica batterie cellulari ed e-bike), adeguandoli agli sviluppi su software ed hardware

5.2 WEB ITALIA

Twitter

Tramite l'account @igdSIQ aperto a fine 2014, la società utilizza il social network per la comunicazione istituzionale e per dare notizie in tempo reale su fatti ed accadimenti rilevanti per l'azienda anche per quel che concerne la sostenibilità. A tal proposito le comunicazioni per il 2018 hanno riguardato la



partecipazione alle Commissioni Sostenibilità di ICSC e EPRA o ad iniziative in cui IGD è stata invitata a relazionare (in particolare le due edizioni del Salone della CSR). Diminuisce rispetto agli ultimi due anni la numerica dei Tweet complessivi, a fronte della scelta di comunicare attraverso questo canale soltanto gli avvenimenti più rilevanti.

Tabella 3

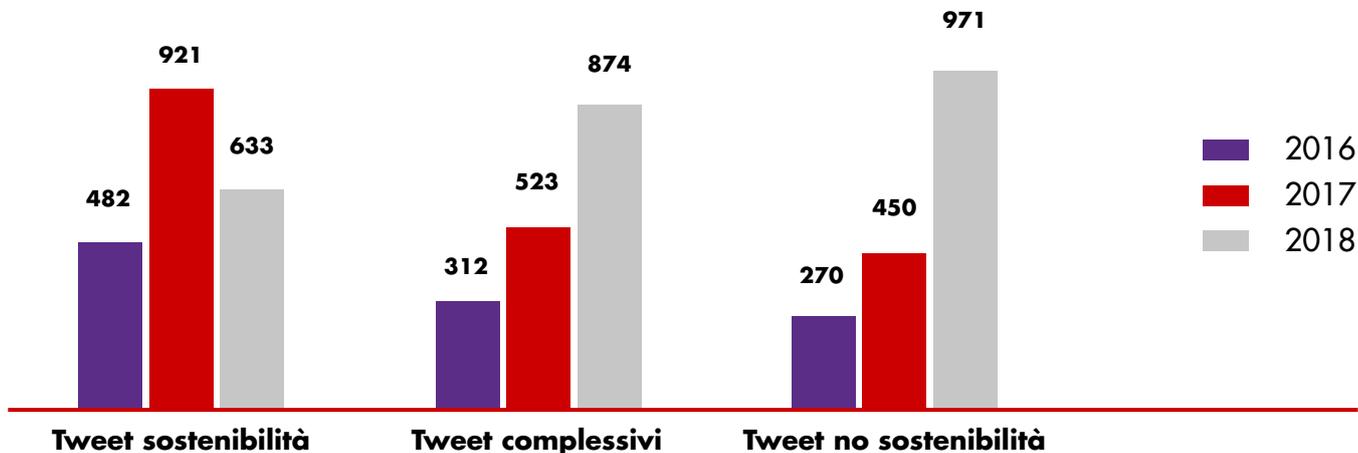
Andamento twitter (fonte: Twitter Analytics)

Twitter	2018 (N)	2017 (N)	2016 (N)	Variazione % 2018/2017
Numero Tweet	21	78	65	-73%
Numero Tweet sostenibilità	6	12	13	-50%
Visualizzazioni Tweet	18.356	40.790	20.312	-55%
Visualizzazioni Tweet sostenibilità	3.797	11.050	6.264	-66%

Aumentano le visualizzazioni complessive, specialmente in virtù dell'incremento della base dei follower rispetto agli scorsi anni e alla partecipazione ad eventi molto seguiti da specifiche comunità molto attive sul canale.

Grafico 4

Visualizzazioni medie (fonte: Twitter Analytics)



Sito web

A 9 anni dall'ultima revisione (2009), IGD ha riprogettato la propria piattaforma web e dal mese di luglio 2018 è online il nuovo sito www.gruppoigd.it, rinnovato dal punto di vista non solo grafico ma anche tecnologico, contenutistico e comunicativo. L'obiettivo perseguito è stato il miglioramento della fruibilità e della trasparenza, per rispondere agli obiettivi strategici del gruppo e alle esigenze di utenti internazionali e nazionali. Per comunicare la filosofia esperienziale degli "Spazi da Vivere", il sito utilizza immagini, video ed elementi interattivi ed, attraverso lo storytelling, promuove la brand identity e coinvolge l'utente, evidenziando il posizionamento aziendale nel contesto in cui opera. L'evoluzione principale che il sito web ha sostenuto è stato il passaggio dalla concezio-



ne di sito come archivio che fornisce informazioni di "disclosure", derivanti principalmente da bilanci e relazioni, dirette ad un pubblico tendenzialmente di professionisti, ad un sito internet inteso come spazio di narrazione, come "racconto" del business aziendale, capace di rivolgersi ad un pubblico più ampio. Per il nuovo sito è stata scelta un'interfaccia semplice e intuitiva, in modo da agevolare la navigazione.

I dati registrati nel 2018 circa i numeri delle visite e dei nuovi visitatori risultano in crescita del 20% rispetto all'anno precedente, a dimostrazione di un tendenziale apprezzamento della funzionalità della nuova piattaforma. Cresce del 9% anche il numero di visitatori che tornano a visitare il sito.

Tabella 4

I numeri del sito internet (fonte: Google Analytics)

Sito Web	2018 (N)	2017 (N)	2016 (N)	Variazione % 2018/2017
Numero visite	65.046	54.307	56.211	+20%
Nuovi visitatori (visitatori unici)	44.810	37.491	40.216	+20%
Minuti permanenza sul sito (media)	2,28	2,31	2,43	-1%
Visitatori che ritornano	6.209	5.674	n.a.*	+9%

Nota: la metodologia di calcolo dell'indicatore è stata recentemente modificata, dato non comparabile con il 2016.

Secondo il Webranking Italy 2018, la ricerca italiana condotta da Lundquist, in collaborazione con Comprend, che analizza le maggiori società quotate valutandone l'efficacia e la trasparenza della comunica-

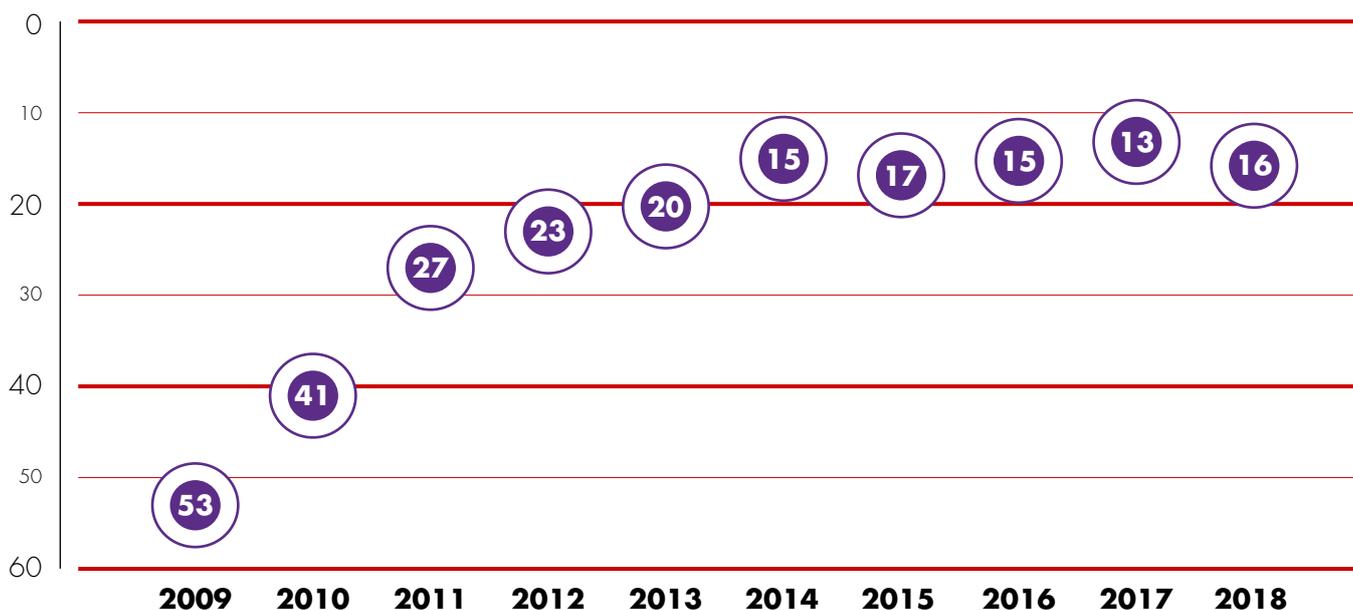
zione corporate sui canali digitali, IGD ottiene la 16° posizione su 111 società italiane analizzate, totalizzando 67.7 punti su 100 (migliorato il punteggio di 2,7 punti rispetto al 2017).

IGD_sito web



Grafico 5

Posizionamento IGD nel Web Ranking da quando vi è entrata



Facebook

A partire da Aprile 2016, IGD ha definito un progetto di lungo periodo volto ad uniformare la strategia di utilizzo di tutte le pagine Facebook dei Centri Commerciali. Questo social network, infatti, permette una interazione continua con i visitatori, informandoli in tempo reale su quello che accade nella Galleria, promuovendo le insegne ed i brand in essa contenuti e dando la possibilità di un continuo dialogo.



Per il 2018 gli obiettivi raggiunti sono stati due:

1. Accrescere la fanbase, in modo da aumentare la diffusione delle informazioni;
2. Integrare sempre più le attività on line con quelle off line, anche con specifiche iniziative di drive to store.

I risultati del lavoro svolto sono esemplificati da alcuni KPI che risultano in crescita:

Indicatore	Spiegazione	Andamento su 2017
Copertura organica media giornaliera	Numero totale di persone a cui sono stati mostrati i post su base giornaliera, esclusi i post sponsorizzati.	+51%
Copertura organica totale	Numero totale di persone a cui sono stati mostrati i post, esclusi i post sponsorizzati	+50%
Fanbase	Numero di persone che hanno deciso di seguire la pagina del Centro mettendo "mi piace"	+14,4%
Engagement: total reactions	Numero di commenti, condivisioni e like ai post effettuati nel periodo considerato	+4%

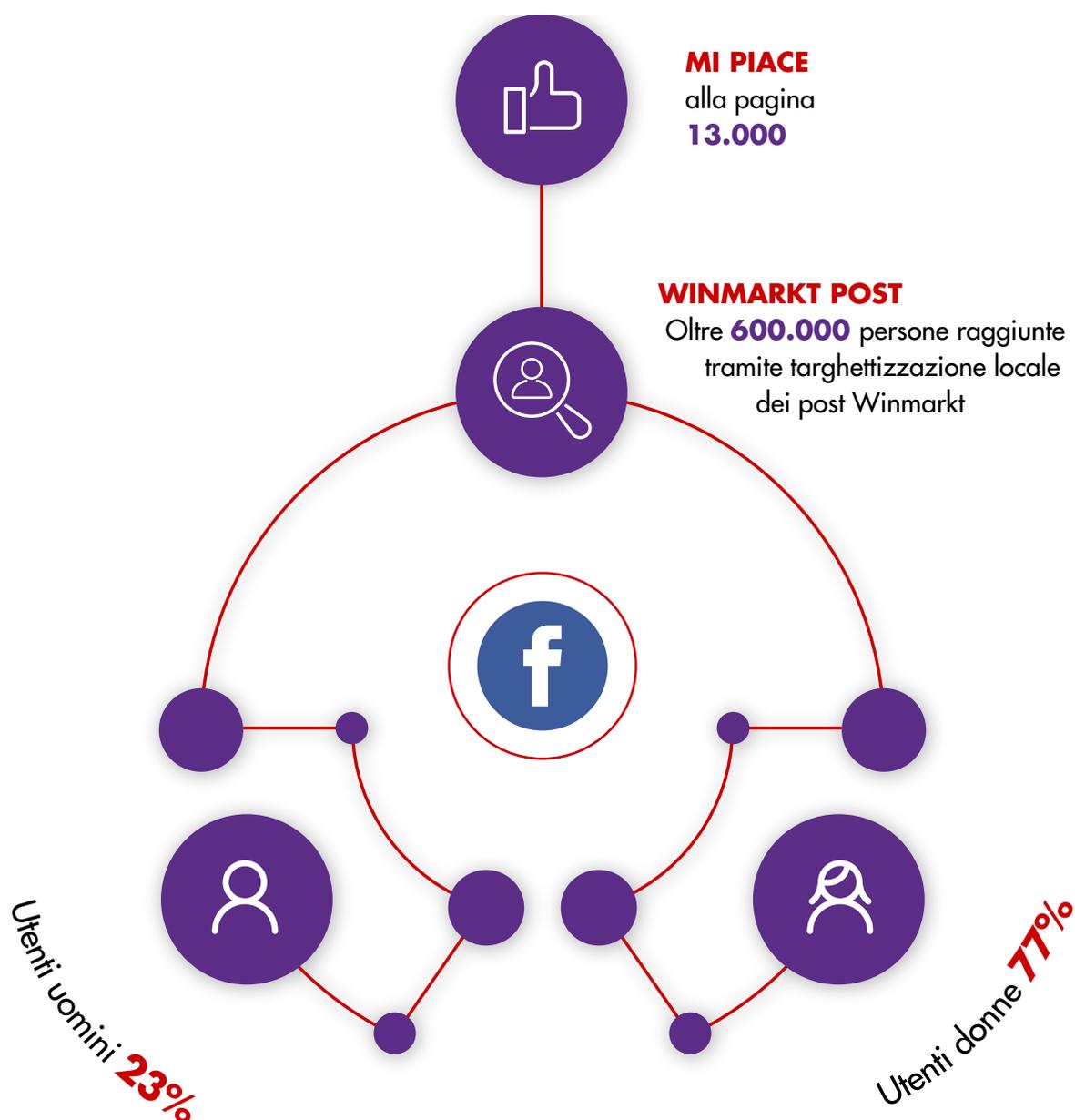
5.3 WEB ROMANIA

Oltre al sito web, in Romania i Centri Commerciali hanno una unica pagina Facebook di riferimento: Winmarkt Romania, sulla quale vengono promosse le campagne di marketing, le nuove aperture, saldi e promozioni, oltre a news ed eventi.

Nel 2018 sono cresciuti di un ulteriore 4% (dopo il +31% del 2017) i "Like" alla pagina Facebook di Winmarkt, a seguito di un'attività più specifica sullo strumento svolta nell'anno.

Grafico 6

Andamento Facebook Winmarkt al 31/12/2018





TOGETHER

Becoming
g.r.e.a.t.

_ Temi material

**Coinvolgimento
degli stakeholder**

Comunità locali

_ Highlights 2018

4.556

VISITATORI INTERVISTATI

nelle indagini sulla soddisfazione



MEDIA OCCUPATI

per ogni città in cui è presente un Centro IGD

637



238

ASSOCIAZIONI

con le quali i Centri IGD sono entrati
in contatto



**Becoming
g.r.e.a.t.**



Per la natura stessa del suo business, IGD entra in contatto con una molteplicità di stakeholder, sia a livello istituzionale che a livello locale. Con questi interlocutori IGD ha avviato un processo di dialogo continuo, volto sia a comprenderne i bisogni e le aspettative che ad indagarne la soddisfazione in merito a decisioni prese e ad azioni svolte. Questa continua interazione è quanto mai importante a livello locale, dove il Centro Commerciale assume non solo un ruolo significativo per lo shopping, ma diventa anche generatore di sviluppo economico e luogo di aggregazione.

1. Il coinvolgimento degli stakeholder

1.1 Gli stakeholder (GRI 102-40)

Gli stakeholder di IGD sono le persone, le aziende e le altre organizzazioni che aggiungono valore all'impresa, sono influenzate dalle sue attività o sono altrimenti interessate a queste.



Il coinvolgimento degli stakeholder è parte integrante della strategia di IGD, a testimonianza dell'importanza che la stessa attribuisce ad un rapporto strutturato con gli interlocutori che a vario titolo entrano in

contatto con l'azienda. Ogni singola Direzione è responsabile dell'implementazione e monitoraggio delle iniziative inerenti la propria area, in una logica di funzionalità per il business.

1.2 IL COINVOLGIMENTO EFFETTIVO E I RISULTATI OTTENUTI PER CIASCUN STAKEHOLDER (GRI 102-42; 102-43; 102-44)

Per ognuna delle categoria di stakeholder, la Società ha identificato la modalità più adeguata di coinvolgimento, stabilendone tempistiche, metodo e finalità. Di seguito vengono riportati gli esiti del coinvolgimento

del 2018, specificando, inoltre, se tale coinvolgimento è stato effettuato appositamente per la redazione del Bilancio oppure se si è trattato di normale prassi che accompagna il modo di lavorare dell'Azienda.

C Istituzioni finanziarie

Stakeholder coinvolti

IGD ha lavorato con 16 istituti di credito, che fanno capo a 12 gruppi bancari. Di questi, 9 rientrano tra i primi 12 gruppi bancari in Italia (fonte: Milano Finanza).

Tempi

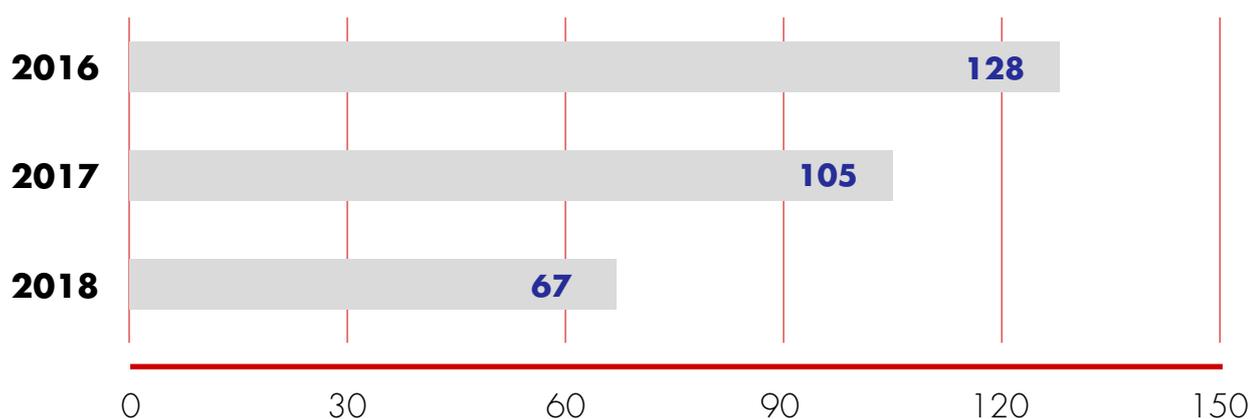
Durante l'intero 2018.

Mezzi utilizzati

- 30 incontri effettuati face to face;
- 37 conference call;
- un Meeting annuale per rendicontare i propri risultati di Bilancio; nel 2018 hanno partecipato 10 istituti di credito.

Grafico 1

Incontri con le banche



La diminuzione degli incontri avvenuti nel 2018 è collegata alla bassa necessità di finanziamento registrata nell'anno ed alla scelta di preferire altri canali di finanziamento le cui condizioni sono state ritenute più opportune. Ne sono esempio la decisione di lanciare un aumento di capitale per l'acquisizione dei 4 Centri

Commerciali facenti parte del portafoglio di Eurocommercial ed il finanziamento unsecured con unica controparte da sindacarsi successivamente. Proprio per questa ragione la società partecipa a conferenze di settore lato debito.

Obiettivi

- comunicare i risultati del Gruppo, in un'ottica di trasparenza e di accessibilità alle informazioni
- consolidare ed incrementare i rapporti con gli istituti di credito e le altre istituzioni finanziarie
- valutare le migliori offerte per l'accesso al credito

Coinvolgimento effettuato per il Bilancio di Sostenibilità?

No.

Risultati

Aumenta, negli anni, la conoscenza di IGD all'interno del settore bancario, come testimoniato dalla crescita della presenza degli istituti di credito alle conference call per la presentazione dei risultati trimestrali.

Investitori/analisti/ azionisti

Stakeholder coinvolti

Investitori italiani e stranieri, analisti e stampa specializzata.

Tempi

Durante l'intero anno.

Mezzi utilizzati

Conference call, incontri one to one, roadshow per investitori ed analisti, fieldtrip e partecipazione a conference finanziarie specifiche.

Grafico 4

Visualizzazioni medie (fonte: Twitter Analytics)

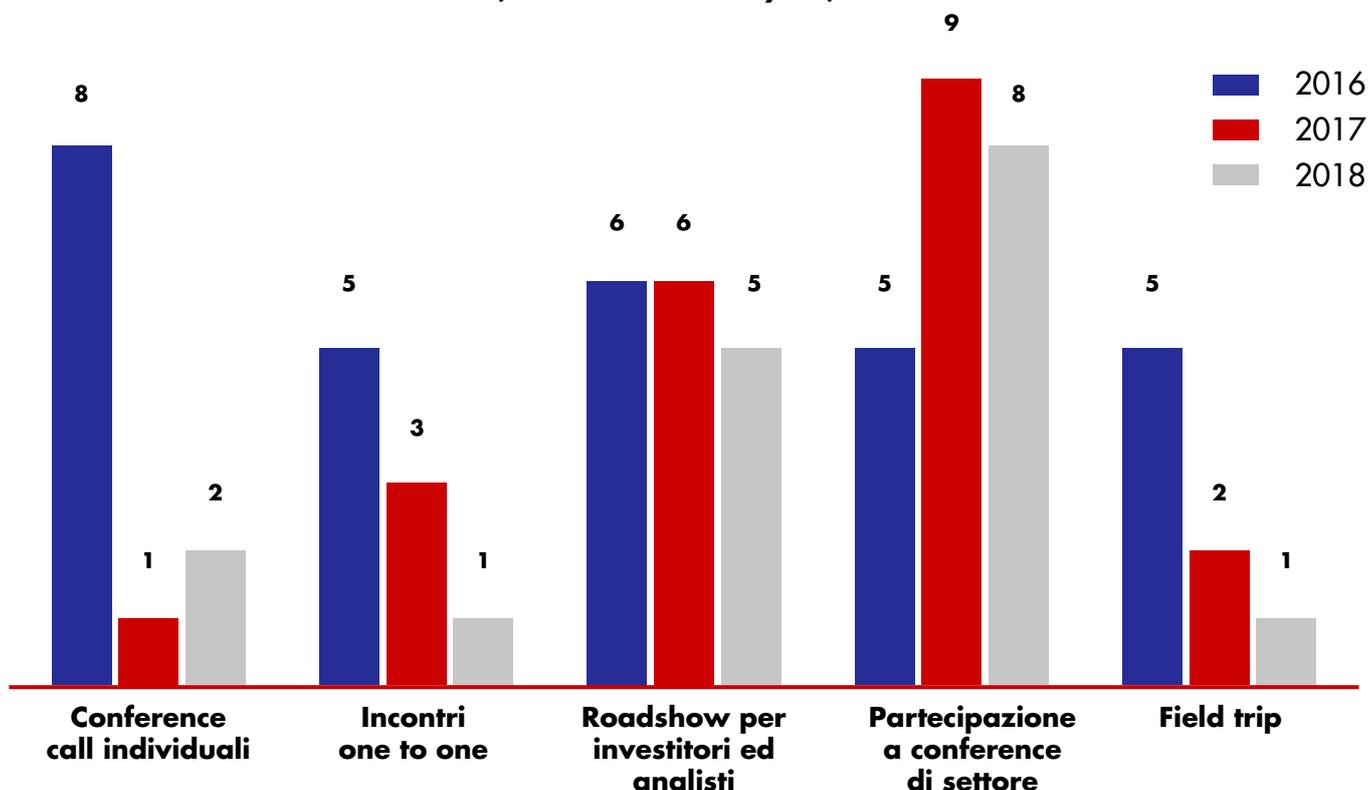


Tabella 1

Partecipanti alle conference call

Conference call	2018 (N)	2017 (N)	2016 (N)
Numero partecipanti	111	134	110
- Di cui italiani	79	86	58
- Di cui stranieri	32	48	52
- Di cui investitori	28	64	50
- Di cui analisti	26	37	29
- Altro (istituti di credito, consulenti e dipendenti IGD)	57	33	31

La riduzione del numero di occasioni di incontro con analisti ed investitori riscontrata nel 2018 è collegata allo stop alle attività di Investor Relations per l'operazione in corso sul mercato per i primi tre mesi dell'anno, alla situazione del settore real estate retail in Europa e alla complessa situazione politica in Italia ed il confronto con l'Unione Europea. È di conseguenza diminuito il numero dei roadshow e field trip organizzati, mentre non sono state pianificate attività di scouting di nuove piazze finanziarie. Rimandata ai prossimi anni l'organizzazione di un nuovo "Investor Day".

La società ha partecipato al secondo Italian Sustainability Day organizzato da Borsa italiana. La manifestazione, molto partecipata sia lato aziende che da investitori ed analisti, rappresenta il momento più importante, in Italia, per la discussione delle tematiche ESG fra le quotate. In quell'occasione IGD ha incontrato 5 fondi istituzionali italiani, rispetto ai 3 dello scorso anno. Nell'occasione degli incontri sono state condivise le linee strategiche del Piano di Sostenibilità aziendale ed i principali risultati raggiunti negli anni.

Sesto San Giovanni_Centro Sarca



Obiettivi

- Informare in maniera trasparente e diretta, oltre a fornire risposte utili ad una sempre migliore comprensione dell'operato di IGD
- Condividere con gli investitori la visione di IGD sulle tematiche inerenti il core business dell'azienda

Coinvolgimento effettuato per il Bilancio di Sostenibilità?

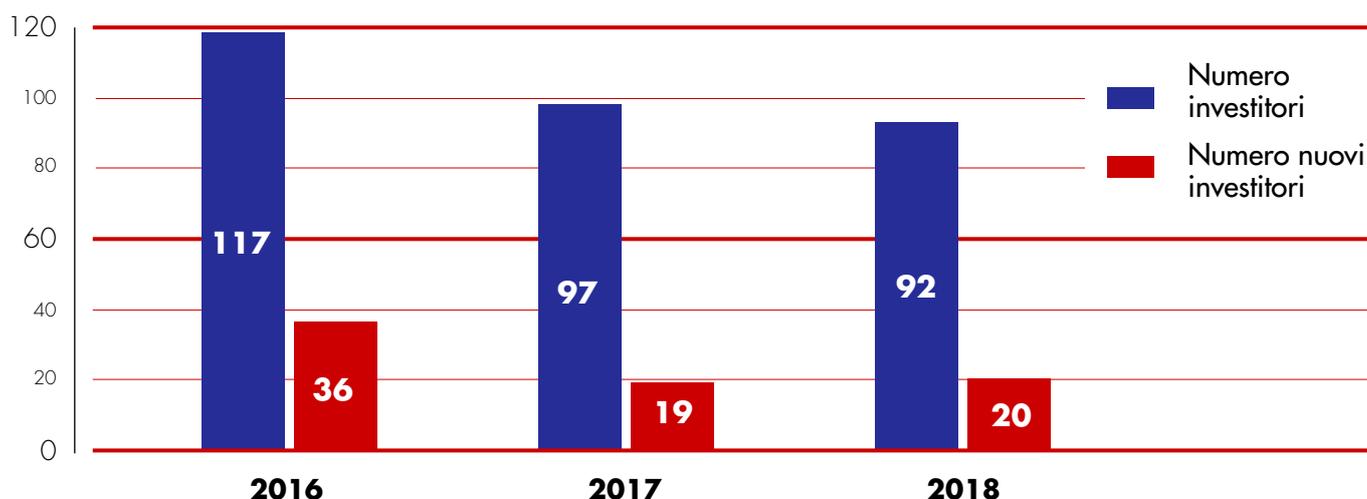
No.

Risultati

- Durante l'anno IGD ha incontrato 92 investitori, di cui 20 nuovi, in linea con il 2017

Grafico 3

Investitori istituzionali totali e nuovi



Visitatori dei centri

IGD da anni monitora la soddisfazione dei visitatori nelle proprie Gallerie con varie metodologie. A partire dal 2018 ha intrapreso un percorso strutturato orientato all'ascolto, consapevole dell'importanza crescente di poter disporre di dati costantemente aggiornati in grado di aiutare la società a comprendere la percezione di chi frequenta (e non frequenta) le Gallerie IGD su ambiti inerenti la struttura, la gestione, la valutazione delle innovazioni introdotte ed a quelle ritenute necessarie per una miglioramento futuro.

Ha quindi definito e realizzato nell'anno un "Progetto Ascolto" strutturato in 5 step:

➔ **Step 1) situazione esistente:** ad inizio 2018 la società ha svolto un check per comprendere, a livello di singolo Centro Commerciale, quali fossero i dati a disposizione, quali fonti fossero state utilizzate e quali risultati fossero emersi;

➔ **Step 2) la pianificazione delle azioni:** definito il quadro della situazione esistente, la società ha realizzato una mappa dei fabbisogni, necessaria per definire le azioni di ascolto dei visitatori da effettuare nel corso dell'anno. Incrociando quanto emerso da questa mappa con valutazioni aziendali (che tengono conto degli andamenti commerciali, dei progetti in corso o di temi trasversali da indagare) sono stati identificati i Centri Commerciali sui quali si è ritenuto necessario svolgere approfondimenti e quando farlo.



Mercato di Ravenna_Indagine Capi

→ **Step 3) la definizione degli strumenti:** il coinvolgimento dei visitatori passa attraverso una pluralità di metodologie; combinandole è possibile ottenere il livello di approfondimento del dato necessario per ciascuna analisi. Di seguito le metodologie che IGD ha utilizzato nel corso dell'anno:

1. Customer Satisfaction realizzata all'interno della Galleria;
2. C.A.P.I (Computer Assisted Personal Interviewing) svolta nel comune del Centro Commerciale e in quelli limitrofi;
3. C.A.W.I. (Computer Assisted Web Interviewing) lanciata sulle pagine Facebook dei Centri Commerciali;
4. Focus Group;
5. Survey su totem interattivi.

→ **Step 4) la creazione della mappa del coinvolgimento:** dall'incrocio fra strumenti e Centri Commerciali, è stata definita la mappa del coinvolgimento, così strutturata

		STRUMENTI UTILIZZATI				
		CUSTOMER SATISFACTION INSTORE	C.A.P.I. ONFIELD	C.A.W.I. FACEBOOK	SURVEY SU TOTEM	FOCUS GROUP
CENTRI COMMERCIALI OGGETTO DI ANALISI		X	X	X	X	
		X	X	X		
		X	X	X		X
					X	
					X	

→ Step 5) la realizzazione del coinvolgimento:

terminate le analisi e la definizione metodologica, è stato realizzato il coinvolgimento sulla base della tempistica definita durante lo step 2. Sono stati in seguito analizzati i risultati ottenuti e condivise le azioni di follow up.

Operativamente, IGD ha deciso di gestire internamente tutte le fasi di questo processo, compresa la fase della realizzazione dell'ascolto, che fino al 2017 era affidata anche a società di consulenza esterne. La scelta di un referente interno per la gestione dell'intero processo ha assicurato:

- reattività nella fase di implementazione di analisi suppletive in caso di necessità;
- flessibilità nella scelta degli strumenti in base al mutare delle esigenze;
- capacità di analizzare i risultati alla luce dell'evolversi del contesto aziendale;
- pianificazione delle attività in modo da garantire la copertura più estesa possibile della rete dei visitatori

Il "Progetto Ascolto" proseguirà anche per il 2019 affinandosi sempre più in relazione alle esigenze aziendali ed agli strumenti a disposizione.

Stakeholder coinvolti

Visitatori e non dei Centri Commerciali IGD

Tempi

Durante l'intero anno

Mezzi utilizzati

Vedi sopra

Coinvolgimento effettuato per il Bilancio di Sostenibilità?

No

Obiettivi

Le analisi svolte nel corso dell'anno hanno perseguito i seguenti obiettivi specifici:

- Identificare il bacino di provenienza e le funzioni d'uso dei visitatori;
- Valutare la soddisfazione dei visitatori e i punti di forza e di debolezza della struttura;

- Analizzare le motivazioni per frequentare o meno il Centro Commerciale oggetto di analisi;
- Identificare i competitors e i loro punti di forza;
- Individuare i desiderata dei visitatori e le potenziali leve su cui agire per incentivare la frequenza alla struttura;
- Valutare la percezione del *wellbeing* da parte dei visitatori all'interno delle Gallerie Commerciali

Risultati

Le azioni di engagement hanno interessato 4.556 persone nei rispettivi bacini di riferimento fra visitatori e non.

Gli intervistati risultano soddisfatti dei Centri Commerciali IGD, ai quali attribuiscono una valutazione complessiva media di 3,8 punti su 5 (valutazione in linea con i punteggi determinati dalle recensioni Facebook e Google). La Galleria Commerciale emerge come punto di forza delle strutture, che sono frequentate anche perchè ritenute facilmente accessibili. È proprio l'accessibilità, intesa come vicinanza del Centro alla propria abitazione e come viabilità, il secondo tema che emerge trasversalmente alle indagini e che risulta dirimente nella scelta di un Centro rispetto ai propri competitors nel territorio.

Dalle indagini effettuate per valutare il well being in galleria è emerso che non risultano particolari problemi in merito alla percezione di odori o rumori, mentre altri ambiti (quali l'illuminazione) sono da valutare Centro per Centro.

I risultati emersi permettono di identificare le leve marketing, gestionali, commerciali e strutturali per incrementare l'attrattività del Centro nel bacino di riferimento, oltre che il livello di soddisfazione dei visitatori al momento della fruizione della struttura e dei servizi da questa offerti. In seguito alla condivisione di questi temi con le figure interessate, sono stati definiti gli interventi da attuare e le azioni di follow up, contestualmente alle figure responsabili e alle tempistiche.

Per mantenere alta l'occupancy nelle Gallerie Commerciali e per svolgere attività di scouting per identificare nuove insegne da inserire, IGD organizza incontri face to face con gli operatori, che vengono organizzati sia in continuativo durante l'anno che in occasione delle due più importanti fiere del settore: il Mopic Italy, la cui terza edizione si è tenuta a Maggio a Milano ed il Mopic che si svolge nel mese di Novembre a Cannes. Il 2018 ha segnato un incremento significativo dell'importanza della prima manifestazione, sempre più momento di incontro privilegiato per gli operatori del real estate commerciale italiano. In questa occasione IGD ha avuto modo di incontrare 133 operatori (+ 32 rispetto al 2017). Il Mopic francese,

invece, ha permesso una maggiore focalizzazione sui tenant internazionali e sui nuovi operatori interessati ad aprire punti vendita nei Centri Commerciali IGD. Per questa ragione è lievemente diminuito il numero degli incontri effettuati (dai 114 del 2017 ai 103 del 2018).

Risultano complessivamente in crescita gli operatori internazionali incontrati (38, rispetto ai 24 dello scorso anno).

Per quel che riguarda lo scouting di nuovi operatori sia italiani che stranieri, sono stati 55 quelli incontrati nell'anno (in calo rispetto agli 80 dell'anno precedente).



IGD_incontri Mopic

Stakeholder coinvolti

Vari tenant

Tempi

Durante tutto il 2018

Mezzi utilizzati

641 incontri one to one.

Coinvolgimento effettuato per il Bilancio di Sostenibilità?

No

Obiettivi

L'organizzazione degli incontri risponde ad una o più delle seguenti esigenze:

- Fare il punto sugli andamenti degli operatori e dei Centri Commerciali;
- Definire le migliori condizioni per la gestione e rinnovo dei contratti;
- Gestire il turnover ed inserire nuove insegne;
- Ascoltare le eventuali problematiche dei tenants legate alla loro presenza nei Centri IGD;
- Monitorare i trend legati ai consumi.

Risultati

- Mantenuto elevato il livello di occupancy (Italia): 97,2% al 31.12.18
- Introdotte 27 nuove insegne nell'anno (v. Cap. 4.3)

2. Comunità locali

Con il territorio, a livello locale, ogni Centro Commerciale intrattiene una relazione continua, che può essere misurata su 3 aspetti:

- Occupazionale
- Commerciale
- Socio/aggregativo

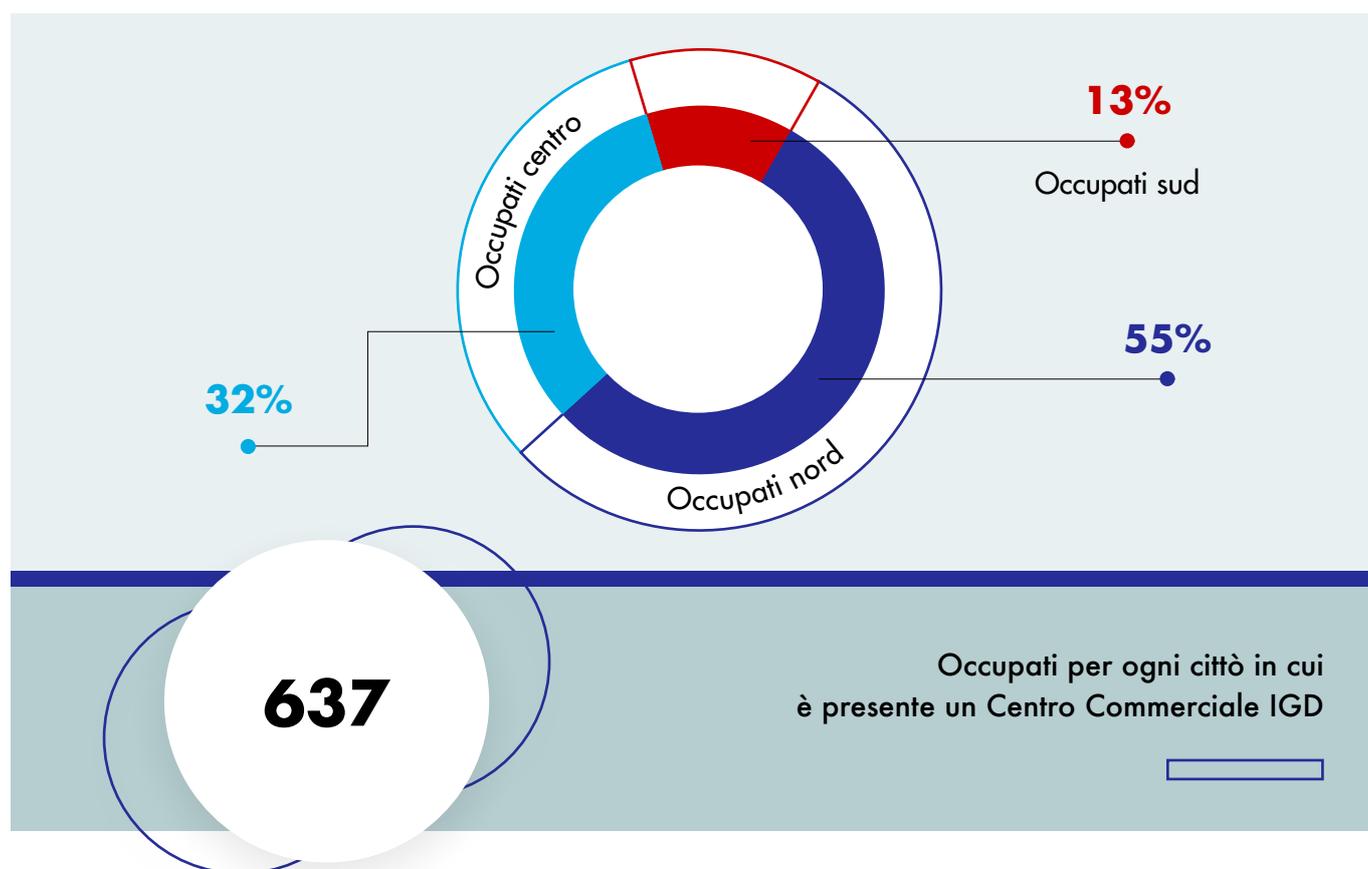
Aspetto occupazionale

Il sistema dei Centri Commerciali, a livello nazionale, offre un'occupazione a poco più di 550.000¹ persone (comprendendo sia gli occupati diretti nei punti ven-

dita che quelli dell'indotto); nei Centri IGD lavorano complessivamente 14.650² persone, così geograficamente ripartite:

Grafico 4

Occupati nei Centri Commerciali IGD per suddivisione geografica (Italia)



1_Fonte: Commissione Research CNCC utilizzando metodologie di calcolo della Commissione Research ICSC ed analisi interne

2_Fonte: Metodologia di calcolo fornita dalla Commissione Research ICSC ed analisi interne IGD

I dipendenti dell'indotto sono tutti coloro che lavorano all'interno della catena di fornitura e che garantiscono il funzionamento quotidiano delle strutture, operando sia per la gestione del Centro Commerciale (come servizio di pulizia e vigilanza), che per la sua promozione (comunicazione ed organizzazione eventi). Più della metà dei fornitori è costituito da aziende locali. All'interno della politica aziendale di rotazione dei

fornitori, questo dato, che registra nel 2018 una lieve crescita dovuta a specifiche esigenze di alcuni Centri Commerciali, testimonia la scelta di IGD di preferire fornitori territoriali specialmente per quelle forniture per le quali la conoscenza delle caratteristiche locali, la velocità di esecuzione e la presenza fisica in loco rappresentano un plus competitivo.

Tabella 2

Fornitori del territorio (Italia)

	2018	2017	2016
Numero fornitori locali	884	793	781
% sul totale dei fornitori	53%	49%	51%

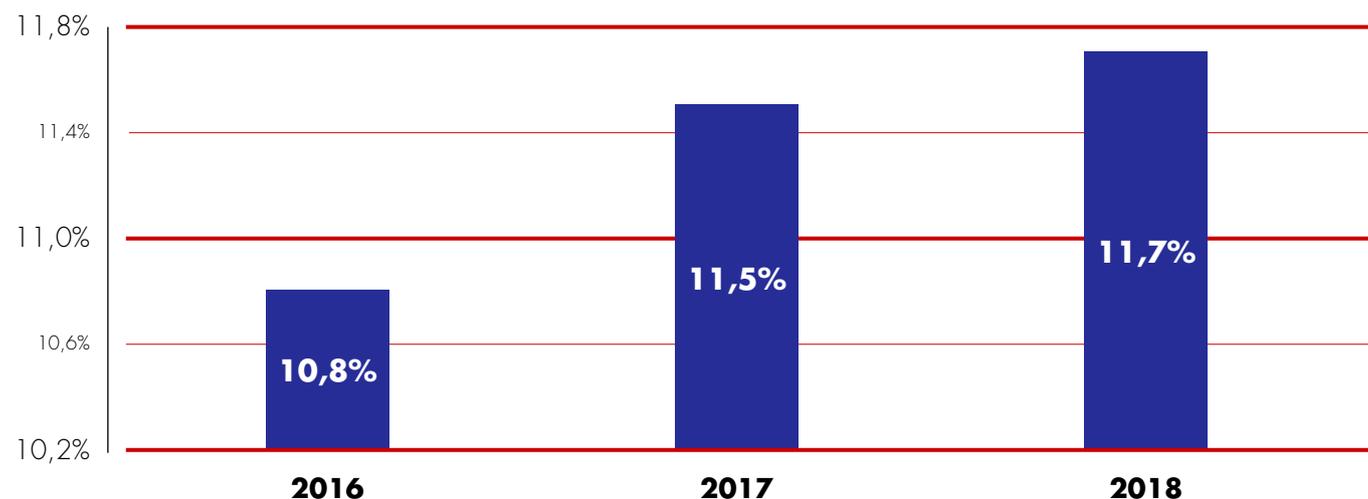
Aspetto commerciale

I Centri assumono un ruolo importante anche all'interno del tessuto commerciale locale. Nelle strutture IGD le insegne locali, per il 2018, rappresentano il 40% del totale, dato che si conferma costante negli anni. Risulta invece in incremento sia il loro fatturato

(+2,6% a rete omogenea) che il loro peso sul fatturato complessivo IGD. Questi dati testimoniano l'impegno di IGD ad inserire nelle Gallerie i tenant più attrattivi a livello locale, in linea con il posizionamento del Centro Commerciale all'interno del suo bacino di riferimento.

Grafico 5

Peso tenant locali sul totale fatturato IGD (%)



Il loro giro d'affari medio per Centro Commerciale si conferma di 3,9 milioni.

Aspetto socio/aggregativo

I Centri Commerciali IGD sono luoghi di aggregazione e punti di riferimento nel proprio bacino d'appartenenza. Ogni Centro, all'interno del contesto in cui è situato, lavora affinché il contatto con il territorio si potenzi e si alimenti nel tempo, con l'obiettivo di valorizzarlo e favorirne l'inclusività. In quest'ottica, la promozione di eventi a valenza territoriale costituisce uno dei principali strumenti: rappresentano infatti circa 1/3 di quelli organizzati nei Centri IGD (come pre-

visto nel Business Plan 2016-2018) e comprendono attività a carattere sportivo, ludico, culturale, artistico e solidale. I momenti di contatto che questi eventi favoriscono sono molteplici, già a partire dalle fasi di progettazione e organizzazione, che prevedono la collaborazione ed il contributo di figure e/o associazioni locali per sviluppare tematiche ritenute rilevanti e di cui IGD si fa referente.

Tabella 3

Percentuale eventi a valenza locale (Italia)

Eventi realizzati nei Centri	2018	2017	2016
Eventi a carattere culturale ludico-sportivo svolti con associazioni presenti sul territorio	135	149	165
% a valenza locale su totale	26%	28%	34%

Tabella 4

Centri Commerciali nei quali sono stati attivati processi di coinvolgimento a livello locale (Italia e Romania) (GRI 413-1 e EPRA COMTY-ENG)

Eventi realizzati nei Centri	2018	2017	2016
Percentuale dei Centri Commerciali IGD nei quali sono stati attivati processi di coinvolgimento a livello locale*	100%	100%	100%
Percentuale dei Centri Commerciali Winmarkt nei quali sono stati attivati processi di coinvolgimento a livello locale	27%	50%	n.d.
% a valenza locale su totale	26%	28%	34%

*Il dato 2017 è stato oggetto di restatement per diversa modalità di calcolo

In linea con quanto registrato nel 2017, cresce il numero delle associazioni locali coinvolte in attività nei Centri. Influisce la seconda edizione di "Happy Hand in Tour", che ha permesso di entrare in contatto con

una parte significativa dell'associazionismo locale, anche in virtù della collaborazione con realtà rappresentative come UISP e CSI (v. cap. 4.4.3).

3_Uisp: Unione Italiana Sport Per tutti. CSI: Centro Sportivo Italiano

Tabella 5**Associazioni e altri enti no-profit ospitati nei Centri (Italia)**

Associazioni e enti no-profit ospitati	2018 (N)	2017 (N)	2016 (N)
Associazioni locali coinvolte	238	236	205
Altri enti no profit	98	70	108
Totale	336	306	313

La quota di sponsorizzazioni/elargizioni 2018 risulta sostanzialmente in linea con il 2017.

Tabella 6**Sponsorizzazioni e liberalità erogate dai Centri Commerciali e dalla sede (Italia)**

	2018 (€)	2017 (€)	2016 (€)
Sponsorizzazioni ed elargizioni dei Consorzi a Enti locali, associazioni per eventi e manifestazioni	178.497	200.324	172.069
Erogazioni liberali a livello di sede	7.059	3.795	3.000
Totale	185.556	204.119	175.069

Bologna_Centro Borgo_Happy Hand in Tour



FOCUS // CENTRO COMMERCIALE MAREMÀ

Inaugurato nel mese di ottobre 2016, il Centro Commerciale Maremà di Grosseto ha inteso il lavoro con il territorio come fattore distintivo, con l'obiettivo di posizionarsi come riferimento primario per lo shopping ed il tempo libero del bacino di riferimento. La scelta compiuta è stata quella di identificare, all'interno del Piano Marketing annuale, attività che prevedessero la collaborazione con il territorio e che avessero una ricaduta importante non solo per la città di Grosseto ma anche per le zone limitrofe. Questo impegno si è rafforzato nel corso del 2018, anno nel quale il Centro Commerciale ha orientato il suo lavoro a fianco del territorio attraverso 2 filoni di lavoro: le sponsorizzazioni e le attività con le associazioni. Queste, nello specifico ed in sintesi le attività realizzate:

a) Sponsorizzazioni: il Centro Commerciale è diventato partner di iniziative sportive e culturali che rappresentano elementi di identificazione fra la popolazione e la città. La sponsorizzazione, inoltre, rappresenta il modo per portare queste realtà all'interno del Centro Commerciale, creando eventi specifici. Così il supporto economico alla squadra di baseball o di calcio locale diventa ragione per organizzare la presentazione dei giocatori alla città all'interno del Centro

Commerciale e quello al festival musicale motivo per ospitare concerti.

b) Attività con le associazioni: il Centro Commerciale diventa non solo luogo che ospita organizzazioni esterne, ma soprattutto partner per raggiungere obiettivi comuni. In questa ottica toccare temi quali la violenza sulle donne, la disabilità o la protezione degli animali diventa occasione per coinvolgere i visitatori del Centro attraverso flash mob e spettacoli teatrali. Stare sul territorio, inoltre, significa anche mettere a disposizione spazi ed impegno per aiutare i più deboli: così Maremà ha collaborato con l'associazione cattolica di Grosseto per rendere possibili le raccolte alimentari.

Questo impegno porta, nel tempo, buoni risultati in termini di conoscenza del Centro Commerciale nella città. Sempre più apprezzato dalla popolazione locale e riferimento per il tempo libero, il Centro ha visto crescere in maniera significativa gli ingressi (+10,2%) e le tenant sales (+7,6%) nel corso dell'anno.





Bologna_Arco Campus

PROGETTO ARCO CAMPUS

Nel mese di giugno 2018 a Bologna è stata inaugurata Arco Campus, una foresteria per atleti complementare ad impianti sportivi già esistenti in cui potranno alloggiare i giocatori delle squadre giovanili e senior della società di pallacanestro Virtus Bologna. IGD ha partecipato all'investimento per la realizzazione del progetto a testimonianza del suo impegno a generare impatti positivi sul territorio in cui opera. Questo intervento, infatti, ha permesso la riqualificazione

di un'area periferica di Bologna, recuperando spazio di aggregazione non solo per gli atleti ma anche per i residenti del quartiere. Il progetto ha incluso il restyling delle palestre e la riconversione delle aree esterne con l'inserimento di luoghi per la sosta, il gioco e lo svago, a vantaggio degli abitanti del quartiere. Le nuove costruzioni sono tutte dotate di impianti ad elevata efficienza energetica.

▸ Tabelle GRI Standards, EPRA e SDGs

_TABELLA GRI STANDARDS (102-55)

Dal 2010 il Bilancio di Sostenibilità di IGD è stato redatto seguendo le linee guida del GRI. Il Bilancio di Sostenibilità 2018 recepisce ed applica le linee guida redatte dalla Global Reporting Initiative GRI Standards e quelle relative al settore immobiliare ("Sustainability Reporting Guidelines - Construction and Real Estate Sector Supplement"). Il livello di applicazione degli indicatori del GRI Standards è "Core". Si veda

il capitolo "La sostenibilità e la materialità" per la corrispondenza fra ambiti *material* e GRI Standards.

Nella tabella seguente sono elencati gli indicatori GRI Standards rendicontati nel presente bilancio ed il loro riferimento nel testo. Sono segnalati con un asterisco (*) gli standard della specific sector disclosure "Construction and Real Estate".

Tema materiale di IGD	Descrizione dello standard	GRI Standard	Opzione core	Pagine	Omissioni
	Profilo dell'organizzazione	102-14	x	3	-
	Pratica di rendicontazione	102-45	x	7	-
	Pratica di rendicontazione	102-46	x	7	-
	Pratica di rendicontazione	102-48	x	7	-
	Pratica di rendicontazione	102-49	x	7	-
	Pratica di rendicontazione	102-50	x	7	-
	Pratica di rendicontazione	102-51	x	7	-
	Pratica di rendicontazione	102-52	x	7	-
	Pratica di rendicontazione	102-53	x	151	-
	Pratica di rendicontazione	102-54	x	7	-
	Profilo dell'organizzazione	102-1	x	14	-
	Profilo dell'organizzazione	102-2	x	14	-
	Profilo dell'organizzazione	102-3	x	14	-
	Profilo dell'organizzazione	102-4	x	14	-
	Profilo dell'organizzazione	102-5	x	14	-
	Profilo dell'organizzazione	102-6	x	14	-

Tema materiale di IGD	Descrizione dello standard	GRI Standard	Opzione core	Pagine	Omissioni
	Profilo dell'organizzazione	102-7	x	14; 16	-
	Profilo dell'organizzazione	102-9	x	18	-
	Profilo dell'organizzazione	102-10	x	14	-
	Profilo dell'organizzazione	102-11	x	18	-
	Profilo dell'organizzazione	102-12	x	18	-
	Profilo dell'organizzazione	102-13	x	18	-
	Pratica di rendicontazione	102-32		19; 22	-
	Pratica di rendicontazione	102-47	x	22	-
	Management approach	103-1	x	22	-
	Management approach	103-2	x	24	-
	Management approach	103-3	x	24	-
Climate change	Energia	302-1	x	40; 41	
Climate change	Energia	302-3		41	
Climate change	Energia	CRE-1 *		41	
Climate change	Emissioni	305-1		43	Il metodo utilizzato per il calcolo delle emissioni di gas serra derivanti dai consumi di energia elettrica è il location based, non ci sono informazioni sufficienti per rendicontare le emissioni di gas serra derivanti da energia elettrica con il metodo market based, esso verrà adottato a partire dal prossimo anno di rendicontazione
Climate change	Emissioni	305-2		43	-
Climate change	Emissioni	305-4	x	44	-
Climate change	Emissioni	CRE-3 *		44	-
Climate change	Acqua	303-1	x	45	-
Climate change	Acqua	CRE2 *		46	-
Climate change	Scarichi e rifiuti	306-2	x	47	-
Climate change	Certificazioni	CRE8 *	x	53; 55	-
Buona occupazione	Profilo dell'organizzazione	102-8	x	62; 63; 72; 73	-
Buona occupazione	Stakeholder engagement	102-41	x	65	-
Buona occupazione	Occupazione	401-1		64	-
Benessere e sicurezza	Salute e sicurezza sul lavoro	403-2	x	76; 77	-
Buona occupazione	Formazione e istruzione dei dipendenti	404-1		68; 69	Non riportata suddivisione per genere ed inquadramento sul 2016: i sistemi di rilevazione a disposizione permettono tale elaborazione dal 2017

Tema materiale di IGD	Descrizione dello standard	GRI Standard	Opzione core	Pagine	Omissioni
Buona occupazione	Formazione e istruzione dei dipendenti	404-3		71	-
Buona occupazione	Diversity management e pari opportunità	405-1		65; 66; 72; 73	Non inserito il calcolo della percentuale di employee category per fascia di età, in prossima elaborazione
Parità di genere	Diversity management e pari opportunità	405-2	x	74	Il dato riportato comprende il salario base ma non la remunerazione, oggetto di approfondimento dal prossimo Report
Buona occupazione	Non discriminazione	406-1		74	-
Benessere e sicurezza	Salute e sicurezza dei consumatori	416-1		81	-
Benessere e sicurezza	Salute e sicurezza dei consumatori	416-2		81	-
Governance, etica e corruzione	Etica e integrità	102-16	x	92	-
Governance, etica e corruzione	Etica e integrità	102-17		93	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-18	x	86	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-22		86	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-23		86	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-26		86	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-27		89	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-28		89	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-29		90	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-30		90	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-31		90	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-32		86	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-35		91	-
Governance, etica e corruzione	Governance	102-36		91	-
Governance, etica e corruzione	Governance	405-1		86	-
Stakeholder engagement	Stakeholder engagement	102-40	x	127	-
Stakeholder engagement	Stakeholder engagement	102-42	x	128	-
Stakeholder engagement	Stakeholder engagement	102-43	x	128	-
Stakeholder engagement	Stakeholder engagement	102-44	x	128	-
Comunità locali	Comunità locali	413-1		137	I punti VI-VII-VIII dell'indicatore non sono rendicontabili perché riferiti a processi non attivati
	Pratica di rendicontazione	102-55	x	141	-
	Pratica di rendicontazione	102-56	x	148	-

_TABELLA EPRA

Gli indicatori ambientali, sociali e di governance riportati nel Bilancio di Sostenibilità 2018 di IGD sono in conformità con la terza edizione di EPRA ("Best Practices Recommendations on Sustainability Reporting"), pubblicata nel Settembre 2017.

Nella seguente tabella sono riportati gli indicatori, la corrispondenza con gli indicatori GRI Standards e il loro riferimento nel capitolo. La nota metodologica riferita ai dati ambientali è valida anche per la lettura della seguente tabella.

INDICATORI PORTAFOGLIO

AMBITO	INDICATORE	EPRA	GRI STANDARD	UNITÀ DI MISURA	2018	2017	DELTA SU 2017	COPERTURA	LIVELLO DI STIMA	RIFERIMENTO NEL CAPITOLO	NOTE
ENVIRONMENTAL	Consumo totale di energia elettrica	Elec-Abs	302-1	kWh annuali	40.351.936	40.232.786	0,3%	22/22	0%	Cap. Green, § 1.1.1, tab. 1	
	Consumo omogeneo di energia elettrica	Elec-Lfl	302-1	kWh annuali	34.033.348	34.411.090	-1,1%	20/20	0%	Cap. Green, § 1.1.1, tab. 1	
	Consumo totale di energia da teleriscaldamento e teleraffreddamento	DH&C-Abs	302-1	kWh annuali	9.854.866	10.152.693	-2,9%	4/4	0%	Cap. Green, § 1.1.1, tab.2	
	Consumo omogeneo di energia da teleriscaldamento e teleraffreddamento	DH&C-Lfl	302-1	kWh annuali	9.854.866	10.152.693	-2,9%	4/4	0%	Cap. Green, § 1.1.1, tab.2	
	Consumo totale di energia da combustibile	Fuels-Abs	302-1	kWh annuali	15.215.897	14.685.395	3,6%	14/14	0%	Cap. Green, § 1.1.1, tab.3	
	Consumo omogeneo di energia da combustibile	Fuels-Lfl	302-1	kWh annuali	12.760.703	12.174.141	4,8%	12/12	0%	Cap. Green, § 1.1.1, tab.3	
	Intensità energetica degli edifici	Energy-Int	302-3	kWh/ (mq aree comuni+GLA)	136,58	155,87	-12,4%	10/10	0%		Riportata anche l'intensità dei 10 Centri per cui nel 2017 non è stata eseguita alcuna stima sui consumi dei parcheggi
	Intensità energetica degli edifici	Energy-Int	302-3	kWh/ (mq aree comuni+GLA)	146,95	146,52	0,3%	22/22	31%	Cap. Green, § 1.1.1, tab.5	Intensità energetica di tutti i 22 Centri rientranti nel perimetro absolute. Sottratti dal totale i consumi elettrici stimati dei parcheggi di 12 Centri e i consumi elettrici effettivi dei parcheggi di 10 Centri.
	Emissioni dirette di gas serra (totale) - Scope 1	GHG-Dir-Abs	305-1	ton Co2e	2.740	2.645	3,6%	14/14	0%	Cap. Green, § 1.1.2, tab.6	
	Emissioni indirette di gas serra (totale) - Scope 2	GHG-Indir-Abs	305-2	ton Co2e	18.492	18.535	-0,2%	22/22	0%	Cap. Green, § 1.1.2, tab.6	
	Emissioni dirette di gas serra (omogeneo) - Scope 1	GHG-Dir-Lfl	305-1	ton Co2e	2.298	2.193	4,8%	12/12	0%	Cap. Green, § 1.1.2, tab.6	
	Emissioni indirette di gas serra (omogeneo) - Scope 2	GHG-Indir-Lfl	305-2	ton Co2e	16.059	16.294	-1,4%	20/20	0%	Cap. Green, § 1.1.2, tab.6	
	Intensità delle emissioni di gas serra degli edifici	GHG-Int	CRES D CRE-3	Kg CO2e/ (mq aree comuni+GLA)	51,25	51,47	-0,4%	22/22	0%	Cap. Green, § 1.1.2, tab.7	
Consumi idrici totali	Water-Abs	303-1	m3	526.384	644.053	-18,3%	22/22	0%	Cap. Green, § 1.1.3, tab.8		
Consumi idrici omogenei	Water-Lfl	303-1	m3	458.261	481.636	-4,9%	20/20	0%	Cap. 1.1.3, tab.8		
Intensità dei consumi idrici degli edifici	Water-Int	CRES D CRE-2	m3 / (mq aree comuni + GLA)	1,27	1,57	-18,8%	22/22	0%	Cap. Green, § 1.1.3, tab.10		

INDICATORI PORTAFOGLIO

AMBITO	INDICATORE	EPRA	GRI STANDARD	UNITÀ DI MISURA	2018	2017	DELTA SU 2017	COPERTURA	LIVELLO DI STIMA	RIFERIMENTO NEL CAPITOLO	NOTE
ENVIRONMENTAL	Peso dei rifiuti per modalità di smaltimento (totale)	Waste-Abs	306-2	ton	2.586	2.640	-2,0%	14/22	0%	Cap. Green, § 1.1.4, tab.12	
				di cui avviati a riciclo	1.908	1.966	-3,0%		0%	Cap. Green, § 1.1.4, tab.12	
				di cui smaltiti all'inceneritore	42	42	0,4%		0%	Cap. Green, § 1.1.4, tab.12	
				di cui conferiti in discarica	636	632	0,7%		0%	Cap. Green, § 1.1.4, tab.12	
	Peso dei rifiuti per modalità di smaltimento (omogeneo)	Waste-LfL	306-2	ton	2.586	2.640	-2,0%	14/20	0%	Cap. Green, § 1.1.4, tab.12	
				di cui avviati a riciclo	1.908	1.966	-3,0%		0%	Cap. Green, § 1.1.4, tab.12	
				di cui smaltiti all'inceneritore	42	42	0,4%		0%	Cap. Green, § 1.1.4, tab.12	
				di cui conferiti in discarica	636	632	0,7%		0%	Cap. Green, § 1.1.1, tab.12	
	Tipo e numero di asset certificati	Cert-tot	CRE-8	% del totale mq del portafoglio	74%	70%	5,7%	17/22	0%	Cap. Green, § 1.2	

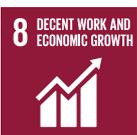
Nota: I dati e le informazioni contenute nel presente Bilancio sono sottoposte a Limited Assurance secondo le procedure previste dall'ISAE 3000 da PricewaterhouseCoopers che esprime, sulla base delle procedure svolte, una conclusione circa la conformità del Bilancio di Sostenibilità ai GRI Standards.

INDICATORI CORPORATE

AMBITO	CODICE EPRA	INDICATORE	GRI STANDARD	UNITÀ DI MISURA	2018	2017	RIFERIMENTO NEL CAPITOLO
ENVIRONMENTAL	Diversity-Emp	% dipendenti uomini	405-1	%	47%	45%	Cap. Responsible § 2.1, Tab. 8
		% dipendenti donne		%	53%	55%	
	Diversity-Pay	Pay ratio - Dirigenti	405-2	N	1,11	1,13	Cap. Responsible § 2.2, Tab. 11
		Pay ratio - Quadri		N	0,97	0,97	
		Pay ratio - Impiegati direttivi		N	1,00	0,99	
		Pay ratio - Impiegati		N	0,98	1,03	
	Emp-Training	Ore medie per dipendente	404-1	N	13,2	14,3	Cap. Responsible § 1.2, Tab. 4
	Emp-Dev	% sul totale dipendenti	404-3	%	53%	52%	Cap. Responsible § 1.4, Tab.
	Emp-Turnover	Numero assunzioni	401-1	N	6	11	Cap. Responsible § 1.1, Tab. 2
		Numero dimissioni		N	5	4	
		Tasso assunzioni		%	4,6%	8,5%	
		Tasso dimissioni		%	3,8%	3,1%	
	H&S-Emp	Tasso di infortunio	403-2	Per 1.000.000 ore lavorate	4,86	9,83	Cap. Responsible § 3.1, Tab. 14
		Tasso giorni persi		Per 1.000 ore lavorate	0,07	0,11	
		Tasso di assenteismo		%	1,8%	1,8%	
		Infortuni		N	1	2	
H&S-Asset	% di assets	416-1	%	100%	100%	Cap. Responsible § 3.2, Tab. 17	
H&S-Comp	Numero incidenti	416-2	N	0	0		
GOVERNANCE	Gov-Board	Numero consiglieri	102-22	N	11	13	Cap. Ethical, § 1.1
	Gov-Board	Numero consiglieri esecutivi	102-22	N	2	2	Cap. Ethical, § 1.1
	Gov-Board	Numero consiglieri indipendenti	102-22	N	7	7	Cap. Ethical, § 1.1
	Gov-Select	Descrizione narrativa	102-24				Si rimanda al Bilancio finanziario 2018, Relazione sul Governo societario e gli assetti proprietari, paragrafo 3.4.1. Consiglio di amministrazione - Nomina e sostituzione, pagg. 131-132 http://www.gruppoigd.it/investor-relations/bilanci-e-relazioni/
	Gov-Col	Descrizione narrativa	102-25				Cap. Ethical, § 1.3

TABELLA SDGs

Nella seguente tabella sono riportati gli SDGs presenti nel Bilancio 2018, loro corrispondenza con i temi material IGD e il loro riferimento all'interno del documento.

SDGs presenti in Bilancio	Tema materiale di IGD	Riferimento nel testo (paragrafo)	
 <p>3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING</p>	Salute e benessere	Benessere e sicurezza	Capitolo Responsible, § 3
 <p>4 QUALITY EDUCATION</p>	Istruzione di qualità	Buona occupazione	Capitolo Responsible, § 1.2
 <p>5 GENDER EQUALITY</p>	Parità di genere	Parità di genere	Capitolo Responsible, § 2
 <p>7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY</p>	Energia pulita ed accessibile	Climate Change	Capitolo Green, § 1.1
 <p>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</p>	Lavoro dignitoso e crescita economica	Buona occupazione	Capitolo Responsible, § 1
		Governance, etica e corruzione	Capitolo Ethical, § 1.3
 <p>9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</p>	Imprese, innovazione ed infrastrutture	Innovazione	Capitolo Attactive, § 5
 <p>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</p>	Città e comunità sostenibili	Climate Change	Capitolo Green, § 1.2 e 2
 <p>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</p>	Consumo e produzione responsabili	Climate Change	Capitolo Green, § 1.1
 <p>13 CLIMATE ACTION</p>	Lotta contro il cambiamento climatico	Climate Change	Capitolo Green, § 1.1
 <p>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</p>	Pace, giustizia e istituzioni solide	Governance, etica e corruzione	Capitolo Ethical, § 1



IMMOBILIARE GRANDE DISTRIBUZIONE SIIQ SPA

**RELAZIONE DI REVISIONE LIMITATA SUL BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ 2018**

ESERCIZIO CHIUSO AL 31 DICEMBRE 2018

Relazione di revisione limitata sul Bilancio di Sostenibilità

Al consiglio di amministrazione di Immobiliare Grande Distribuzione SIIQ SpA

Abbiamo svolto un esame limitato (*limited assurance engagement*) del bilancio di sostenibilità (di seguito il “Bilancio”) del Gruppo IGD (di seguito il “Gruppo”) per l’esercizio chiuso al 31 dicembre 2018.

Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio

Gli Amministratori sono responsabili per la redazione del Bilancio in conformità ai “GRI - Sustainability Reporting Standards” definiti nel 2016 (di seguito “GRI Standards”), indicati nel paragrafo “Nota metodologica” del Bilancio, e per quella parte del controllo interno che essi ritengono necessaria al fine di consentire la redazione di un bilancio di sostenibilità che non contenga errori significativi, anche dovuti a frodi o a comportamenti o eventi non intenzionali. Gli Amministratori sono altresì responsabili per la definizione degli obiettivi del Gruppo IGD in relazione alla performance di sostenibilità e alla rendicontazione dei risultati conseguiti, nonché per l’identificazione degli *stakeholder* e degli aspetti significativi da rendicontare.

La nostra responsabilità

E’ nostra la responsabilità della redazione della presente relazione sulla base delle procedure svolte. Il nostro lavoro è stato svolto secondo i criteri indicati nel principio *International Standard on Assurance Engagements 3000 (Revised) - Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000)*, emanato dallo IAASB (*International Auditing and Assurance Standards Board*) per gli incarichi che consistono in un esame limitato. Tale principio richiede il rispetto dei principi etici applicabili, compresi quelli in materia di indipendenza, nonché la pianificazione e lo svolgimento del nostro lavoro al fine di acquisire una sicurezza limitata che il Bilancio non contenga errori significativi. Tali procedure hanno compreso colloqui, prevalentemente con il personale del Gruppo responsabile per la predisposizione delle informazioni presentate nel Bilancio, analisi di documenti, ricalcoli ed altre procedure volte all’acquisizione di evidenze ritenute utili.

Le procedure svolte hanno riguardato il rispetto dei principi per la definizione del contenuto e della qualità del Bilancio, nei quali si articolano i GRI Standards, e sono riepilogate di seguito:

- comparazione tra i dati e le informazioni di carattere economico-finanziario riportati nel capitolo “Introduzione: chi è IGD e cenni di performance economica” del Bilancio e i dati e le informazioni inclusi nel bilancio consolidato del Gruppo al 31 dicembre 2018, sul quale abbiamo emesso la relazione ai sensi degli articoli 14 e 16 del D.Lgs 27 gennaio 2010, n° 39, in data 18 marzo 2019;

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA

Sede legale: Milano 20149 Via Monte Rosa 91 Tel. 02667201 Fax 0266720501 Cap. Soc. Euro 7.700.000,00 i.v. - C.I.F. e P.IVA e Iscrizione al Reg. Imp.Milano n° 03230150967 - Altri Uffici: Bari 70122 Via Abate Giampa 72 Tel. 0805640311 Fax 0805640249 - Bologna 40126 Via Angelo Fiumi 8 Tel. 0516188211 - Brescia 25123 Borgo Pietri Wuhner 23 Tel. 0303697501 - Cagliari 09125 Viale Diaz 29 Tel. 0706848774 - Firenze 50121 Viale Gramsci 15 Tel. 0552482811 Fax 0552482899 - Genova 16121 Piazza Piccapietra 9 Tel. 01029041 - Napoli 80121 Via dei Mille 16 Tel. 08146181 - Padova 35138 Via Vicenza 4 Tel. 049873431 Fax 0498734399 - Palermo 90121 Via Marchese Ugo 60 Tel. 0916236313 Fax 0917829221 | 90139 Via Roma 457 Tel. 0916752211 - Parma 43121 Viale Tanara 20/A Tel. 0521275911 Fax 0521741844 - Roma 00121 Largo Richelli 28 Tel. 06570831 Fax 06570832536 - Torino 10122 Corso Palestro 10 Tel. 0115773211 Fax 0115773299 - Trento 38101 Viale della Costituzione 33 Tel. 0461237004 Fax 0461239077 - Treviso 31100 Viale Feltrinesi 90 Tel. 0422315711 Fax 0422315798 - Trieste 34125 Via Cesare Battisti 18 Tel. 0402480781 Fax 040264737 - Verona 37125 Via Francia 21/C Tel. 0458263001

- analisi, tramite interviste, del sistema di governo e del processo di gestione dei temi connessi allo sviluppo sostenibile inerenti la strategia e l’operatività del Gruppo;
- analisi delle modalità di funzionamento dei processi che sottendono alla generazione, rilevazione e gestione dei dati quantitativi inclusi nel Bilancio. In particolare, abbiamo svolto:
 - interviste e discussioni con il personale della Direzione di Immobiliare Grande Distribuzione SIIQ SpA, IGD Management Srl, Winmarkt Management Srl e WinMagazin SA, al fine di raccogliere informazioni circa il sistema informativo, contabile e di reporting in essere per la predisposizione del Bilancio, nonché circa i processi e le procedure che supportano la raccolta, l’aggregazione, l’elaborazione e la trasmissione dei dati e delle informazioni alla funzione responsabile della predisposizione del Bilancio;
 - analisi a campione della documentazione di supporto alla predisposizione del Bilancio, al fine di ottenere evidenza dei processi in atto, per il corretto trattamento dei dati e delle informazioni in relazione agli obiettivi descritti nel Bilancio;
- analisi della conformità e della coerenza interna delle informazioni qualitative riportate nel Bilancio rispetto alle linee guida identificate nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio” della presente relazione;
- ottenimento della lettera di attestazione, sottoscritta dal legale rappresentante di Immobiliare Grande Distribuzione SIIQ SpA, sulla conformità del Bilancio agli standard indicati nel paragrafo “Responsabilità degli Amministratori per il Bilancio”, nonché sull’attendibilità e completezza delle informazioni e dei dati in esso contenuti.

Il nostro esame ha comportato un’estensione di lavoro inferiore a quello da svolgere per un esame completo secondo l’ISAE 3000 (*reasonable assurance engagement*) e, conseguentemente, non ci consente di avere la sicurezza di essere venuti a conoscenza di tutti i fatti e le circostanze significativi che potrebbero essere identificati con lo svolgimento di tale esame.

Conclusioni

Sulla base del lavoro svolto, non sono pervenuti alla nostra attenzione elementi che ci facciano ritenere che il Bilancio di Sostenibilità del Gruppo IGD al 31 dicembre 2018 non sia stato redatto, in tutti gli aspetti significativi, in conformità ai GRI Standards come descritto nel paragrafo “Nota metodologica” del Bilancio.

Torino, 21 marzo 2019

PricewaterhouseCoopers Advisory SpA



Paolo Bersani
(Partner)

SEDE LEGALE

via Trattati Comunitari Europei 1957-2007, 13
40127 Bologna - Italy
tel +39 051 509111
fax +39 051 509247

Per informazioni e osservazioni
sul presente Bilancio e sulla sostenibilità
del Gruppo IGD contattare l'indirizzo mail:
sustainability@gruppoigd.it

Ulteriori informazioni
sulla sostenibilità di IGD sono presenti
nel sito del Gruppo, alla pagina:
<http://www.gruppoigd.it/sostenibilita/>